



118 Peave

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Департамент научно-технологической политики и образования  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Красноярский государственный аграрный университет»

## **СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ**

**Материалы XII Всероссийской студенческой научной  
конференции, посвященной Году экологии и 65-летию  
Красноярского ГАУ (6 апреля 2017 г.)**

### **Часть 3**

*Секция 7. Социально-экономические проблемы развития АПК регионов России*  
*Секция 8. Актуальные проблемы международного менеджмента и образования*  
*Секция 9. Современные проблемы науки (на английском языке)*  
*Секция 10. Современные проблемы менеджмента в АПК*

Красноярск 2017

**ББК 4  
С88**

**Отв. за выпуск:**

**В.Л. Бонн**, канд. биол. наук, доцент, проректор по науке  
**А.В. Коломейцев**, канд. биол. наук, доцент, начальник управления науки и инноваций

С 88 Студенческая наука – взгляд в будущее: мат-лы XII Всерос. студ. науч. конф., посвященной Году экологии и 65-летию Красноярского ГАУ. Часть 3 / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2017. – 360 с.

В третьей части представлены доклады, сделанные на XII Всероссийской студенческой научной конференции, которая проходила в Красноярском государственном аграрном университете 6 апреля 2017 г. (*Секция 7. Социально-экономические проблемы развития АПК регионов России. Секция 8. Актуальные проблемы международного менеджмента и образования. Секция 9. Современные проблемы науки (на английском языке). Секция 10. Современные проблемы менеджмента в АПК.*)

**ББК 4**

*Статьи публикуются в авторской редакции, авторы несут полную ответственность за подбор и изложение информации*

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2017  
© Авторы статей, 2017

## СЕКЦИЯ 7. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АПК РЕГИОНОВ РОССИИ

### Подсекция 7.1. Бухгалтерский учет, экономика и финансы

#### **РОЛЬ АУДИТА В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Юсупова А.Р.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Кочелорова Г.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

На сегодняшний день в официальных источниках понятие «экономическая безопасность предприятий» не определено. При этом множество авторов трактуют данный термин по-разному. Так, например, Бендиков М.А. утверждает, что «экономическая безопасность предприятия» есть защищенность научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от внешних и внутренних экономических угроз и способность к воспроизводству при эффективном использовании всех его ресурсов. [1, с. 23]. Митрофанов А.А. определяет экономическую безопасность предприятий (фирмы) как «состояние защищенности жизненно важных интересов предприятия от внутренних и внешних угроз (источников опасности), формируемое администрацией и коллективом предприятия путем реализации системы мер правового, экономического, организационного, инженерно-технического и социального характера». [6] Таким образом, можно говорить о том, что понятие экономической безопасности предприятия является широким, затрагивающим все функциональные области деятельности предприятия

Создание эффективной системы контроля, отвечающей международным требованиям, дает экономическому субъекту следующие возможности [8, с. 26]: на выгодных условиях привлекать инвестиции путем повышения качества финансовой (бухгалтерской) отчетности хозяйствующего субъекта; эффективно управлять использованием материальных и трудовых ресурсов хозяйствующего субъекта и проводить эффективную ценовую политику; собственникам – контролировать деятельность топ-менеджмента по соответствию его действий целям бизнеса хозяйствующего субъекта, а топ-менеджменту – эффективность работы филиалов и структурных подразделений хозяйствующего субъекта.

При наличии большого числа проблем развитие организации практически невозможно. Выделяют следующие проблемы: отсутствие комплексного изучения, рассмотрения вопросов, которые, непосредственно, касаются области обеспечения экономической безопасности. При изучении данных аспектов на передний план выходят функциональные составляющие. Однако наиболее важным вопросам эффективности деятельности системы экономической безопасности внимание не уделяется.

По мнению А.Е. Шевелева к основным угрозам, которые связаны с финансовой деятельностью предприятия и влияют через комплекс задач на состояние и степень экономической безопасности относят:

- искусственное завышение прибыльности корпорации путём осуществления специфических операций или фиктивных сделок;
- сокрытие фактов перевода денежных средств;
- искусственное завышение доходов предприятия одновременно с искусственным занижением текущих расходов. [3, с. 34]

Для того, чтобы предприятие успешно функционировало, необходим высокий уровень владения основами контроля. Аудит является одним из важных структурных элементов контроля. Разрешение вопросов аудита позволяет при максимально верном решении минимизировать риски, даёт возможность создать условия экономического роста, а также способствует поиску возможных точек роста. Также известно, что аудит подразделяется на внешний и внутренний. Согласно международным стандартам внутреннего аудита Института внутренних аудиторов, внутренний аудит *есть деятельность по предоставлению независимых и объективных гарантий и консультаций, направленных на совершенствование деятельности организации [4]. При этом внешний аудит ставит перед собой основную задачу – подтверждение правильности учета отчетности, оценка соответствия внутреннего контроля политике, цели деятельности предприятия и пр.* Внешний аудит проводится независимым аудитором, не имеющим на проверяемом предприятии никаких интересов. В отличие от внешнего, внутренний аудит имеет преимущество, согласно которому результаты

аудиторской проверки остаются известны узкому кругу лиц, являются конфиденциальной информацией, за сохранность которой несёт ответственность аудитор или группа аудиторов.

Во многих организациях службы аудита позволяют достигнуть результата, направленного на получение экономической выгоды в плане обеспечения достоверности информации, отслеживая выполнение работы службы оперативного контроля за наиболее слабыми и нестабильными сторонами финансово-хозяйственной деятельности организации. Качественный, нацеленный на получение максимальной точности аудит позволяет обеспечивать необходимой информацией руководящих лиц для эффективного управления предприятием.

Роль аудита для обеспечения экономической безопасности предприятия достаточно велика, при этом аудит может быть как мощным средством обеспечения экономической безопасности, так и угрозой безопасности. К угрозам для экономической безопасности предприятий со стороны аудита следует отнести сокрытие отдельных фактов финансово-хозяйственной деятельности предприятия, формирование заранее определенного заказчиком мнения об уровне работы бухгалтерии предприятия или иного подразделения предприятия, подтверждение бухгалтерской отчётности, являющейся недействительной.

В связи с ситуацией, сложившейся в банковском секторе в 2015- 2016 годах, связанной с высоким уровнем консолидации банков и лишения их лицензий Банком России, приведём конкретный пример из СМИ. Так, в июле 2016 года при «массовой зачистке банков» [7] был составлен рейтинг 16 аудиторов, которые выявили больше всего проблемных банков, выдав больше всего положительных заключений. Представитель крупной аудиторской компании отметил: «Даже в банках, отчетность которых годами проверяли компании из большой четверки аудиторов, вскрылись фальсификации и вывод активов». Заместитель председателя Банка России Михаил Сухов в начале года приводил примеры: одна аудиторская компания не заметила в четырех банках «дыру» на 62 млрд руб., другая в трех банках не увидела «дыру» на 30 млрд руб. Из 83 банков, признанных в 2013–2015 годах банкротами, у 69 банков были положительные аудиторские заключения.

Необходимо обратиться к источнику СМИ для того, чтобы убедиться в том, что на сегодняшний момент аудит является важным фактором обеспечения экономической безопасности предприятия. Так, по данным на июль 2016 г. Банк России опубликовал на своем сайте результаты аудита отчетности нефинансовых организаций за 2015 год, согласно которым по отчетности девяти страховых компаний вынесены «мнения с оговоркой», по одной компании – «отказ в выражении мнения» [2]. Мнение с оговоркой выносится в случае, когда аудитор признает бухгалтерскую отчетность достоверной, но не подтверждает отдельные строки отчетности из-за существенных искажений или неполучения подтверждающих документов. Отказ в выражении мнения означает, что аудитор не смог подтвердить данные отчетности, в том числе по причине отказа в предоставлении информации. В свою очередь данный факт доказывает, что вовремя проведенный аудит позволяет выявлять риски и угрозы, приходящиеся на финансовую среду функционирования предприятия.

Таким образом, аудит для системы экономической безопасности является как предупреждающим фактором, так и элементом обеспечения безопасности предприятия.

#### **Список литературы:**

1. Бендиков, М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития [Текст]: информ. – аналит. журн. / учредитель ООО «Финпресс». – 2014, июнь.–М.: Финпресс, 2014.–48 с.
2. Выявлены недочёты в отчётности [Электронный ресурс]: информ. – аналит. газета Korins. (155 Кб). – М.: Korins, 2016. – <http://www.korins.ru/>
3. Иванникова, И.В. Использование методических приёмов аудита в целях обеспечения экономической безопасности [Текст]: информ. – аналит. журн. / учредитель Оренбургский государственный университет.– 2013, май.– Оренбург: ОГУ, 2013.–46 с.
4. Институт внутренних аудиторов. Международные профессиональные стандарты внутреннего аудита [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые, граф., зв. дан.и прикладная прогр. (308 Мг).– М.: НК «ИВА», 2016.– <http://www.iaa-ru.ru/>
5. Корнева, Г.В. Организация внутреннего контроля: цели, задачи и принципы построения [Текст]: информ. – аналит. журн. / учредитель Институт Государственного управления, права и инновационных технологий. – 2012, сентябрь.–М.: ИГУПИТ, 2012.–45 с.
6. Митрофанов, А.А. Экономическая безопасность коммерческих предприятий и деловая разведка [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые, граф., зв. дан.и прикладная прогр. (104 Кб).– М.: Институт экономической безопасности, 2013.– <http://www.bre.ru/>

7. Ошибка аудитора [Электронный ресурс]: информ. – аналит. газета РБК. (105 Кб). – М.: РБК, 2016. – <http://www.rbc.ru/newspaper>
8. Первова, К.А. Актуальность внутреннего аудита в современных условиях [Текст]: информ. – аналит. журн. / учредитель Издательский дом «Компьютерный аудит». – 2013, май.–М.: Компьютерный аудит, 2013.–41 с.

## **АУДИТ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ВИДОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ**

**Чепрасова Ю.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент, Кочелорова Г.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Банковская система: банки и другие кредитные учреждения выполняет важную роль в деятельности предприятий и организаций, во взаимодействии между различными субъектами экономики и установлении экономических связей между ними. Однако же в современных условиях, помимо негативного воздействия различной природы, актуальна проблема отсутствия доверия между партнерами, а именно наличия достоверной, актуальной информации об интересующих сферах деятельности. Вследствие этого возникла необходимость проведения независимой экспертизы, проверки, а также осуществление контроля над всеми элементами, находящимися в цепи взаимодействия хозяйствующих субъектов, и, в частности, банков и кредитных организаций.

Видовое разнообразие контроля позволяет разграничивать такие понятия как, например, государственный, управленческий контроль, однако все разновидности данной категории важны и позволяют обеспечить требующейся информацией всех заинтересованных в ней пользователей, но наибольшее распространение получил независимый аудит - независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности и сопряженной к ней информации. Такая форма внешнего финансового контроля является ведущей и в банковской системе. Банки, являющиеся посредником в отношениях между фирмами, получили достаточную самостоятельность и компетентность, и, на фоне высокой конкуренции, их работа невозможна без соответствующего внимания, контроля и надзора за правильностью предоставления банковских услуг, качеством активов, процедур составления и учета установленных форм документов и отчетности и т.д. [1]

Законодательная база, регулирующая деятельность аудиторов и аудиторских фирм в банковской системе РФ не совсем совершенна и имеет определённые недостатки, однако основополагающими документами, отражающими специфику и закрепляющие основные положения, особенности и стандарт проведения банковского аудита, а также перечень кредитных организаций, которые должны проходить ежегодную аудиторскую проверку, являются ФЗ «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 N 395-1 и ФЗ «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 N 307-ФЗ.

Единого подхода к трактовке понятия «банковский аудит» нет, каждый автор привносит в него свои особенности. Шевчук Д.А. определяет банковский аудит как предпринимательскую деятельность аудитора по осуществлению независимых проверок бухгалтерской отчетности, платежно-расчетных документов, целью которой является установление достоверности бухгалтерской и финансовой отчетности кредитной организации и соответствие совершаемых им операций действующему законодательству РФ и нормативным актам ЦБ РФ, обеспечение стабильности банковской системы, а также защита интересов вкладчиков и кредиторов. [5] Беленькая Т.Д., Скрипка В.И. считают, что банковский аудит является одним из видов аудиторской деятельности, целью которого является установление достоверности финансовой отчетности банка и соответствия совершенных им операций действующему законодательству Российской Федерации и выражение аудитором мнения о соответствии финансовой отчетности банка его действительному положению. Хамзина О.И., Лёшина Е.А. дают следующее определение банковского аудита: банковский аудит - это предпринимательская деятельность по независимой проверке бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности кредитных организаций и их филиалов. [4]

Однако из всего многообразия можно вычлениить основополагающие моменты и, обобщив эти несколько определений, вывести следующий термин: банковский аудит - это проверка состояния финансово-хозяйственной деятельности и ведения бухгалтерского учета в банках и кредитных организациях, целью которого является выдача заключения о финансовой ситуации, доходности и

ликвидности банковских активов, а также уровне и степени риска проводимых операций. Аудиторские проверки характеризуются комплексностью, независимостью, а также разработкой позитивных рекомендаций в интересах учредителей банка.

Приемы и способы проведения аудиторских проверок банковской сферы различны и выбираются в каждом случае индивидуально, однако самыми распространенными являются:

- инспектирование, т.е. проверка записей бухгалтерского учета, бухгалтерской (финансовой) отчетности, документов, материальных ценностей и т.д.;

- наблюдение за выполнением банковских операций и процедур, а также оказанием банковских услуг;

- опрос как устный, так и письменный, служащий для получения нужной информации от определенных работников внутри банка и за его пределами;

- вычисления, которые проводятся путем арифметической проверки бухгалтерских записей, самостоятельных расчетов аудитора по установленным формулам и методикам;

- аналитическая проверка, т.е. проверка на соответствие установленным пороговым значениям основных наиболее важных коэффициентов, причины и ожидаемость их отклонения.

Основными задачами банковского аудита являются:

- 1) анализ финансовой деятельности, оценка активов и пассивов;

- 2) прогнозирование результатов финансовой деятельности и разработка рекомендаций по повышению финансовой устойчивости и ликвидности;

- 3) консультация по вопросам финансового, налогового, банковского и иного законодательства Российской Федерации;

- 4) оказание других сопутствующих услуг по профилю деятельности аудиторской фирмы.

Общая методология аудиторской проверки не предписывает, какие конкретно сферы деятельности проверяемого предприятия следует более детально и тщательно изучить. Однако, исходя из особенностей функционирования банковской сферы, в ходе аудиторской проверки банка и других кредитных учреждений следует уделить особое внимание:

1. Аудиту учредительных документов и устава банка, а именно их соответствие законодательно установленным формам, наличие необходимых лицензий, протоколы и иные документы, принимаемые собранием акционеров, советом и правлением банка по вопросам, регулирующих деятельность кредитной организации, правомочность их решений и т.д.;

2. Аудиту уставного капитала банка, т.е. возникает необходимость проверки правильности и своевременности формирования уставного капитала, полноту и источники его формирования;

3. Аудиту организационной структуры банка, при котором оцениваются соответствие организационной структуры утвержденному штатному расписанию, наличие положения о структурных подразделениях, должностных инструкций сотрудников управлений (отделов), наличие положений о вкладах, порядке кредитования, наличие порядка открытия и обслуживания счетов клиентов, порядок установления и изменения внутренних тарифов кредитной организации, оценка внутренних правил прохождения документооборота в кредитной организации, ее филиалах и отделениях, оценка документов, регламентирующих деятельность филиалов, организация внутреннего контроля банка;

4. Аудиту расчетных, кассовых, депозитных, ссудных, валютных и других операций, каждому виду которых свойственны свои особенности;

5. Аудиту бухгалтерской отчетности, которому подвергаются все формы отчетности, установленные для того или иного вида банковских (кредитных) организаций. [3]

Специалисты-аудиторы, которые проверяют банковский сектор, должны удовлетворять особым требованиям к профессиональным знаниям и навыкам, базирующимся на новейших методиках и законодательной базе, и иметь соответствующую профессиональную подготовку, достаточную для компетентной работы в этой области, ведь они сталкиваются не только с общими, присущими для всей аудиторской деятельности, рисками, но и со специфическими, узконаправленными, характерными только для банковской работы рисками. К ним можно отнести внутренние риски, обусловленные разнонаправленной, неоднородной деловой средой, высокой конкуренцией в данной сфере, постоянным выпуском новых, усовершенствованных банковских

продуктов и услуг и, как следствие, существенное увеличение возможных рисков. Нельзя не отметить риски контроля, связанные с дополнительными аспектами аудиторской проверки, порождаемыми средствами компьютерной техники и программным обеспечением защиты разного вида банковской информации. Этот фактор имеет двойственную природу: с одной стороны, отражение банковских операций в электронном виде расширяет возможности аудитора и упрощает его работу, позволяет тщательнее и с минимальными затратами осуществлять контроль, с другой же стороны, происходит увеличение риска, вызванное возможными неисправностями компьютерной техники, запрещенными программами, вирусами и другими негативными воздействиями.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что банковский аудит служит дополнением, призванным обеспечить дополнительную поддержку методам прямого государственного вмешательства, т.к. в некоторых случаях они оказываются малоэффективными в силу различных причин. Именно таким видом проверок можно добиться снижения тенденции нарушения банками и банковскими организациями действующего законодательства. Безусловно, законодательная база, ее полнота, уровень развития и постоянное совершенствование в сфере банков и банковской деятельности, установление определенных норм, критериев и нормативов непосредственно влияют на стабильность и устойчивость функционирования банков, кредитных организаций и банковской системы страны в целом, однако также важно иметь представление о существующей ситуации, чтобы эффективно корректировать применяемую политику. Такую информацию и создают индивидуальные аудиторы и аудиторские организации банковской отрасли. Таким образом, значимость банковского аудита в настоящее время нельзя переоценить. Деятельность банков оказывает существенное влияние на экономику страны в целом, и то, насколько работа банковской системы законна и прозрачна, служит индикатором для разработки и прогнозной оценки всех возможных последствий от тех или иных действий, которые могут воздействовать как на население, так и на государство в целом.

#### **Список литературы:**

1. Емельянов Е. Рекомендации по банковскому аудиту : Методическое пособие / Е. Емельянов. - М.: Дрофа, 2014. - 95 с.
2. Кривошапова С.В. Аудит в банке : Учебное пособие / С.В. Кривошапова, Л.И. Александрова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 156 с.
3. Мамонова И.Д. Банковский надзор и аудит : Учебное пособие / И.Д. Мамонова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 215 с.
4. Хамзина О.И., Лешина Е.А. Основы аудита : Учебное пособие / О.И. Хамзина, Е.А. Лешина. - У.: Караван, 2012. - 203 с.
5. Шевчук Д.А. Банковский аудит : Методическое пособие / Д.А. Шевчук. - М.: Бизнес, 2012. - 301 с.

### ***ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ***

***Черных Н.В., Брыков С.Д.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Овсянко Л.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***  
***ОУПВО «Академия труда и социальных отношений», Красноярск, Россия***

Рынок недвижимости очень инерционен. Между кризисными событиями и их последствиями может пройти год и более. По оценкам девелоперов, последний пик продаж на первичном рынке жилья пришелся на декабрь 2014 г., когда с началом валютного шока, граждане, имевшие свободные средства, инвестировали их в покупку квартир. Уже в первые месяцы 2015 г. продажи упали на 30 - 35% и сейчас остаются примерно на том же уровне. Большая часть жилья в России реализуется на этапе постройки верхних этажей, но раньше официального ввода объекта по документам. Рекордный ввод жилья в 2015 году (85,3 млн. кв. м, + 1,4%) обусловлен тем, что в течение всего года, но в основном в первые месяцы, рынок осваивал пришедшие ранее средства. С июня 2015 года начался спад. Худшие значения стройка показала в феврале текущего года (-23%), затем в марте и апреле падение несколько замедлилось, составив -14% и -6%, соответственно. Всего в 1 квартале 2016 года построено 15,6 млн. кв. м жилья (-16,1%).



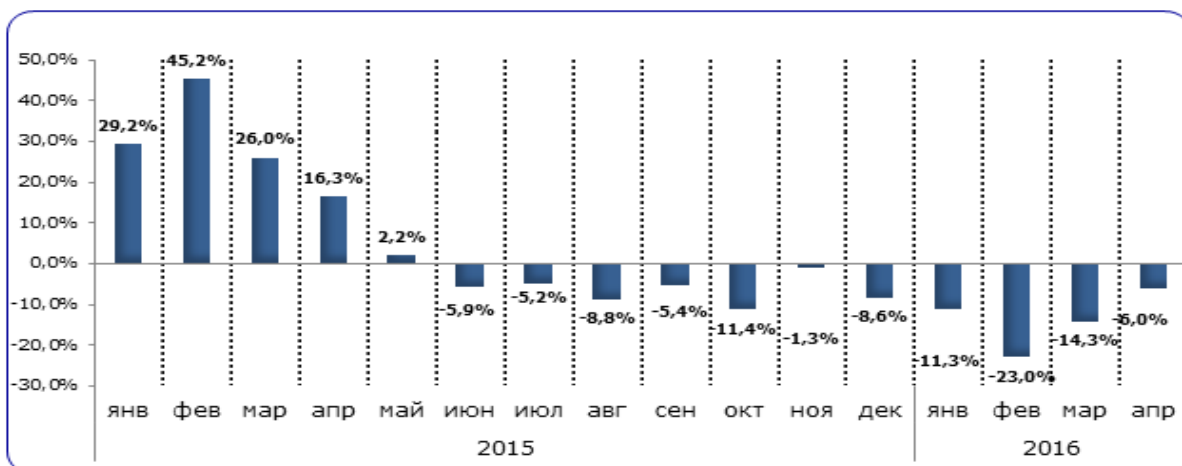


Рис.1. - Динамика жилищного строительства в России в январе 2015г - апреле 2016г., %

Спад продаж произошел в основном за счет частных лиц, покупавших квартиры на личные сбережения, без привлечения каких-либо дополнительных средств. В ходе текущего кризиса их доля снизилась с 65% до 55%. На этом фоне государство прилагает максимально доступные усилия по стимулированию рынка жилья, в том числе и для того, чтобы удержать на плаву банки и строительный комплекс. Так, при покупке квартиры в рамках подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2015 - 2020 годы предоставляется субсидия не менее 30% расчетной стоимости жилья. В феврале она продлена до конца текущего года. Одновременно действует Программа субсидирования ставки по ипотечным кредитам, в рамках которой льготная ставка не должна превышать 12%. За период с марта по декабрь 2015 г. в рамках Программы было выдано 211 тыс. кредитов на сумму 374 млрд. руб. (35% и 37%, соответственно, от общего количества и объема всех рублёвых ипотечных кредитов). С учетом цепочки поставок данные меры опосредованно удерживают спрос на строительные и отделочные материалы от глубокого падения. В сегменте потребительской розницы, связанном с отделочными и строительными материалами, ситуация сейчас обстоит немногим лучше. Количества выданных потребительских кредитов, к которым относятся и кредиты на мелкий ремонт, в январе - мае 2016 сократилось на 31% г/г, реальные доходы населения упали на 4,7% г/г. На фоне инфляции уменьшается средний размер покупки, растет интерес к дешевым материалам, в том числе отечественным.

Ситуация на рынке нежилого строительства складывается следующим образом. По итогам 1 квартала 2016 года объем ввода нежилых зданий вырос на 3% г/г и составил 4,8 млн. кв. м.. По сравнению с 1 кв. 2015 выросла доля сельскохозяйственных и промышленных зданий (до 26,5% и 14,3% соответственно), доля коммерческих зданий сократилась до 32,7%. На наш взгляд, это первые признаки глубоких сдвигов. Если в 2000-е годы и после кризиса 2009 г. рынок ощущал некоторый дефицит торговых и офисных площадей, то сейчас спрос уже, в значительной степени, удовлетворен и, по-видимому, роста в этом сегменте не будет еще долго. Спад в строительстве социальных объектов связан с урезанием расходов бюджета. Напротив, контрсанкции создали условия для развития сельского хозяйства.

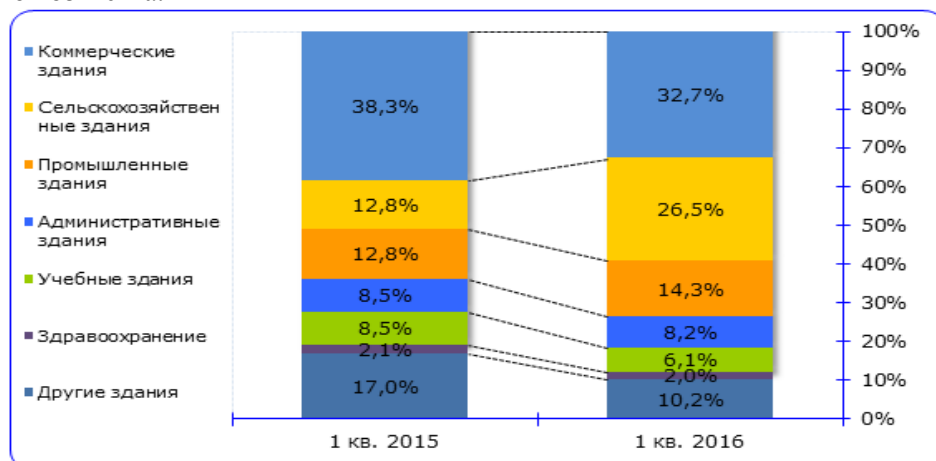


Рис.2 – Структура ввода нежилых зданий по видам в I квартале 2015-2016гг., млн.кв.м

В России почти 2/3 инвестиций в основной капитал связаны со строительной отраслью, причем в кризисные периоды доля строительства в инвестициях растет. За 2015 год непосредственно в строительство было вложено 5945,5 млрд. рублей, что составляет 40,8% всех инвестиций в основной капитал за тот же период. [2] Инвестиции и объем строительных работ испытывают отрицательную динамику, начиная с середины 2012 года, причем инвестиционная активность в данный момент сосредоточена преимущественно в секторе жилищного строительства. По прогнозам МЭР, динамика инвестиций в основной капитал вернется в положительную область в 2017 года, и в среднем прирост инвестиций в 2017 - 2019 гг. составит 2,7% в год. Однако одновременно произойдет существенное снижение расходов госсектора, прежде всего органов федеральной власти. Уже в 2016 г. объем расходов ФАИП сократился на 23% до 860 млрд. руб., причем 1/4 от их суммы - оборонные расходы, относительно мало связанные с остальной экономикой.[2]



Рис.3 – Инвестиции в основной капитали объем строительных работ в январе 2011 – марте 2016 гг. (прирост в % к соответствующему месяцу предыдущего года)

Ещё одна важная особенность «новой нормальности» - отказ организаций от привлечения крупных кредитных средств. Как ожидают эксперты, доля инвестиций нефинансовых организаций за счет собственных средств в 2017 - 2019 гг. превысит 50%. Возрастает чувствительность инвестиционных проектов к рентабельности и срокам окупаемости реальных производств. Как следствие, рынок нежилого строительства и инжиниринга ждет спрос на немногочисленные и недорогие объекты, предназначенные для длительного использования.

По прогнозам экономистов, структура инвестиций в экономику России в ближайшие годы изменится минимально - на строительство объектов недвижимости уйдет немногим более 21% ежегодного объема вкладываемых средств, а вот их объем в 2016 - 2017 гг. значительно сократится. Как следствие даже в 2019 г., после предполагаемого возобновления экономического роста, денег в строительной отрасли, за вычетом инфляции, будет на 10% меньше, чем в «тучном» 2014 году (см. рисунок 4).[1]



Рис.4 – Объем инвестиций в строительство в России в 2014-2015гг., прогноз на 2016-2019гг., млн.руб., в ценах 2014 года

Строительные материалы относятся к товарам инвестиционного назначения, то есть спрос на них связан со строительством и ремонтом объектов. Важнейшие товары, применяемые в строительстве, можно разделить на следующие группы: • Строительное сырье; • Базовые строительные материалы; • Отделочные материалы. За период с января по май 2016 года снизилось производство строительного сырья (-4,3% г/г) и базовых строительных материалов (-8%). Особенно сильно сократился выпуск дешевого силикатного кирпича (-40,5% г/г), железобетонных изделий (-20%), цемента (-13,7%) и керамического кирпича (-13,5%), то есть материалов, применяемых при возведении стен, опор мостов и несущих конструкций. В то же время растет производство тротуарной плитки (+5,4%), используемой при благоустройстве, и черепицы (+19,6), часто приобретаемой для целей ремонта, а не строительства. Пока растет выпуск листового стекла (+5%) и паркета (+1,9%), однако в первом случае не до конца понятна рентабельность выпускаемой продукции. В январе - мае 2016 года зафиксирован прирост производства отделочных материалов (+5,7%), активно используемых при ремонтных работах. Существенен рост объемов производства лакокрасочных материалов (+23,3% г/г) и обоев (+19,5%). На наш взгляд, как и в случае с паркетом, он вызван переориентацией спроса с подорожавшей импортной продукции на российскую. Следует отметить, что загрузка мощностей на предприятиях промышленности строительных материалов по итогам 2015 года составляла всего 50 - 60% из-за отсутствия спроса, ранее она держалась на уровне 70% и выше[3].

По результатам работы можно сделать следующие выводы. На рынке строительных и отделочных материалов прогнозируется следующее развитие событий:

1. привлекательным сегментом для производителей стройматериалов остаются конечные потребители (розничные продажи стройматериалов) - ремонт квартир и загородной недвижимости осуществляется населением почти постоянно, в том числе своими силами, и не требует мобилизации таких больших средств, как покупка жилья;

2. девальвация рубля окажет негативное влияние на развитие отрасли: по причине отсутствия машиностроительной базы промышленности строительных материалов, произойдет существенное увеличение стоимости закупаемого импортного оборудования и технологий;

3. худшим для рынка жилой недвижимости будет 2017 г., так как к этому времени начнет сказываться существующий сейчас дефицит новых проектов на рынке, при этом постепенно восстановление спроса на строительные материалы, причем несколько раньше - на ёмких рынках кирпича, песка и цемента;

4. спрос на все группы строительных и отделочных материалов со стороны госсектора сократится не менее чем на 20%.

#### **Список литературы:**

1. Тихомирова, И. Инвестиционный климат в России: региональные риски / И. Тихомирова. - М.: Издатцентр, 2015. - 320 с.
2. Г.Н., и др. Инвестиционно-строительный комплекс России. Справочное издание / ред. Ивашевская, Г.Н. и. - М.: СПб: Независимый продюсерский центр, 2016. - 343 с.
3. ЕНиР. Единые нормы и расценки на строительные, монтажные и ремонтно-строительные работы. Сборник Е 9. - М.: Стройиздат, 2015. - 150 с.

### ***НАЛОГОВЫЙ АУДИТ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***

***Музаффарова К.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Кочелорова Г.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Налоговый аудит – составная часть аудита в целом и Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008г. №307-ФЗ (далее Закон 307-ФЗ) не выделяет его как отдельный вид аудита. Различные субъекты экономики зачастую проявляют заинтересованность в том, чтобы была проведена проверка налогового учёта и налоговой отчетности перед проверкой со стороны Федеральной Налоговой службы для того, чтобы свести возможные налоговые риски предприятия к минимуму. Этим обуславливается актуальность проведения налогового аудита в различных организациях во всем мире.

Налоговый аудит включает следующие составляющие:

- 1) оценка системы налогообложения;
- 2) экспертиза учетной политики для целей налогообложения;
- 3) проверка и доказательства достоверности исчисления налогов и осуществления выплат;
- 4) составление отчета содержащего описание ошибок, которые были выявлены в результате проверки;

5) формулирование предложений по устранению ошибок.

В связи с этим основными целями анализа системы налогового учета являются:

- установление правильности определения налоговой базы;
- составление налоговых деклараций;
- расчет точных сумм налогов, которые подлежат к уплате;
- предупреждение штрафных санкций;
- предоставление информации проверяемой организации для оптимизации налогообложения в дальнейшем.

Для реализации данных целей необходимо провести следующие аналитические процедуры:

- анализ первичных документов (кроме того проверке подвергаются договоры по различным финансово-хозяйственным операциям);

- проверка соответствия расчетных данных и данных бухгалтерского учета.

Проверка затрат, финансовых результатов, расчетов с поставщиками и покупателями содержит основную часть информации по налогам, однако во избежание погрешностей рекомендуется по каждому расчету проводить сверку данных бухгалтерского учета, по которым составлен расчет. Важным моментом является проверка оперативности представления налоговых расчетов и деклараций и своевременная уплата налогов. В собственных рабочих документах аудитора регистрируется необходимая информация, которая получена в результате аудита. В случае, если воздействие погрешностей на правдивость отчета слишком велико, проводится корректировка плана проверки [1].

Результатом аудита налогового учета будет являться:

- подтверждение достоверности и обоснованности расчетов по налоговым обязательствам организации за определенный промежуток времени
- оценка метода, который применялся при расчете налогов в различных ситуациях
- анализ организации раздельного учета по НДС и разработка методик по оптимизации налогообложения НДС
- анализ существующей методики оценки остатков незавершенного производства и готовой продукции
- подготовка рекомендаций по разделению рекламных расходов на нормируемые и ненормируемые и др.

Налоговый аудит направлен не только на подтверждение налоговой отчетности, выявление ошибок, но и на защиту интересов собственников, ведь они как никто другие заинтересованы в получении достоверной управленческой информации о состоянии бухгалтерской (финансовой) отчетности и бизнеса в целом.

Нельзя не отметить, что экономические субъекты не предпринимают достаточное количество мер для уменьшения числа нарушений в области налогообложения. Нет четкого понимания и осознания того, что перед проверкой со стороны ФНС необходимо провести налоговый аудит для устранения различных нарушений и минимизации налоговых рисков. Об этой тревожной тенденции говорят результаты проверок ФНС, приведенные в таблице 1. [3]

Таблица 1 - Данные об организации и проведении камеральных и выездных проверок на 01.07.2015 г. и 01.07.2016 г.

Наименование показателей	Количество, единиц		Дополнительно начислено платежей (включая налоговые санкции и пени), тыс. рублей	
	на 01.07.15	на 01.07.16	на 01.07.15	на 01.07.16
1	2	3	4	5
Камеральные проверки	16 617 217	17 156 491	32 047 956	62 320 289
из них: выявившие нарушения	858 915	918 399	х	х
Пени за несвоевременную уплату налогов, взносов, сборов	х	х	38 190 437	45 692 171

1	2	3	4	5
Выездные проверки организаций, ИП и др. лиц	14 567	13 070	139 861 105	184 377 302
из них: выявившие нарушения	14 459	12 997	x	x
проверки организаций	12 856	11 812	136 385 316	180 492 213
из них: выявившие нарушения	12 758	11 744	x	x
проверки ИП и др.лиц	1 711	1 258	3 475 789	3 885 089
из них: выявившие нарушения	1 701	1 253	x	x
Выездные проверки физических лиц (за иск. ИП и др.лиц)	684	695	5 879 779	1 864 804
из них: выявившие нарушения	665	672	x	x
Всего - выездные проверки организаций и физических лиц	15 251	13 765	145 740 884	186 242 106
из них: выявившие нарушения	15 124	13 669	x	x

Камеральной налоговой проверкой является одна из форм налогового контроля, цель, которой состоит в установлении факта соблюдения налогоплательщиком законодательства о налогах и сборах (п. 2 ст. 87 НК РФ) [2]. Из таблицы 1 видно, что число камеральных проверок в 2016 году возросло на 539 274 единицы по сравнению с 2015 годом. Почти в 2 раза выросли дополнительные начисления платежей (включая налоговые санкции и пени). Это свидетельствует о том, что количество нарушений значительно увеличилось по сравнению с предыдущим годом. Если в ходе проверки выявляются ошибки или расхождения, то налоговый орган требует от налогоплательщика пояснения ситуации и внесения исправлений в налоговую декларацию.

Выездные проверки - это особое мероприятие, которые проводятся по распоряжению руководителя ИФНС или территориального органа государственного внебюджетного фонда. Наблюдается незначительное сокращение числа выездных проверок организаций и физических лиц. Тем не менее, сумма дополнительных начислений возросла. Результатом серьезной аналитической работы, предшествующей выездным проверкам, стало увеличение эффективности от этих проверок. Если в течение 10 дней после проведения камеральной проверки были выявлены нарушения, то обязательно необходимо оформить акт проверки, который составляется в течение 20 дней. По результатам выездной проверки акт составляется в течение двух месяцев после ее завершения, независимо от того, выявлены нарушения или нет.

В связи с тем, что налоговый аудит в Российской Федерации является новым направлением аудита, поэтому имеет такие недостатки, как:

- отсутствие законодательного регулирования вопросов налогового аудита;
- отсутствие единого понятия и научного толкования;
- сущность, цели, задачи и принципы проведения аудита налоговой отчетности не определены;
- научная разработанность вопросов налоговой отчетности на низком уровне.

Так же отсутствует и единообразие в подходах к проведению проверок налоговых отчетностей, нет четкого описания этапов планирования, проверка расчетов по налогам и сборам рассматривается с позиций аудита бухгалтерской (финансовой) отчетности. Для того, чтобы качественно провести налоговый аудит организаций, необходимо разработать методику, которая включала бы в себя теоретическую и практическую основы аудита налогообложения. Также эта методика должна учитывать специфику деятельности и особенности налогообложения аудируемого хозяйствующего субъекта. Внедрение такой методики, несомненно, повысит качество налогового аудита организаций и позволит минимизировать налоговые риски экономических субъектов.

Вопросы регулирования налогового аудита могут быть решены с помощью принятия следующих мер:

- создание отдельного стандарта, регламентирующего налоговый аудит;
- разграничение правового регулирования и других сопутствующих услуг;
- разработка вопросов, которые будут подлежать проверке при проведении налогового аудита [3].

Как уже говорилось, налоговый аудит в системе общего аудита отдельным элементом не выделяется и является не обязательным. При этом налоговый аудит может быть составляющей общего аудита. Но налоговые составляющие общего аудита не могут охватить всю информацию, оказывающую влияние на налоговые обязательства экономического субъекта. Именно поэтому

необходимо проведение полноценного налогового аудита, который будет способствовать снижению налоговых рисков организаций.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности".
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ.
3. Федеральная налоговая служба [электронный ресурс] / URL: <https://www.nalog.ru>.

### ***ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА НА 2017 ГОД***

***Халидова А. Ш.***

*Научный руководитель: ассистент Смагин А.А.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

На фондовом рынке (рынке ценных бумаг), который является частью финансового рынка, проводятся операции в основном с такими ценными бумагами, как акции и облигации (долевые и долговые бумаги). Эти операции осуществляют Московская Биржа и Национальный расчетный депозитарий, и именно они отвечают перед участниками рынка за бесперебойную торговлю ценными бумагами, расчёты по сделкам и хранение ценных бумаг.

Как правило, фондовым биржам не нужны помещения: сейчас торговля акциями ведется в электронной форме. На фондовой бирже компании могут заработать на покупке и продаже акций без взятия денег взаймы.

Фондовый рынок как механизм обеспечивает перераспределение денег между секторами экономики.

Функции рынка ценных бумаг ненамного отличаются от функций других рынков, а именно:

Главной задачей является сведение продавцов и покупателей, так сказать, обеспечить "место встречи" заинтересованных лиц.

Второй по счету, но не по важности, функцией, которой наделен фондовый рынок, является концентрация свободных денежных средств, предоставляя инвесторам широкий выбор для инвестиций, как следствие чего, накапливается денежная масса на бирже.

Третьей немаловажной функцией, которую выполняет рынок ценных бумаг, является распределительная функция, о которой уже упоминалось выше. Средства распределяются между разными сферами экономики.

Также путем выпуска государственных облигаций становится возможным ликвидировать дефицит государственного бюджета.

2016 год оказался одним из самых необычных в современной истории, причем не только для политиков, но и для инвесторов.

В первые недели года фондовые рынки скорректировали свои показатели в глобальном масштабе на 10 с лишним процентов, резко усилились колебания рыночной конъюнктуры, а нефть (марки Brent) опустилась до 26 долларов за баррель. Прошло десять месяцев, и индексы S&P 500 и EuroStoxx 600 поднялись с минимальных показателей на 23 и 17% соответственно, индекс MSCI Emerging Markets с середины января добавил более 20%, подразумеваемая волатильность рынка, измеряемая «индексом страха» VIX, понизилась на 50 с лишним процентов по сравнению с первым кварталом, когда она была на пике, цена Brent выросла в два с лишним раза, а промышленные металлы добавили в среднем 35%.

Но удивляет не то, что не все рынки оправились и пришли в норму, хотя именно это они обычно делают в определенный момент, а то, что такое восстановление происходит на фоне крупных политических потрясений, слабого глобального роста и явного движения американского центробанка в сторону ужесточения денежно-кредитной политики. Последнее обстоятельство нашло свое подтверждение 14 декабря, когда процентная ставка федеральных фондов, как и ожидалось, была увеличена на 0,25%, а указания центробанка говорят о том, что нас в 2017 году ждут новые повышения.

Фондовые рынки в странах Европы с переходной экономикой в целом следовали общемировой тенденции, и индекс MSCI для этого региона за год с 14 декабря поднялся на 16%.

2016 год стал позитивным для российского фондового рынка. Несмотря на санкции, ограничивающие доступ банков и нефтяных компаний к западному финансированию, рынок вырос примерно на 27% в местной валюте (индекс ММВБ) и 47% в долларовом выражении (индекс РТС). При этом индекс ММВБ в конце года несколько раз обновил абсолютные максимумы и преодолел

психологическую отметку 2200 пунктов, а РТС вернулся к уровням двухлетней давности. Многие бумаги – Роснефть (MCX:ROSN), Сбербанк, Аэрофлот (MCX:AFLT), Новатэк (MCX:NVTK), Башнефть (MCX:BAHE) – также обновили свои исторические максимумы. Восстановление во многом было связано с благоприятными внешними факторами. Цены на нефть, главный товар российского экспорта, набрали примерно 50% по сравнению с прошлым годом. Неудивительно, что российский рынок отреагировал на это ростом. Инвесторы также делают ставку на потепление отношений России и вероятное смягчение санкций в связи с избранием президентом Дональда Трампа.

В 2017 году российской экономике не стоит ожидать больших новостей. По крайней мере, рынок биржевых товаров обещает быть более стабильным; нефть, по осторожным прогнозам, останется в коридоре 40-60 долларов за баррель, обеспечивая достаточную поддержку бюджету.

Одним из основных рисков 2017 года является возвращение на потребительский и индустриальный рынки отложенного спроса. Действительно, потребители в 2014-2015 годах из-за негативных ожиданий существенно сократили потребление товаров долгосрочного использования. Отдельные категории товаров все еще продолжают испытывать последствия такого решения. Однако в целом в 2016 году с января по сентябрь импорт сократился уже всего на 10% по сравнению с 2015 годом, в то время как экспорт упал на 22%, а несырьевой экспорт - на 15%. Покупатели возвращаются на рынки, используя сбережения, в силу необходимости замены амортизирующихся товаров - и это может быть тревожным знаком. Если экспорт продолжит снижение более быстрыми темпами, чем импорт, тем более если импорт начнет расти, Россия столкнется с ростом инфляции и снижением курса рубля, несмотря на стабильную цену нефти.

Разумно ожидать от 2017 года продолжения постепенного и плавного падения основных экономических показателей. Инфляция вряд ли составит ожидаемые правительством 4% (в частности, из-за угрозы возврата отложенного спроса). Однако в силу общей депрессии она вряд ли выйдет за пределы 6-7%: наличие резервных фондов и относительно высокая цена на нефть позволят правительству проводить жесткую монетарную политику. Курс доллара будет, как и раньше, следовать за нефтью и инфляцией. ВВП продолжит снижение, так как драйверы роста отсутствуют, предпринимательская активность сокращается, а бюджет не в состоянии заменить частный капитал в области инвестиций. Падение основных инвестиционных показателей, скорее всего, окажется в пределах 10-20%, в то время как долгосрочные инвестиции, в том числе в капитальное строительство, упадут сильнее. По некоторым прогнозам, капитальное и особенно жилищное строительство может сократиться до 50%.

Российский бюджет благодаря гибкому курсу рубля будет, как и в 2016 году, сведен с разумным дефицитом. Рост налоговой нагрузки в 2017 году будет способствовать дальнейшему сокращению бизнес-активности и уходу в тень все большей доли среднего и малого бизнеса.

#### **Список литературы:**

1. Биржевое дело. Под редакцией В.А. Галанова, А.И. Басова. Москва. «Финансы и статистика», 2016, с.27
2. Иохина И.В., Организация фондового рынка: Учебное пособие. М.: Изд-во МГУК, 2015, с.55.
3. Рынок ценных бумаг. Под редакцией В.А. Галанова, А.И. Басова. Москва. – «Финансы и статистика». – 2016, с.260.

### ***ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГАРАНТИЙ СУБЪЕКТАМ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА***

***Халидова А. Ш.***

*Научный руководитель: ассистент Смагин А.А.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

Малый бизнес играет важную роль в экономике любой страны, обеспечивая необходимые условия развития конкуренции, продвижения инноваций, поддержания приемлемого уровня занятости и социальной стабильности. Однако в условиях нарастания экономических проблем и противоречий он оказывается в наиболее уязвимом положении, в силу своей экономической природы, низкого запаса финансовой прочности и большей зависимости от колебаний макроэкономической конъюнктуры. Поэтому именно малому бизнесу требуются особо эффективные

механизмы финансовой поддержки, в том числе на основе стимулирования кредитного рынка через инструменты гарантирования.

В текущей ситуации в силу ограниченности бюджетных средств функции по стимулированию развития малого бизнеса делегируются в основном на субфедеральный уровень. Регионам вменяется самостоятельно решать, какими методами и за счет каких финансовых средств обеспечивать стабильность, а затем и дальнейшее развитие малого бизнеса.

Необходимость совершенствования инструментов финансовой поддержки объясняется тем, что именно в финансовой сфере субъекты малого предпринимательства испытывают особые затруднения.

Все эти проблемы в комплексе могут быть решены на основе развития института гарантирования, основу функционирования которого составляют такие базовые категории, как «банковская гарантия», «государственная (муниципальная) гарантия», «гарантийный фонд».

Понятие банковской гарантии раскрывается в Гражданском кодексе РФ. Банковская гарантия представляет собой письменное обязательство, выданное банком, иным кредитным учреждением или страховой организацией (гарантом), по просьбе другого лица – заемщика (принципала) уплатить кредитору (бенефициару) денежную сумму в соответствии с условиями даваемого гарантом обязательства по представлении бенефициаром письменного требования о ее уплате. В Бюджетном кодексе РФ перечисляются особенности государственной (муниципальной) гарантии, используемой в качестве инструмента обеспечения финансовых обязательств в бюджетной системе РФ. В статье 115 БК РФ указывается на то, что государственная или муниципальная гарантия может обеспечивать надлежащее исполнение заемщиком (принципалом) его обязательства перед кредитной организацией (бенефициаром).

Если же речь идет о поддержке малого бизнеса за счет бюджетных средств путем предоставления гарантий небанковскими кредитными организациями (гарантийными фондами), то более адекватно соответствует характеру и экономической природе таких отношений понятие «кредитная гарантия».

Использование гарантии в качестве обеспечения по финансовым обязательствам характеризуется рядом очевидных преимуществ для всех участников кредитной сделки.

Принципал – заемщик (малое предприятие) с помощью института гарантирования решает проблемы нехватки залогового обеспечения по привлекаемому кредиту, получает дополнительный источник финансирования, необходимый для реализации различных проектов и программ, что, в конечном счете, положительно сказывается на увеличении его доходной базы и обеспечивает при прочих равных условиях рост налоговых поступлений в бюджет.

Бенефициар – кредитор (банк) получает уверенность в надлежащем исполнении кредитного договора, риск невозврата кредита снижается, увеличивается объем активных операций, расширяется доходная база. Кроме того, Банк России готов рефинансировать коммерческие банки, сформировавшие пакеты кредитов малого бизнеса, по ставке 6,5 % объемом до 1 млрд рублей, а также внести изменения в Положение № 254, предусмотрев отнесение ссуд, гарант (третий участник сделки) – государственный (муниципальный) бюджет – либо напрямую, либо через специализированный гарантийный фонд, благодаря инструментам гарантирования получает возможность существенно расширить финансирование малых предприятий, одновременно уменьшив объем денежных средств, необходимых на это, за счет их более рационального использования. Для гаранта важным преимуществом возникающего по гарантии обязательства является ее условный характер. В случае своевременного и полного погашения принципалом полученного кредита, гарант фактически освобождается от принятых ранее обязательств, что существенно снижает бремя его долговой нагрузки.

Как справедливо отмечает С.В. Запольский, исполнение обязательств, гарантированных государством или муниципальными образованиями, имеет лишь вероятностный характер, в отличие от отношений, где государство или муниципальное образование выступает в роли заемщика и исполняет долговые обязательства в безусловном порядке. Причём, риск возникновения прямого обязательства по гарантии может быть существенно снижен, путем проведения процедуры анализа и оценки текущего и перспективного финансового состояния заемщика.

Система предоставления государственных гарантий в Российской Федерации в текущий момент времени находится на этапе формирования. Создаются новые институты гарантирования, внедряются более современные кредитные инструменты, в том числе с учетом положительного зарубежного опыта. В целом создание национальной системы гарантирования включает два направления.



1. Предоставление банковских гарантий через Агентство кредитных гарантий и аккредитованные региональные гарантийные организации.

2. Предоставление гарантий через государственные (муниципальные) бюджеты.

Акционерное общество «Небанковская депозитно-кредитная организация «Агентство кредитных гарантий» учреждено по решению Правительства РФ в мае 2014 года. Учредителем и акционером Агентства является Российская Федерация в лице Федерального агентства по управлению государственным имуществом. Уставный капитал Агентства сформирован за счет средств федерального бюджета и составляет 50 млрд рублей.

Основной целью деятельности Агентства является предоставление субъектам малого и среднего бизнеса банковских гарантий по кредитным и иным долговым обязательствам, а также повышение уровня доступности субъектов малого бизнеса к кредитным продуктам; минимизация гарантийных и кредитных рисков регионов, банков и иных кредитных организаций; создание системы комплексной гарантийной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

В перспективе на ближайшие пять лет объем гарантийных обязательств должен увеличиться до 580 млрд рублей.

В рамках единой гарантийной системы почти в каждом субъекте РФ созданы региональные гарантийные организации. Так, например, в целях обеспечения доступа субъектов малого предпринимательства к кредитным ресурсам действует Фонд содействия кредитованию малого предпринимательства Ставропольского края. В 2014 году Фондом было выдано 70 % поручительств от суммы кредита (42 млн. руб.)

В целом данное направление предоставления кредитных гарантий малому бизнесу является весьма перспективным. Дальнейшее развитие данного направления системы кредитного гарантирования должно осуществлять на основе привлечения муниципальных образований к созданию специализированных гарантийных фондов.

#### **Список литературы:**

1. Биржевое дело: Учебник / Под ред. Г.Я.Резго – М.: Финансы и статистика, 2015, с.198.
2. Миркин Я.М. Ценные бумаги и фондовый рынок. М.: Перспектива, 2016, с.455.. Гл.7 ст. 142. п.1. ГК РФ
3. Рынок ценных бумаг. / Под редакцией В.А. Галанова, А.И. Басова. - М.: "Финансы и статистика". - 2016г. – с.280.

### ***АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ***

***Осинова М.А.***

*Научный руководитель: к.т.н., доцент Пыханова Е.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В условиях экономических санкций перед каждым регионом России особо остро стоит проблема обеспечения продовольственной безопасности и импортозамещения. Решение данной проблемы невозможно без сельскохозяйственных организаций, уровень финансовой устойчивости которых крайне низкий.

В отечественной и зарубежной литературе нет точного определения понятия «финансовая устойчивость организации». В большинстве публикациях можно отметить отождествление финансовой устойчивости с ликвидностью, платёжеспособностью, прибыльностью, финансовой независимостью.

Шеремет А.Д. и Негашев Е.В. выделяют четыре типа финансовой устойчивости в зависимости от равновесия общей величины запасов и затрат и источников их формирования, подчеркивая следующие четыре вида финансовой устойчивости [5]:

1. Абсолютная финансовая устойчивость (трехкомпонентный показатель финансовой устойчивости имеет следующий вид:  $S=\{1,1,1\}$ ). Такой тип финансовой устойчивости характеризуется тем, что все запасы предприятия покрываются собственными оборотными средствами, т.е. предприятие не зависит от внешних кредиторов. Такая ситуация встречается крайне редко.

2. Нормальная финансовая устойчивость (показатель финансовой устойчивости имеет следующий вид:  $S=\{0,1,1\}$ ). В этой ситуации предприятие использует для покрытия запасов помимо собственных оборотных средств также и долгосрочно привлеченные средства.

3. Неустойчивое финансовое положение. В этом случае показатель типа финансовой устойчивости имеет следующий вид:  $S=\{0,0,1\}$ . Для этой ситуации характерно нарушение платежеспособности, при котором сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств, сокращения дебиторской задолженности и ускорения оборачиваемости запасов. Финансовая неустойчивость считается нормальной (допустимой), если величина привлекаемых для формирования запасов заемных средств не превышает суммарной стоимости сырья, материалов и готовой продукции.

4. Кризисное финансовое состояние, при котором показатель типа финансовой устойчивости имеет следующий вид:  $S=\{0,0,0\}$ . При этом предприятие находится на грани банкротства, т.к. денежные средства, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность не покрывают даже его кредиторской задолженности и просроченных ссуд.

Бочаров В.В. рассматривает финансовую устойчивость «как эффективное формирование и использование денежных средств, необходимых для нормальной хозяйственно-производственной деятельности» [3].

Грачев А.В. расценивает финансовую устойчивость предприятия «как возможность предприятия отвечать по своим долгам и обязательствам за счет конкретных источников покрытия – текущих активов» [2].

Для оценки структуры капитала с позиций платежеспособности и финансовой стабильности развития, по мнению большинства авторов, рекомендуется использовать финансовые коэффициенты, представленные в таблице 1.[1]

Таблица 1 – Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	Формула расчета	Нормативное значение	Пояснение
<i>A</i>	<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Финансовой независимости (автономии)	Собственный капитал / Валюта баланса	>0,6	Коэффициент, показывающий долю собственного капитала в формировании активов
Финансовой устойчивости	( Собственный капитал + Долгосрочные обязательства ) / Валюта баланса	>0,75	Коэффициент, показывающий долю собственных и долгосрочных заемных источников в формировании активов.
Финансового риска (соотношения заемных и собственных средств)	Заемный капитал / Собственный капитал	< 0,67	Коэффициент, показывающий соотношение заемных средств и суммарной капитализации и характеризует степень эффективности использования компанией собственного капитала и позволяет определить, насколько велика зависимость деятельности компании от заемных средств.
Обеспеченность собственными оборотными средствами	Собственный оборотный капитал / Общая сумма текущих активов	>0,1	Коэффициент, показывающий долю собственного капитала в формировании оборотных активов.
Коэффициент финансовой зависимости	Заемный капитал / Валюта баланса	< 0,4	Коэффициент, характеризующий, в какой степени предприятие зависит от внешних источников финансирования.
Коэффициент маневренности	Собственный оборотный капитал / Собственный капитал	> 0,2- 0,5	Коэффициент, показывающий возможность финансового маневрирования.
Коэффициент финансирования	Собственный капитал / Заемный капитал	> 1	Коэффициент, показывающий какая часть деятельности финансируется за счет собственных средств, а какая – за счет заемных средств.

Система критериев вышеизложенных коэффициентов позволит обеспечить [6]:

- общую оценку финансовой устойчивости предприятия, заключающуюся во взаимосвязи и единстве ряда важных показателей, которые характеризуют деятельность предприятия;

- планирование деятельности организации с учетом достигнутых целей, а также определение количественных нормативов по прогнозированию уровня его устойчивого финансового развития;
- анализ причинно-следственных связей между показателями, которые измеряют финансовые результаты деятельности и производственными факторами, приводящие к данным результатам.

Зная предельные границы изменения источников средств для покрытия вложений капитала в производственные запасы или основные средства можно генерировать потоки хозяйственных операций, ведущие к улучшению финансового положения предприятия и к повышению уровня его устойчивости. В связи с этим одним из главных факторов, влияющих на уровень финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий, является соотношение собственного и заемного капитала, то есть независимость организаций от внешних источников финансирования.

Также, при оценке уровня финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий следует обратить внимание на сезонность сельскохозяйственного производства, которая создает регулярные изменения в структуре оборотных средств в течение года. Зимой в составе оборотных средств наибольший удельный вес составляют производственные запасы: корма, семена, минеральные удобрения, запасные части. В весенне-летний период по мере выполнения полевых работ происходит снижение производственных запасов и соответствующий рост незавершенного производства в животноводстве и растениеводстве [4].

Исходя из всех вышеизложенных суждений, для определения уровня финансовой устойчивости сельскохозяйственного предприятия была создана и апробирована система финансовых показателей, которые характеризуют структуру капитала с позиции платежеспособности предприятия и его финансовой стабильности развития (см. табл.2).

Оценим уровень финансовой устойчивости сельскохозяйственного предприятия ООО «Фортуна Агро» Шарыповского района. Основным видом деятельности предприятия является «Выращивание зерновых и зернобобовых культур».

Таблица 2 – Расчет коэффициентов финансовой устойчивости ООО «Фортуна Агро»

Показатель	На конец года				Нормативное значение
	2012	2013	2014	2015	
<i>A</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Источники собственных средств	276294	367168	451649	663268	x
Долгосрочные обязательства	52000	55664	45204	29933	x
Краткосрочные обязательства	239585	246833	230708	199481	x
Внеоборотные активы	246311	267813	258406	246863	x
Общая сумма текущих активов	331810	401852	469155	645999	x
Валюта баланса	578061	669665	727561	892682	x
Наличие собственных оборотных средств	29983	99355	193243	416585	x
Финансовые коэффициенты:					
- финансовой независимости (соотношения заемных и собственных средств)	0,478	0,548	0,621	0,743	>0,6
-финансовой зависимости	0,504	0,452	0,379	0,257	< 0,4
-финансовой устойчивости	0,568	0,631	0,683	0,777	> 0,75
- финансового риска (соотношения заемных и собственных средств)	1,055	0,824	0,611	0,346	< 0,67
- обеспеченность собственными оборотными средствами	0,09	0,247	0,412	0,645	> 0,1
- финансирования	0,948	1,214	1,637	2,891	> 1
- маневренности	0,108	0,270	0,428	0,628	>0,2-0,5

Сформированная система показателей, представленная в таблице 2, свидетельствует о том, что для оценки уровня финансовой устойчивости ООО «Фортуна Агро» и, соответственно, для любого сельскохозяйственного предприятия наиболее приемлемыми являются коэффициенты: финансовой независимости, финансовой устойчивости, обеспеченности собственными оборотными средствами, а также коэффициентов финансовой зависимости и финансового риска, которые дают основания утверждать, что структура капитала с позиций платежеспособности и финансовой

стабильности развития является удовлетворительной в конце анализируемого периода. Значения данных коэффициентов утверждают, что размер собственных источников, вложенных в основной капитал, достаточен для покрытия обязательств предприятия.

#### **Список литературы:**

1. Алексеева О. KANT / О. Алексеева, А. Григорьев // Международный экономический журнал. – 2012.– № 2–153 с.
2. Грачев А.В. Финансовая устойчивость предприятия: критерии и методы оценки в рыночной экономике / А.В. Грачев.– учеб. пособие.– Изд. 3-е. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2010. – 25 с.
3. Бочаров В.В. Абсолютные показатели финансовой устойчивости / В.В. Бочаров // Научный экономический журнал «Элитариум». – 2011.– № 3 – 54 с.
4. Пыханова Е.В. Экономический анализ / Е.В. Пыханова, Е.Ю. Власова.– учеб. пособие.– Краснояр. гос. аграр. ун-т.- Красноярск, 2010.–458 с.
5. Шеремет А.Д. Теория экономического анализа / А.Д. Шеремет– учеб. пособие для вузов .– М.: ИНФРА – М, 2012.– 40 с.
6. Официальный сайт: Справочно-правовая система «Консультант Плюс».–URL: <http://www.consultant.ru>

### **ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК ЭЛЕМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ**

*Анисихина Э.И.*

*Научный руководитель: к.э.н, профессор Соколова И.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В ситуации экономической нестабильности финансовый анализ позволяет оценить собственную позицию на рынке, что важно в условиях конкуренции, и избежать ошибочных действий в хозяйственной практике.

На основе полученной оценки разрабатывается текущая и перспективная стратегия управления предприятием, принимаются решения относительно укрепления финансового состояния, оптимизации денежных потоков и иных параметров деятельности хозяйствующего субъекта.

В ходе аналитической работы получившиеся параметры оцениваются и должны соответствовать тем значениям которые рекомендуются или близки к идеалу.

Основным объектом изучения является бухгалтерская отчётность, а совокупность аналитических показателей его инструменты. Она характеризует текущую финансовую деятельность хозяйствующего предприятия.

Полученные в результате анализа текущей деятельности, показатели используют в целях финансового планирования и контроля.

Острота данного вопроса обуславливается развитием методик анализа финансового состояния субъектов. Методики направлены на оценку состояния предприятия, разработку стратегий управления финансами.

Оценка финансового состояния предприятия даёт возможность оценить правильность использования запасной части предприятия, позволяет оценить финансовую рентабельность, а также устойчивость предприятия, измерить вероятность банкротства и конкурентоспособность, а также определить какое место на рынке занимает предприятие. [3]

Извлечение количества важнейших информативных норм ,которая позволит составить полную картину о финансовом состоянии ,изменение между активом и пассивом, в расчётах между дебиторами и кредиторами является основной целью анализа.

Финансовый анализ предприятия проводится также для установления предприятия как субъекта в целом, он помогает раскрыть все недочёты, которые требуют решения и производства мероприятий по их ликвидации.

Для приведения объёма и размещения финансовых ресурсов предприятия, на определённый срок путём изучения динамики и развития проводится прогнозирование финансового состояния объекта

Объектом прогнозирования является объём финансовых ресурсов, которые могут поступить в распоряжение предприятия на определённый промежуток времени, относительно которого составляется прогноз.

Предприятие, зная объем своих ресурсов, которые поступят в будущем, может сделать прогноз их размещения в активы предприятия в расчёте на сохранение уже достигнутого уровня ликвидности и платежеспособности или на улучшение показателей.

Для финансового анализа используют разные приёмы и методы, с помощью которых есть возможность оценить финансовое состояние предприятия.

В данной работе я хочу рассмотреть несколько методов анализа:

1. Горизонтальный
2. Вертикальный
3. Факторный
4. Сравнительный

Горизонтальный метод – при анализе абсолютные показатели дополняются относительными, темпами снижения или роста. На основе горизонтального метода даётся оценка основным показателям бухгалтерской отчётности.

Горизонтальный анализ применяется чаще всего при изучении баланса предприятия. Недостатком метода служит несопоставимость данных в период инфляции, но устранить этот недостаток можно пересчётом данных. Горизонтальный анализ проводится за два прошедших года, для того что бы сделать лаконичные выводы.

Вертикальный метод – он даёт представление о результатах финансовых показателей, метод применяется для изучения структуры баланса. Главным аспектом анализа является представление устройства показателей в динамике, что позволяет прогнозировать структурные изменения в составе актива и пассива баланса, использование относительных показателей сглаживает инфляционные процессы. Вертикальный анализ позволяет оценить состояние предприятия в том состоянии, в котором он находится на данный момент, а также дать анализ динамики её структуры.

Вертикальный и горизонтальный анализ дополняют друг друга, строятся аналитические таблицы характеризующие динамику и структуру отчётной бухгалтерской формы и её отдельных показателей. Проводя горизонтальный анализ, столбцы таблиц должны быть, дополнены расчётом изменения показателей за период, который рассматривается, после такой изменение должно быть оценено аналитиком.

Факторный анализ - применяется для измерения воздействия факторов на величину суммарного показателя. Факторный анализ может быть прямым в этом случае результат показателя делиться на несколько частей, обратный в этом случае элементы соединяться в общий показатель результативности. Данный метод анализа является сильнейшим методическим решением в анализе.

Сравнительный анализ – применяется для проведения межхозяйственных и внутрихозяйственных сравнений по другим финансовым показателям. Цель его содержится в раскрытии различий и сходства объектов. Изменение в уровне экономических показателей устанавливаются с помощью сравнения, изменяется взаимодействие других факторов, проводятся расчёты для выявления резервов и перспективы развития. Сравнительный анализ является важным разделом экономического анализа финансовой отчётности, он позволяет получить представление о том, как выглядит фирма в сопоставлении с ее предыдущим положением, а также помогает определить состояние предприятия по сравнению с другими фирмами. Для этого сопоставляется результат фирмы с фирмой – конкурентом.

Рассмотрев четыре метода анализа, я хочу выделить факторный анализ, все процессы и явления деятельности предприятия находятся во взаимосвязи, одни из них связаны друг с другом тесно, другие косвенно. Методы факторного анализа помогут визуализировать структуру изучаемых явлений, а это значит, что поможет оценить их состояние и прогнозировать развитие.

Данный анализ обладает привлекательными свойствами для использования с другими статистическими методами.

Факторный анализ подводит к плавному переходу от факторной системы к конечной системе, раскрывается полный набор прямых, измеримых факторов, которые оказывают воздействие на изменение показателя получившегося в результате, что будет плюсом для получения ясной картины о состоянии предприятия.

#### **Список литературы:**

1. Богданович, С. Экономика и жизнь [Текст] / С. Богданович // Экономика. – 2016. – № 19, 17 апр. – С. 3, 4.
2. Сайфулин., Е. Креативная экономика [Текст] / Е. Сайфулин // Экономист. – 2017. – № 51, 21 янв. – С. 16, 17.
3. Шеремет, В. И. Проблема экономического состояния предприятия, [Текст] / В. И. Шеремет // Финансы и кредит. – 2016. – № 52. – С. 62-65.

# ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА «ЗАРЯ» п. ЕМЕЛЬЯНОВО

**Резвова О.Н.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Овсянко Л.А.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Налоговая система РФ является одним из наиболее действенных инструментов регулирования экономических отношений. Многие видят в налогах лишь фискальный смысл, т.е. взимание государством с физических и юридических лиц обязательных платежей (налогов) для финансирования государственных расходов на здравоохранение, образование, оборону, государственный аппарат и т.п. При этом упускается из виду, что налоги служат также мощным экономическим регулятором, способным влиять на все стороны хозяйственной и социальной жизни общества. Регулирующее воздействие налогов должно быть направлено, прежде всего, на расширение налоговой базы, как федерального бюджета, так и региональных и местных бюджетов.[3]

Оптимизация налогообложения – это специальный процесс, связанный с совершением действий, направленных на минимизацию налогового бремени компании и увеличение положительных финансово-экономических результатов ее деятельности, за счет рационального применения положений и норм налогового законодательства. Целью оптимизации является не снижение налогов, а увеличение доходов субъекта предпринимательской деятельности после уплаты налоговых платежей. Ведь минимизация одних налогов может привести к увеличению других, а впоследствии — к штрафным санкциям со стороны налоговых органов.[2]

Система налогообложения в виде уплаты единого сельскохозяйственного налога (ЕСХН) – специальный налоговый режим, предназначенный для сельскохозяйственных производителей. Налогоплательщиками ЕСХН могут выступать организации и индивидуальные предприниматели, у которых доля реализации сельскохозяйственной продукции в общей выручке составляет не менее 70 %.[4]

Переход на уплату ЕСХН осуществляется организациями добровольно и предусматривает замену следующих платежей: налога на прибыль организаций, налога на имущество организаций, налога на добавленную стоимость (кроме НДС, который уплачивается с импортируемых товаров на территорию Российской Федерации) уплатой ЕСХН.[1]

К преимуществам ЕСХН можно отнести:

- замещение совокупности налогов (налог на прибыль организаций, налог на добавленную стоимость, налог на имущество организаций) на один (ЕСХН), вследствие чего облегчается налоговая нагрузка на малые и средние предприятия;
- удобные сроки оплаты (отчетный период – 6 месяцев, налоговый период – 12 месяцев);
- основные средства, приобретенные в период применения ЕСХН, списываются единовременно с момента их ввода в эксплуатацию.

ОАО «Птицефабрика «Заря» является градообразующим предприятием поселка Емельяново, расположенного под Красноярском. Основной вид деятельности — производство куриных яиц и мяса птицы. Также хозяйство занимается растениеводством, выращивает зерно, производит корма для птиц. Кроме того, котельная предприятия снабжает поселок Емельяново теплом.

Рационально подобранные размеры предприятия и правильно выбранное производственное направление позволяют в полном объеме использовать имеющиеся в наличии производственные ресурсы, обеспечить высокий уровень товарности и уровень финансовых результатов от реализации продукции. Размеры производства являются важными показателями анализа деятельности предприятия. Проведем данный анализ в таблице 1.

Таблица 1 – Размеры производства ОАО «Птицефабрика «Заря»

Показатель	Год			В среднем по отрасли	2016 г. в % к	
	2014	2015	2016		2014 г.	среднему по отрасли
А	1	2	3	4	5	6
Стоимость валовой продукции, тыс. руб.	1702577	1688877	2462800	1289306	144,65	191,02
Стоимость реализованной продукции, тыс. руб.	623352	631579	800830	693397	128,47	115,49
Площадь с.-х. угодий, га	2802	3327	3327	3568	118,74	93,25

Площадь пашни, га	2802	3327	3327	3568	118,74	93,25
Среднегодовая численность работников, занятых в с.-х. производстве, чел.	224	190	211	292	94,20	73,29
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	1073299	1176850	1234047	1111827	114,98	110,99
Размер энергетических мощностей, л.с.	30571	30301	27878,5	26363	91,19	105,75
Среднегодовое число тракторов, шт.	48	48	42	41	87,5	102,44
Условное поголовье птицы, гол.	207	281	221	665	106,76	33,23

Из данных таблицы 1 видно, что стоимость валовой продукции, произведенной на предприятии в отчетном году, в 1,9 раза превышает среднеотраслевой уровень. Величина произведенных ресурсов в 2016 г. больше чем в 2014 г., за исключением среднегодовой численности работников, размера энергетических мощностей, среднегодового числа тракторов. В большей степени увеличилась среднегодовая стоимость основных средств – на 114,98 %. Размер энергетических мощностей в отчетном году составил 91,19 % по отношению к 2014 г., условное поголовье скота – 106,76 % соответственно. Уровень специализации ОАО «Птицефабрика «Заря» определяется как углубленный, т.к. доля реализации сельхозпродукции в общей выручке составляет более 70 % на протяжении всего анализируемого периода.

ОАО «Птицефабрика «Заря» состоит на общей системе налогообложения, а это значит, что предприятию необходимо вести бухгалтерский учет в полном объеме и платить все налоги установленные законодательством РФ. Состав налогов, уплачиваемых организацией, определяется Налоговым кодексом РФ. В соответствии с текущим законодательством с организации взимаются федеральные, региональные и местные налоги.

Представим динамику налогов уплачиваемых ОАО «Птицефабрика «Заря» в бюджеты разных уровней в виде диаграммы:

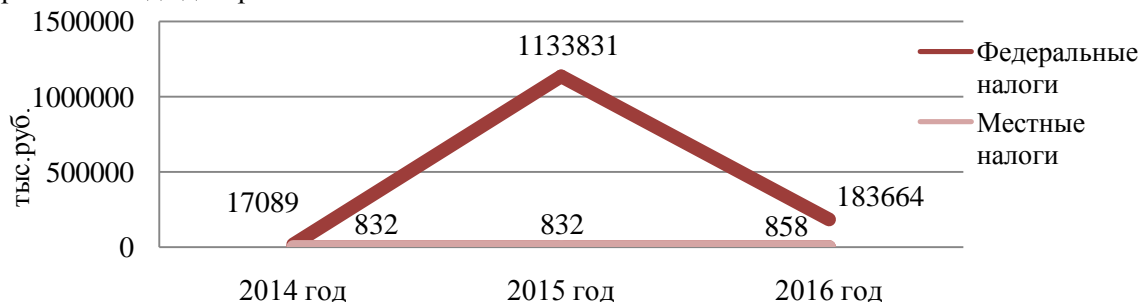


Рисунок 1: Динамика налогов уплачиваемых ОАО «Птицефабрика «Заря» в бюджеты разных уровней.

Из динамики видно, что наибольшую долю налогов ОАО «Птицефабрика Заря» уплачивает в федеральный бюджет. Региональные налоги ОАО «Птицефабрика «Заря» не уплачивает.

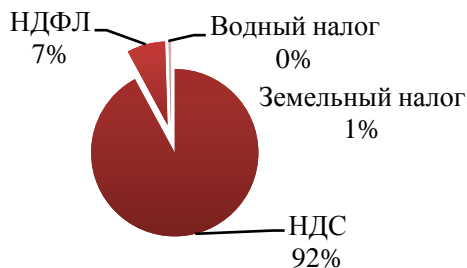


Рисунок 2: Структура налогов уплачиваемых ОАО «Птицефабрика «Заря» в бюджеты разных уровней.

Структура налоговых платежей ОАО «Птицефабрика «Заря» показала, что предприятие, находясь на общей системе налогообложения, платит довольно большой объем налоговых платежей. За исследуемый период ОАО «Птицефабрика «Заря» налог на прибыль организаций не уплачивала, так как в 2014 году ОАО «Птицефабрика «Заря» находилась на системе налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН). В 2015 и в 2016 годах налог на прибыль

организаций на предприятии не уплачивался, в связи с получением отрицательного финансового результата.

В целях уменьшения налоговой нагрузки предприятию следует перейти на систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН). Система налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей (ЕСХН) — это наиболее выгодный налоговый режим для малого бизнеса, направленный на уменьшение уплаты налогов и ведения отчетности. Как и любой другой специальный режим, ЕСХН одним единым налогом заменяет несколько основных налогов: налог на прибыль организаций, налог на добавленную стоимость.

Таблица 2 – Эффективность перехода на единый сельскохозяйственный налог

Налог	Платежи		Эффект применения ЕСХН
	Общая система налогообложения	ЕСХН	
А	1	2	3
ЕСХН, тыс. руб.	–	-	-
НДФЛ, тыс. руб.	13685	13685	0
НДС, тыс. руб.	170007	-	-170007
Водный налог, тыс. руб.	28	28	0
Земельный налог, тыс. руб.	858	858	0
Всего, тыс. руб.	184578	14571	-170007
Налоговая нагрузка, %	18,28	1,44	-16,84

Как видно из таблицы 2, предприятию для снижения налогового бремени рациональней всего перейти на ЕСХН. Эффект от перехода на специальный режим составит до 170007 тыс. руб. Налоговая нагрузка снизится на 16,84 %.

Таким образом, налоговая система является основной составляющей общей системы экономических отношений и мощным регулятором экономических процессов. Эффективность функционирования налоговой системы достигается путем сбалансированного сочетания всех ее функций с учетом интересов государства и налогоплательщиков. Анализ структуры налоговых платежей предприятия ОАО «Птицефабрика «Заря» показал, что предприятие, находясь на общей системе налогообложения, платит довольно большой объем налоговых платежей, поэтому для снижения налогового бремени, рациональней всего перейти на ЕСХН. Эффект от перехода на специальный режим составит до 170007 тыс. руб. Налоговая нагрузка снизится на 16,84 %.

#### Список литературы:

1. Налоговый кодекс РФ (ч.2) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 06.04.2016г.) // Правовая система «Консультант-Плюс» [Электронный ресурс]. - М., 2016г. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
2. Кацыка А. В. Оптимизация налогообложения в рамках существующего законодательства и государственное налоговое планирование // Управленческий учет. – 2016 г. – № 8. – С. 78-86.
3. Перов А. В., Толкушкин А. В. Налоги и налогообложение. — М.: Издательство Юрайт, 2014 г. – 996 с.
4. Селеменова Е.Г. Изменение в порядке применения специальных налоговых режимов / Е.Г. Селеменова // Бухгалтерская газета. – 2014 г. – № 6

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

**Красикова И.Е.**

*Научный руководитель: к.э.н. профессор Соколова И.А.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Сельское хозяйство подвержено множеству рисков и его функционирование в значительной мере зависит от степени адаптации к ним. Проблема усложняется тем, что не может быть единой схемы управления рисками, так как различия природно-климатических и социально-экономических условий по регионам России, требуют дифференцированного подхода.

Аграрная сфера относится к одной из наиболее рискованных отраслей. Главный источник риска для сельскохозяйственного производства большой временной промежуток между вложением



начальных затрат и выпуском продукции. Фактор времени приводит к усилению рыночного риска, который во многом обусловлен и высокой эластичностью цен на рынке продовольствия. Во всем мире ведение сельскохозяйственного производства в условиях риска является закономерным процессом. [1].

В связи с тем, что риск – это неотъемлемая часть аграрного сектора нужно иметь представление не только о том, что такое риск, но и о том какие виды рисков бывают, как их избежать или как уменьшить. Если не принимать мер по борьбе с рисками, то все усилия, вложенные в производство, сведутся к минимуму.

Сельское хозяйство имеет особенности, которые обуславливают специфику в проявлении рисков. Предприятию необходимо проводить оценку рисков для предотвращения убытков, наступления банкротства. Ведь главной проблемой сельскохозяйственных товаропроизводителей является обеспечение безубыточной деятельности. Риск – это не только возможность наступления убытков, но и возможность отклонения от целей, для достижения которых и принимается решение.

Широко известен факт существенного степени риска аграрных секторов, как развитых стран, так и развивающихся стран. К рискам аграрного сектора развитых стран относят: риск урожайности, ценовой риск, институциональный и финансовый риски, а для развивающихся стран добавляются риски несовершенства институционального устройства [3].

Риски аграрного сектора развивающихся стран разделяют на такие две группы: риски производственной деятельности и рыночные риски.

К рискам производственной деятельности относят: технологические, природно-климатические, риски персонала, урожайности и др.

Под технологическими рисками понимают обеспеченность техникой, средствами защиты растений, минеральными удобрениями, квалифицированным персоналом и т.д.

К природно-климатическим рискам относят: вымерзание, выпревание, снижение посевов вследствие града, бури, урагана, ливня, засухи, пожаров, болезней и т.д.

К рыночным рискам относят: маркетинговый, ценовой, финансовый, институциональный, информационный, политический, логистический и риск персонала.

Под маркетинговым риском понимают отсутствие необходимой рыночной и транспортной инфраструктуры, значительное увеличение себестоимости, вызванное высокими маркетинговыми расходами.

Ценовой риск. Цены на продукцию аграрного сектора имеют значительный уровень волатильности, поэтому вполне возможно, что ожидаемый уровень цен, обеспечивающий рентабельность производства данной культуре не будет зафиксированным в ожидаемый срок.

Финансовый риск, определяемый непредсказуемыми изменениями условий кредитования аграрного сектора.

Институциональный риск отражает влияние регуляторных мер. К институциональному риску можно отнести риск изменений базы или налоговых ставок для предприятий аграрного сектора. Кроме того, в условиях открытости экономики, большое значение имеет таможенно-тарифная политика государства.

Информационные риски – связаны с созданием, передачей, хранением и использованием информации с помощью электронных носителей и иных средств связи.

Риски персонала – квалификация и мотивация специалистов, их адаптированность к условиям рыночной среды, уровень управления персоналом на предприятии.

Политический риск – это вероятность полной или частичной потери собственности вследствие политических волнений.

Под логистическими рисками понимают отклонение от установленных целей, ожидаемых результатов, вследствие нарушения устойчивости системы логистики предприятия для достижения оптимального экономического эффекта[2].

Так же существуют особенности рисков в сельском хозяйстве

**Погодные риски.** Неблагоприятные погодные условия прямо влияют на урожайность сельскохозяйственных культур, а, следовательно, на издержки производства, объемы реализации продукции, размер прибыли и рентабельность

Другая особенность – это **биологическая природа используемых в сельском хозяйстве производственных ресурсов** и получаемой продукции. Сроки и последовательность выполнения технологических операций предопределены этой природой, а их нарушение неизбежно усиливает риск потери продукции и дохода.

Наконец, для сельского хозяйства характерна еще одна особенность - **территориальная протяженность (рассредоточенность) производства**, особенно в таких отраслях, как полеводство, садоводство, пастбищное животноводство.

Таким образом, в агропромышленном секторе экономики переплетаются общие для всех отраслей и специфические для АПК источники рисков [4].

Частью сельскохозяйственных рисков можно управлять непосредственно в хозяйстве, на ферме, другая часть находится вне управления и должна быть покрыта программой страхования.

Управление существующими сельскохозяйственными рисками может осуществляться:

а) на уровне хозяйства, фермы:

- прогрессивные технологии производства
- кооперация - возможность распределения риска среди группы фермеров, а также по вертикальной цепи производства продуктов питания;
- рыночные технологии продаж - заключение контрактов на производство/продажу сельскохозяйственной продукции; фьючерсных контрактов;
- управление капиталом и долгами;
- страхование с/х рисков;
- диверсификация доходов
- подработки в других отраслях, например, туризм, лесное хозяйство и т.п.

б) на государственном уровне:

- меры, помогающие фермеру минимизировать риски через систему исследовательских и консультационных учреждений.
- меры государственного регулирования рынка
- обеспечение нижней граничной цены сельскохозяйственной продукции, интервенции, компенсационные выплаты экспортерам, обеспечение хранения продукции, квоты;
- компенсация ущерба от стихийных бедствий.
- субсидируемые программы страхования.
- валютный риск - монетарными методами Европейский Союз обеспечивает некоторую компенсацию для фермеров за пределами еврозоны, что также поддерживается национальными мерами по решению конкретного государства[2].

Важную роль в системе управления риском играет правильный выбор мер предупреждения и минимизации риска. Основой выбора конкретного меры предупреждения и минимизации риска является целенаправленный поиск оптимального, целесообразного и экономически выгодного в данной ситуации вида воздействия на риск, как избежание, выравнивание, сохранение, снижение или передача риска.

Избежание риска – это меры, направленные на недопущение рискованных ситуаций.

Выравнивание риска – это процесс нейтрализации негативного влияния осуществления рискованных операций за счет параллельного проведения операций, которые дают гарантированно положительный результат или осуществления распределения потерь среди субъектов, причастных к хозяйственному риску.

Снижение риска – это уменьшение размеров возможного ущерба, или вероятности наступления неблагоприятных событий.

К методам снижения рисков аграрного сектора на макроуровне относят: *страхование*, главной целью которого является компенсация производителям имущественных убытков урожая, возникшие из-за влияния природно-климатических рисков, а также улучшение финансового положения аграриев и обеспечения лучшего доступа к кредитным ресурсам; *лимитирование* – установление лимита, т.е. предельных сумм расходов, продажи, кредита и т.д.; *хеджирование* позволяет избежать ценового и инфляционного рисков при осуществлении предприятием сделок на товарных или фондовых биржах.

Основными методами снижения рисков аграрного сектора на микроуровне есть: увеличение уровня капитализации, уменьшение погодных рисков, диверсификация и специализация.

Теория и практика риск-менеджмента в АПК выработала некоторые специальные методы и типы принятия управленческих решений, которые изначально направлены на снижение риска и неопределенностей в аграрной сфере.

**1. Сбор информации.** Социологические опросы среди сельских товаропроизводителей наиболее актуальными на сегодня считают следующие мероприятия по сбору объективной информации:

- по возможностям маркетинга производимой и реализуемой продукции;

- прогноз и анализ природно-климатических условий хозяйствования;
- использование новых технологий в сельскохозяйственном производстве и др.

**2. Выбор менее рискованных технологий.** Например, использование интенсивных технологии по производству животноводческой продукции дает более устойчивые результаты, по сравнению с экстенсивными по той простой причине, что экстенсивные технологии в большей степени зависят от колебаний погодных условий.

**3. Диверсификация.** Цель диверсификации заключается в нахождении оптимальных комбинаций различных видов деятельности с целью минимизировать риск в целом, а не в простом выборе тех видов деятельности, которые менее подвержены различного рода колебаниям.

**4. Гибкость и эластичность.** Гибкость сельскохозяйственного предприятия заключается в том, что хозяйство имеет возможность сравнительно легко и достаточно эффективно реагировать на изменение внешних и внутренних условий деятельности.

**5. Страхование.** Как уже отмечалось, страхование является одним из основных способов управления рисками

Как подтверждают исследования, риски аграрного сектора тесно взаимосвязаны между собой, в связи с этим довольно трудно разграничить их виды. Все вышеперечисленные виды рисков влияют на прибыль предприятия и составляют подходящий риск. Для управления риском используют методы сохранения риска и компенсацию ущерба, снижения и исключения риска, передача ответственности за риск через страхование, финансовые гарантии и поручительства, внесение в договоры и контракты положений о риске и т.д. Игнорирование рисков может нанести существенный финансовый вред, следствием которого может стать банкротство.

#### **Список литературы:**

1. Китаева Т. Анализ финансово-хозяйственной деятельности – особенности и сюрпризы // Национальная экономическая газета. — 2014. — № 50. — С. 20.
2. Новрузов Б. Ликвидность и финансовая устойчивость: взгляните на свой бизнес // "Консультант", 2014, N 7
3. Пименов Н.А. Финансовая устойчивость и безопасность хозяйствующих субъектов [Текст] // Налоги. - 2012. - № 41. - С. 18 - 22.
4. Действия по минимизации рисков в аграрном секторе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=57333&cat\\_id=57141](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=57333&cat_id=57141)

#### ***ДИАГНОСТИКА РИСКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ, МЕРЫ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО ПТИЦЕФАБРИКА “ЗАРЯ” ЕМЕЛЬЯНОВСКОГО РАЙОНА***

***Дмитренко А. И.***

*Научный руководитель: к.э.н., профессор Соколова И. А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Институт банкротства – это комплексный подход определяющий вектор развития предприятия, как с точки зрения экономической, так и юридической.

Предназначением института банкротства является изменение производственно-экономических отношений, посредством своевременного выявления и купирования «больных» субъектов.

Способом излечения «больных» субъектов является взыскание долга с контрагента. В свою очередь институт банкротства дает возможность самому должнику восстановить утраченную им в процессе трудовой деятельности платежеспособность, а в последствии и восстановить устойчивую работу собственного предприятия с последующим увеличением оборотных денежных средств. [1]

В условиях самостоятельности и экономической обособленности, предприятия должны в любое время иметь возможность на погашение своих внешних долговых обязательств. Иными словами, предприятие должно быть платежеспособным в любой период времени финансовых отношений, что делает его привлекательным и ликвидным среди конкурирующих оппонентов.

Для борьбы с несостоятельностью организациями разрабатываются методы определенных систем контроля движения финансовых потоков. В законодательстве закреплено:

каждый субъект хозяйственной деятельности обязан делать все возможное, для недопущения банкротства.

Можно выделить несколько методов прогнозирования банкротства, учитывая размеры доступных данных, сроков и иных параметров:

- Метод экстраполяции.
- Метод экспертной оценки.
- Моделирование.

Метод экстраполяции представляет собой ряд инструментов, посредством которых осуществляется прогноз в небольшом промежутке времени, позволяющих выявлять причины, которые могут вызвать банкротство и влиять на общее финансовое положение не только компании, но и на ситуацию в стране. Параметры, используемые для прогнозирования возможного состояния неплатежеспособности, могут использоваться для прошлых периодов в текущем периоде.

Метод моделирования является одним из наиболее распространенных методов прогнозирования банкротства компании. Основная его особенность заключается в том, что подвергается анализу при помощи математических моделей и методов статистики определенные факторы, причем с использованием специального ПО на компьютере. Этот метод позволяет одновременно использовать и анализировать большой массив информации: как демографической, экономической, социальной, и т.д.

Метода моделирования имеет особенность прогнозирования поведения конкретных лиц или сотрудников организации, влияющих на состояние фирмы, которые могут привести к банкротству, посредством нарушения существующего законодательства. [4]

Предупреждение банкротства – это сфера деятельности, которая направлена на улучшение характеристик и отношений фирмы с целью избежать угрозу банкротства. Предупреждение банкротства предусматривает поиск и разрушение действий, способных к распространению умышленного и фиктивного банкротства, выявляет признаки негативного влияния отдельных лиц на деятельность фирмы, а также устраняет факторы, способные привести к банкротству.

Прогнозы – это предварительные меры, предупреждающие банкротство предприятия, подразумевающие дальнейшие комплексные действия, направленные на защиту против намеренного банкротства. Недопущение банкротства также является борьбой с попытками нарушения коммерческой тайны.

Основной частью этой системы можно выделить определенных лиц, занимающихся предупреждением банкротства, их сотрудничество между собой, а также применение ими различных мер по предупреждению и состоятельности, которые в свою очередь образуют комплексные стратегии по борьбе с банкротством и его негативных последствий.

Наиболее приемлемый способ предупреждения банкротства – это прогнозирование и принятие соответствующих мер, защищающих и улучшающих состояние компании.

Количество и качество информации, доступной для анализа, а также исследование ситуации в стране и среди других фирм в целом, является успешной борьбой с таким негативным явлением как банкротство.

Для примера была проведена диагностика риска банкротства на предприятии ОАО Птицефабрика «Заря».

Доля выручки от реализации яйца в общем объеме товарной продукции увеличилась и составила в отчетном году 95,24%. Удельный вес выручки от реализации мяса птицы и продукции, а также его переработки, уменьшился и составил в отчетном году 4,85 %. В свою очередь предприятие произвело продукции на сумму 805 млн. 104 тыс. р.

Рост реализованной продукции увеличился на 170 млн. 456 тыс. р., или на 21,17 % по отношению с предыдущим отчетным периодом.

Увеличение стоимости продукции сопровождалось увеличением всех элементов затрат, за исключением материалоотдачи.

Снижение рентабельности затрат в целом по хозяйству в 2015 г. обусловлено повышением себестоимости реализованной продукции в 2015 г., что в свою очередь негативно отражается на темпах роста предприятия.

В отчетном году суммарная прибыль от продаж была получена в размере 79664 тыс. р. при уровне рентабельности 11,69%.

Увеличение суммы кредиторской задолженности говорит о том, что снижается уровень платежеспособности предприятия, а также уменьшается возможность достичь оптимальное соотношение между кредиторской и дебиторской задолженностью.

Дебиторская задолженность с каждым годом увеличивается. А увеличение дебиторской задолженности приводит к отвлечению из хозяйственной деятельности данного предприятия оборотных средств, а в последствии и к финансовым затруднениям.

Доля основных средств на конец периода в 2014 г. составила 66,45 %, а в 2015 г. – 59,98 %, произошел рост незавершенного строительства, что свидетельствует об увеличении длительности производственного цикла из-за снижения организационно-технического уровня производства и труда.

В качестве негативного момента можно отметить отрицательную нераспределенную прибыль, т. к. это увеличивает риск невозврата долгов в случае наступления неблагоприятных событий, а также увеличивает зависимость предприятия от внешних источников финансирования.

Финансовая устойчивость предприятия находится в кризисном состоянии из-за недостатка собственных оборотных средств, необходимых для финансирования текущей деятельности, а значит предприятие зависит от внешних источников. [2]

Проведя оценку банкротства на предприятии, можно сделать вывод о высокой вероятности банкротства на птицефабрике «Заря».

В результате предложенных мероприятий изменилась структура произведенного яйца, что привело к увеличению прибыли на 275522 тыс. руб., снижению себестоимости на 4867 тыс. руб. и увеличению уровня рентабельности по производству яйца до 56,34 %.

По результатам проведенного исследования, можно предложить следующее: повысить уровень механизации производственных процессов; разработать методы, направленные на ускорение сбора платежей по дебиторской задолженности, а также оценки условий и политики кредитования; определиться с основными активами, которые не используются производством.

Отсюда следует логическое заключение, что увеличение вероятности банкротства на предприятии явилось следствием неэффективного распределения дебиторской и кредиторской задолженности, а также ухудшение технической оснащённости производства из-за несвоевременной замены устаревших технологических узлов в производственном цикле на более современные, экономично обоснованные и высокопроизводительные. [3]

#### **Список литературы:**

- 1 Зевайкина, С.Н. Диагностика вероятности банкротства предприятия [Текст] / С.Н. Зевайкина. – М.: Аудитор, 2014. – 512 с.
- 2 Иванова, А. М. Оценка платежеспособности и финансовой устойчивости Красноярского края [Текст] / А.М. Иванова. // аналитическая записка, 2011. – С.62.
- 3 Кукунина, И.Г. Финансовая диагностика в антикризисном управлении [Текст] / И.Г. Кукунина // Проблемы экономики, финансов и управления производством. – 2015. – С.50-54.
- 4 Маслов, Б.Г. Методы диагностики вероятности банкротства [Текст] / Б.Г. Маслов, Н. В. Пчеленок. – М.: Управленческий учет. №2, 2014. – С.26.

### ***ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ***

***Бушуева К.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шестакова Н.Н.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Местные бюджеты являются частью структуры единой бюджетной системы Российской Федерации и находятся на третьем уровне, после федерального бюджета и бюджетов субъектов Федераций.

При помощи Федерального закона от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» помимо принципов организации местного самоуправления в Российской Федерации существенно модифицировались полномочия органов местного самоуправления, принципы формирования доходов местных бюджетов и предоставления финансовой помощи местным бюджетам из федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ.

Местный бюджет каждого муниципального образования имеет множество задач, но основной считается сохранение признаков муниципального образования в процессе реализации местного самоуправления благодаря финансовой поддержке.

Органы местного самоуправления, во время исполнения возложенных на них функций, используют соответственные права, имущественную базу, материальные и финансовые ресурсы. В соответствии со статьей 14 Бюджетного кодекса Российской Федерации и частью 1 статьи 52 Федерального закона от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ каждое муниципальное образование располагает собственным бюджетом.

Наличие личного бюджета делает крепче их экономическую самостоятельность, активизирует хозяйственную деятельность, разрешает им формировать общественную инфраструктуру на подведомственной территории, расширять ее экономический потенциал, выявлять и использовать резервы финансовых ресурсов.

Отметим, что с каждым годом роль местных бюджетов возрастает, однако, местные бюджеты не могут в полной мере выполнять свою работу из-за несовершенства финансовой системы и нестабильности экономики. Вследствие этого совершенствуется нормативно-правовая база местных бюджетов.

Развитие муниципальных образований в социально-экономической сфере зависит от наличия в местных бюджетах финансовых ресурсов, за счет которых органы местного самоуправления могут эффективно решать вопросы местного значения.

Обратимся к Федеральному закону от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ, где в статье 55 сказано, что для выполнения порученных на органы местного самоуправления вопросов местного значения они наделяются соответствующими финансовыми ресурсами, которые составляют собственные доходы местного бюджета.

К собственным доходам местных бюджетов относятся:

- средства самообложения граждан;
- доходы от местных налогов и сборов;
- доходы от региональных налогов и сборов;
- доходы от федеральных налогов и сборов;
- все виды финансовой помощи;
- доходы от использования имущества, находящегося в муниципальной собственности (неналоговые доходы);
- часть прибыли муниципальных предприятий, которая остается после уплаты налогов и осуществления иных платежей, в размерах, определяемых нормативными правовыми актами представительных органов муниципального образования, и часть доходов от оказания органами местного самоуправления и муниципальными учреждениями платных услуг, остающаяся после уплаты налогов;
- штрафы, установленные в соответствии с федеральным законом и отнесенным к компетенции органов местного самоуправления;
- добровольные пожертвования;
- иные поступления в соответствии с федеральными законами, законами субъектов Российской Федерации и решениями органов местного самоуправления.

Общие принципы формирования доходов бюджетов всех уровней установлены в Бюджетном Кодексе РФ. Всем известно, что доходы бюджетов формируются за счет налоговых и неналоговых видов доходов, но они также формируются за счет безвозмездных и безвозвратных перечислений.

Существует классификация доходов бюджетов Российской Федерации, утвержденной Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 21.12.2005 № 152-Н «Об утверждении Указаний о порядке применения Бюджетной классификации Российской Федерации». Ей обязаны руководствоваться органы местного самоуправления муниципальных образований всех типов при формировании и исполнении местных бюджетов по доходам.

В последнее время практически ежегодно меняются доходные источники местных бюджетов. Такая нестабильность способствует отрицательной тенденции, а именно понижению заинтересованности органов власти местного самоуправления в экономическом развитии соответствующих территорий, формировании благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата, а также препятствует проведению долгосрочной экономической и бюджетной политики.

В данных обстоятельствах следует укреплять финансовую базу муниципалитета за счет развития их экономических возможностей и увеличения налогооблагаемой базы, повышения числа местных налогов и роста нормативов отчислений в местные бюджеты от федеральных налогов и сборов. Также укрепление финансовой базы муниципалитета будет происходить благодаря налогам,

предусмотренным специальными налоговыми режимами, которые установлены федеральным законодательством, в соответствии с растущим объемом расходных обязательств муниципальных образований.

Отметим, что местный бюджет имеет доходную и расходную части.

Доходы бюджета являются денежными средствами, которые поступают в безвозмездном и безвозвратном порядке в соответствии с законодательством Российской Федерации в пользование органов местного самоуправления.

Рассматривая расходы местных бюджетов, можно смело сказать, что они связаны с планами и экономического, и социального развития территорий, соответствующих муниципалитетам. Устав муниципального образования и иные правовые акты органов местного самоуправления устанавливают порядок исполнения расходной части местного бюджета.

В расходной и доходной частях местных бюджетов предусматривается отдельное финансирование решения вопросов местного значения и реализации органами местного самоуправления некоторых федеральных полномочий, полномочий субъектов РФ.

Необходимо отметить, что расходная часть местных бюджетов предусматривает расходы, связанные с обслуживанием и погашением муниципального долга. Они возникают из муниципальных займов, которые от имени муниципального образования выпускают ценные бумаги, а также из договоров о предоставлении муниципальных гарантий. Последние представляют собой способ, обеспечивающий гражданско-правовые обязательства, в силу которых муниципальное образование выступает гарантом, предоставляющим письменное обязательство отвечать за исполнение лицом, которому предоставляется такая гарантия, обязательства перед третьими лицами.

Подводя итоги, следует сделать вывод, что в современных условиях одной из основных проблем муниципальных образований является несоответствие размеров собственных доходных источников муниципальных бюджетов объему их расходных обязательств, что выражается в недостатке финансовых ресурсов для развития инфраструктуры муниципалитетов, выполнения ими своих функций, предоставления населению социальных услуг.

До тех пор, пока существующие проблемы формирования и исполнения местного бюджета не будут решены, нельзя будет говорить о достижении окончательных результатов реформы местного самоуправления в РФ.

## **ТЕНДЕНЦИИ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И БЕЗРАБОТИЦЫ В РФ И КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ**

**Ворончихина А.А.**

*Научный руководитель: ст. преподаватель Федорова М.А.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Ситуация с занятостью и безработицей является актуальной социально-экономической проблемой рыночной экономики. От уровня безработицы зависят такие показатели как уровень преступности, уровень жизни населения, наличие квалифицированной рабочей силы, уровень иммиграции. Актуальность статистического изучения данных категорий обусловлено необходимостью планирования государственного бюджета, социальных расходов.

Проблемы занятости населения остро стоит во всех регионах РФ, поскольку добиться такого состояния, чтобы занято было все трудоспособное население невозможно. В рамках «нормального движения рабочей силы» происходит постоянное перемещение - одни вступают в рабочую силу, другие выходят из ее состава, третьих увольняют или они сами увольняются, четвертые находятся в поисках работы [1].

Рассматривая проблемы занятости населения необходимо рассмотреть основные понятия, характерные для данного экономического процесса.

Экономически активное население представляет собой часть населения страны, которая предлагает свой труд для производства материальных благ и услуг, при этом к занятому населению следует относить лиц в возрасте от 16 лет и старше по факту занятых в производстве товаров и услуг. Занятость населения это показатель благосостояния народа. Безработные – это лица, не имеющие работы или доходного занятия, ищущие работу и готовы приступить к ней [3]. В каждой стране выделяют определенный «естественный» уровень безработицы, например в США – 5,5%, в РФ – 7,0% [1].

Если оценивать ситуацию в целом по России, то можно отметить следующее, уровень занятости в 2014 году составил 65,4 %. В целом численность экономически активного населения на конец 2014 года составила 75,5 млн. чел., или 53 % от общей численности населения страны, при этом 71,6 млн. чел. позиционировались как занятые экономической деятельностью и 3,9 млн. чел. – как безработные.

В январе 2017 года численность экономически активного населения составила 75,9 млн. чел., или 52 % от общей численности населения страны, при этом 71,6 млн. чел. позиционировались как занятые экономической деятельностью и 4,3 млн. чел. – как безработные. Уровень занятости населения РФ составил 65 % [4].

Отразим указанные выше изменения графически на рис. 1. с построением линии тренда численности безработных.

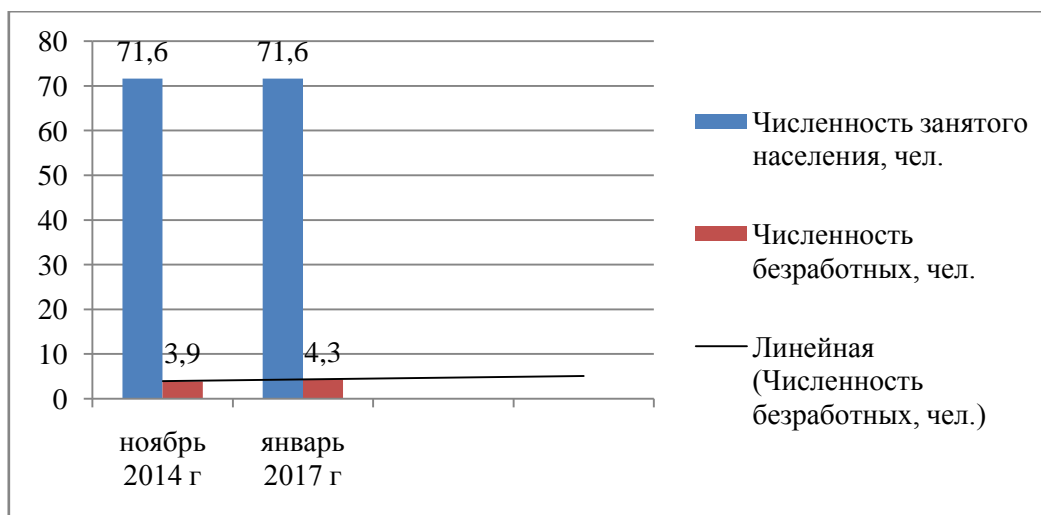


Рисунок 1 – Построение тренда численности безработных в РФ

Таким образом, численность занятого населения осталась неизменной на протяжении анализируемого периода, а численность безработных в общей численности экономически активного населения растет, о чем также свидетельствует наклон тренда.

Если оценивать уровень занятости в региональном разрезе, то необходимо отметить, что уровень безработицы по методологии МОТ (в % от численности экономически активного населения без корректировки сезонных колебаний) в целом по РФ составил в январе 2014 г 5,5%, в 2016 года - 5,8 % и в январе 2017 года – 5,6%, в Сибирском федеральном округе 7,5%, 8,3 % и 7,7 %, соответственно [4]. Следует отметить, что для Красноярского края характерны следующие изменения в январе 2014 г 5,0%, в 2016 года – 4,4 % и в январе 2017 года – 5,8 % [5].

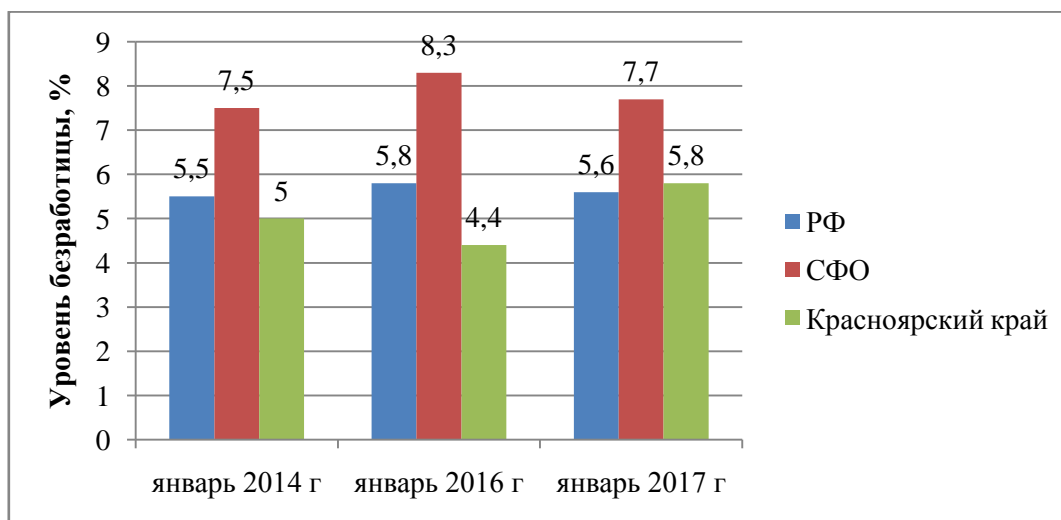


Рисунок 2 – Динамика уровня безработицы, %

Уровень безработицы в Сибирском федеральном округе значительно выше общероссийского уровня, однако темпы снижения безработицы, а, следовательно, темпы роста занятости населения



региона значительно превышают тенденции в целом по стране, что свидетельствует о более высокой результативности программ нацеленных на обеспечение занятости населения региона в 2017 г. Ситуация непосредственно на территории Красноярского края несколько иная в 2016 году зафиксирован минимальный уровень безработицы за анализируемый период, а в 2017 году данный показатель существенно вырос.

С целью сокращения безработицы предпринимаются различные меры: создание новых рабочих мест, изменение системы образования, соответствующей современным тенденциям рынка труда, создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса [1].

В связи с усугублением ситуации на территории Красноярского края в августе 2016 года принята к исполнению Региональная программа дополнительных мероприятий в сфере занятости населения, направленных на снижение напряженности на рынке труда, которая разработана в соответствии с Федеральным законом от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации», и с постановлением Правительства РФ от 29.02.2016 № 155 «О предоставлении и распределении в 2016 году субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию дополнительных мероприятий в сфере занятости населения, направленных на снижение напряженности на рынке труда субъектов Российской Федерации».

Ожидаемые результаты от ее реализации это повышение конкурентоспособности на рынке труда не менее 182 граждан; создание и сохранение не менее 121 рабочего места; поддержка занятости не менее 6 инвалидов [6].

Основные мероприятия в рамках реализации данной программы это, прежде всего, реализация проектов направленных на импортозамещение, на внедрение инноваций и на развитие персонала, при этом работодателям реализующим данные проекты предусмотрено возмещение затрат на частичную оплату труда высвобожденных работников, выпускников профессиональных образовательных организаций (в течение срока, не превышающего 2 месяцев – при условии принятия таких работников на постоянную работу; в течение срока, не превышающего 2 месяцев – при условии принятия таких работников на временную работу).

#### **Список литературы:**

- 1 Арбатский Д.В. Проблема занятости и безработицы // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского, 2010. - №16(20). – С. 43-45.
- 2 Хаметшина А.А. Проблемы занятости населения в Российской Федерации // Социологические науки, 2016. - №46-1.
- 3 Башмакова А.О. Актуальные проблемы занятости населения в России / А.О. Башмакова, С.А. Стрекалова // Научные исследования: от теории к практике: материалы X Международной научно-практической конференции - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. - № 4 (10). - С. 121–122.
- 4 Занятость и безработица в Российской Федерации в январе 2017 года // <http://www.gks.ru>
- 5 Социально-экономическое положение Красноярского края в январе-феврале 2017 года // <http://web.krasstat.gks.ru>
- 6 Региональная программа дополнительных мероприятий в сфере занятости населения, направленных на снижение напряженности на рынке труда от 18.08.2016г № 402-п // <http://trud.krskstate.ru>

#### ***РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА НА ПРИМЕРЕ ОАО ПТИЦЕФАБРИКА ЗАРЯ***

***Числов Р.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Овсяко Л.А*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Инвестиции означают «капитальные вложения» или вложения финансовых средств во всевозможные виды финансовой деятельности с целью сохранения и роста денежных средств [3].

Сходная по смыслу формулировка содержится и в Федеральном законе «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1998 г. № 39-ФЗ (в редакции от 28.12.2013 г.) [1]. Инвестиции обуславливаются в нем как денежные средства, ценные бумаги, прочее имущество, в том числе имущественные права, иные права,

имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) другой деятельности в целях получения дохода и (или) достижения иного полезного результата [4].

С определением «инвестиции» непосредственно связано и формулировка «инвестиционная деятельность». Термину «инвестиционная деятельность» можно дать широкое и узкое определение. В широком смысле инвестиционная деятельность - это деятельность, связанная с инвестицией средств в объекты инвестирования с целью получения заработка (результата). В тесном смысле инвестиционная деятельность, или по существу инвестирование, представляет собой процесс преобразования инвестиционных ресурсов в капиталовложения [5].

Любой инвестиционный проект требует разработку и анализ эффективности, а также перед тем как его разрабатывать нужно знать, в каком финансовом состоянии находится данное предприятие [2].

ОАО Птицефабрика Заря считается государственным предприятием, которое расположено в благоприятном территориально-географическом положении, так как находится в 30 км.от города Красноярска, который является главным пунктом сбыта продукции. Производственное направление предприятия определяется как птицеводческое и животноводческое.

Устойчивое финансовое состояние организации является залогом его выживаемости в рыночных условиях. Если опираться на отчетность птицефабрики, то можно выявить, что на предприятии наблюдается не в лучшие финансовые состояния. Так, за период исследования рентабельность производства снизилась более чем на 4 % и в 2015 г. в сравнении составила 11,7 %. На протяжении трех лет отрасль птицеводства была не стабильной, происходил то спад, то резкое увеличение прибыли от продаж: 2013г – 75681 тыс.р. 2014г – 87402 тыс.р. 2015г – 79930 тыс.р.

Исходя из выше приведенных данных можно сделать вывод, что на предприятии необходимо стабилизировать финансовую ситуацию, укрепив конкурентные преимущества за счет расширения ассортимента производимой продукции. Предлагается ввести в производство перепелиные яйца - это единственный вид яичной продукции, который можно потреблять в сыром виде без опасения заболеть различными инфекционными заболеваниями. Одним из ценнейших свойств перепелиных яиц считается их долгая сохранность. Данный продукт это кладовая питательных веществ, по сравнению с куриным яйцом – в одном грамме перепелиного яйца содержится витаминов: «А» - 2,5 раза, «В1» в 2,8 и «В2» - 2,2 раза больше. Витамин «Д», препятствующий развитию рахита, содержится в перепелиных яйцах в активной форме.

По мимо яиц так же будет в производстве и дальнейшей продаже: перепёл, тушка, инкубационное яйцо перепелиное. В настоящее время спрос очень велик на данную продукцию. Для осуществления проекта понадобится инвестиции в размере Определены размеры необходимых инвестиций =13030,6 тыс.руб. (табл. 1).

Определим затраты инвестиционные на покупку птицы, стоимость единицы молодняка составляет 50 руб., самки взрослой - 250 руб. и перепела взрослого – 75 руб., следовательно, инвестиции необходимы в размере 650 тыс.руб. Необходимо приобрести оборудования для кабинетов, сан. узла, оборудования складского помещения, что составит порядка 300 тыс.руб.

Для осуществления инвестиционный проект предполагается взять кредит на выгодных условиях в банке «РосСельхозБанк» с сроком до 5 лет, под 8,8% годовых. Погашение кредита будет проходить равными долями ежемесячно (табл. 2).

Таблица 1 – Инвестиции, необходимые для осуществления проекта:

Статья расходов	тыс.руб.
Здание:	
Покупка здания с коммуникациями	2600,0
Ремонтные работы	800,0
Оборудование:	
Полный комплект оборудования для производства	5912,1
Дополнительное оборудование	300,0
Транспортные средства:	
Грузовые машины типа Газель для перевозки продукции (4 авто, стоимость 650 тыс.руб.)	2600,0
Оборотные средства:	
Птица:	
Молодняк (1000 -50р)	650,0
Самки (2000-250р)	
Самцы (1000-75р)	
Корма (на 2 месяца работы фермы)	160,0
Прочие расходы:	
Приобретение пакета документации	8,5
<b>ИТОГО инвестиций</b>	<b>13030,6</b>

Величина кредита равна 13 000 тыс.руб. В целях наименьшей переплаты кредит предполагается взять на 3 года под 8,8 процентов годовых. При этом, на графике можно отметить, что с последующей выплатой, процент будет снижаться и за счет чего и будет наименьшая переплата. Итого в 2016 г предприятие обязано выплатить банку с процентами 5303 тыс. руб., в 2017 г. – 4 921 тыс. руб., а в 2018г. – 4 540 тыс. руб.

Таблица 1 - График погашения кредита:

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018	ИТОГО
Величина кредита	13 000				
Погашение кредита		4 333	4 333	4 333	13 000
Выплата процентов		969	588	207	1 764
Итого	13 000	5 303	4 921	4 540	14 764

По графику прогнозируемой чистой прибыли можно отметить, что на четвертый год реализации, поступления от проекта будут стремительно увеличиваться и с каждым годом чистая прибыль будет только расти, что приведет к улучшению финансового состояния предприятия.

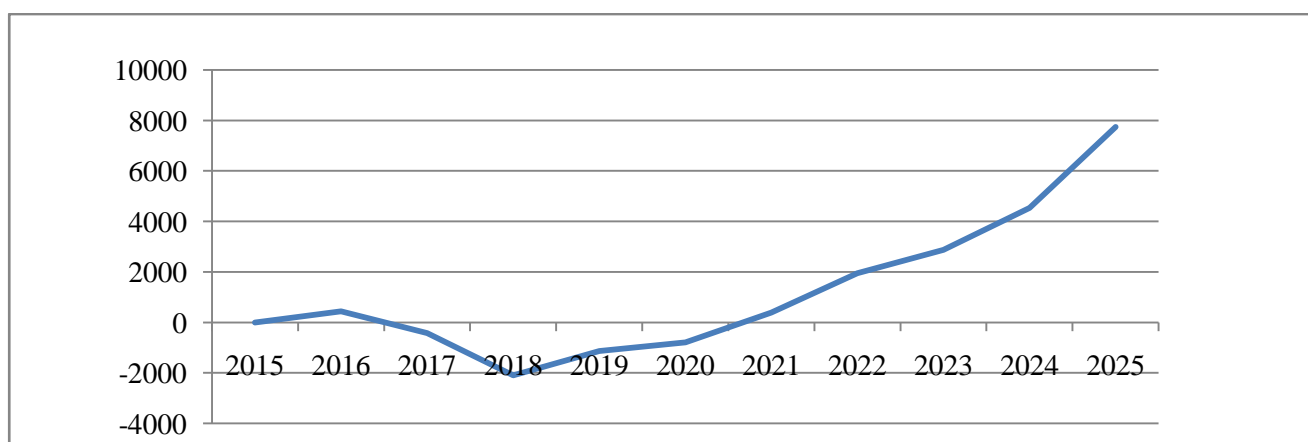


Рисунок 2 – Динамика прогнозируемой чистой прибыли от реализации проекта, тыс. руб.

Продолжительность жизненного цикла определяем в среднем 10 лет.

Через 10 лет рыночная стоимость оборудования составит 10% от его первоначальной стоимости

Рыночная стоимость =  $10794 * 10\% = 1079,4$  тыс. руб.

Затраты на ликвидацию составят 5% от рыночной стоимости оборудования через 10 лет.

Затраты на ликвидацию =  $1079,4 * 5\% = 54$  руб.

Операционный доход =  $1079,4 - 54 = 1025,4$  тыс. руб.

Налоги =  $1025,4 * 0,2 = 205,1$  тыс. руб.

Чистая ликвидационная стоимость =  $1025,4 - 205,1 = 820,3$  тыс. руб.

Оценка эффективности проекта включает в себя расчет таких экономических показателей как чистая текущая стоимость доходов (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), индекс доходности (PI), срок окупаемости (PBP). Приведенные расчеты показывают, что по всем критериям эффективности данный проект следует принять,

NPV= 2029 тыс. руб. > 0

IRR= 25%, при то что требуемая доходность составляет  $r = 20\%$

PI = 2,9 > 1.

И дисконтированный срок окупаемости составляет 3 года 8 месяцев (PBP).

Таким образом, инвестиционный проект по созданию перепелиной фермы является эффективным и предпочтительным для реализации в ОАО Птицефабрика Заря.

#### Список литературы:

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (ред. от 23.05.2015): [электронный ресурс] / режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

- 2 Журавкова, И.В. Анализ эффективности инвестиционной деятельности предприятия // И.В. Журавкова, Э.И. Крылов.// Финансы и статистика. 2014.- №5. 90с- 102с.
- 3 Захаров В.К. /Экономика и инвестиции в современной россии //В.К Захаров. - 2014. - №25. 22с – 25с.
- 4 Майданевич П.Н. /Оценка инвестиционной привлекательности предприятия / П.Н Майданевич// Журнал «Финансы и инвестиции» – №19.-2015. с.16 -20.
- 5 Новиков А.В. Оценка эффективности инвестиций// А.В Новиков// Журнал «Экономический анализ: теория и практика» - № 8. – 2014. – с.77-80

## **ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Репринцева К.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

При нынешнем состоянии экономики деятельность любого хозяйствующего субъекта является предметом внимания широкого круга членов рыночных отношений, которые заинтересованы в результатах его деятельности.

Финансовая деятельность организации в условиях рыночных отношений в первый черёд направлена на формирование ресурсов для будущего развития, а также на обеспечение роста доходности, поддержания инвестиционного интереса, т.е. на улучшение финансового состояния организации.

При рассмотрении сущности финансового состояния коммерческого предприятия как объекта исследования, важно заметить, что этот вопрос достаточно детально проанализирован как в отечественной, так и в зарубежной литературе по финансовому и экономическому анализу, финансовому менеджменту.

В данный момент времени ещё не выработано общее определение финансового состояния организации. Можно выделить несколько различных авторов в области экономики, подходы которых к этой проблеме значительно отличаются (таблица 1).

Таблица 1 - Понятие финансовое состояние

Автор	Финансовое состояние – это...
Банк С.В. [1]	экономическая категория, которая отражает состояние капитала в процессе его цикла и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на установленный момент времени. В процессе снабженческой, производственной и финансовой деятельности происходит сплошное развитие кругооборота капитала, изменяется структура средств и источников их формирования, наличие и потребность в финансовых ресурсах и как следствие финансовое состояние предприятия, внешним проявлением которого выступает платёжеспособность.
Шеремет А.Д. [7]	сложная экономическая категория, которая характеризуется рентабельностью активов и продаж, деловой активностью, рыночной стабильностью, ликвидностью и платёжеспособностью, а также показателями рыночной активности акционерной фирмы.
Любушин Н.П. [4]	способность организации финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования, их целесообразным размещением и эффективным использованием, финансовыми взаимоотношениями с другими физическими и юридическими лицами, платёжеспособностью и кредитоспособностью, финансовой устойчивостью.
Савицкая Г.В. [5]	экономическая категория, которая отображает состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта к саморазвитию на фиксированный момент времени.
Селезнева Н.Н. [6]	способность предприятия финансировать свою деятельность. Финансовое состояние характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платёжеспособностью и финансовой устойчивостью.
Бердникова Т.Б. [2]	совокупность показателей, которые отражают предприятие со стороны возможности погашения своих долговых обязательств.

Из этого следует, что финансовое состояние предприятия – это очень ёмкое понятие, которое невозможно охарактеризовать одним критерием. Это экономическая категория, которая представляет собой определённый уровень способности организации финансировать свою деятельность и характеризуется она обеспеченностью финансовыми ресурсами, которые необходимы для её

функционирования, целесообразностью их размещения, интенсивностью и эффективностью применения, а также устойчивостью их состояния.

Финансовое состояние предприятия зависит от всех факторов деятельности организации: уменьшения себестоимости продукции и увеличения дохода, роста эффективности производства, улучшения отношений с поставщиками и покупателями, улучшения процессов реализации и расчётов.

Значимость финансового состояния отдельного хозяйствующего субъекта для экономики и общества в целом зависит от его значения для каждого отдельного элемента этой системы.

Главная цель управления финансовым состоянием организации – это своевременное выявление и исключение недостатков финансовой деятельности, а также нахождение резервов улучшения финансового состояния организации и его платёжеспособности.

Выделяют внутренние и внешние факторы, которые оказывают влияние на финансовое состояние предприятия (рисунок 1).



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на финансовое состояние предприятия [3]

При оценке финансового состояния предприятия наивысший интерес отдают внутренним факторам, которые непосредственно зависят от деятельности организации, на которые возможно воздействовать и управлять. Влияние на внешние факторы невозможно, поэтому организация может лишь адаптироваться к их влиянию.

Основой управления является наличие оперативной и достоверной учётной информации, формирующейся на базе бухгалтерского и управленческого учёта. Состав таких сведений довольно-таки разнообразен: движение средств на счетах и в кассе предприятия, дебиторская и кредиторская задолженность предприятия, планы налоговых платежей, графики выдачи и погашения кредитов, уплаты процентов, и многое другое.

Следовательно, оценка финансового состояния организации начинается с первоначальной стадии, которая включает в себя сбор, проверку и обработку экономической информации организации.

#### Список литературы:

1. Банк, С.В. Система показателей комплексного анализа финансового состояния хозяйствующего

- субъекта [Текст] / С.В. Банк, А.В. Тараскина // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. - №4 – С.37.
2. Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учеб.пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 345с.
  3. Игнатов, А.П. Анализ ликвидности предприятия [Текст] / А.П. Игнатов // Практическая бухгалтерия. - 2012. - №6. – С. 22 – 26.
  4. Любушин, Н.П. Анализ методик по оценке финансового состояния организации [Текст]/ Н.П. Любушкин, Н.Э. Бабичесва // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. - №22 - С.79 – 86.
  5. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий [Текст]: учебник. - 3-е изд., испр. / Г.В. Савицкая. – Мн.: Новое знание, 2010. – 696с.
  6. Селезнева, Н.Н. Финансовый анализ. Управление финансами [Текст]: учеб, пособие для вузов / Н.Н. Селезнева, А.Ф. Ионова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 639с.
  7. Шеремет, А.Д. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учеб, пособие / А.Д. Шеремет. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИПБ-БИНФА, 2010. - 310 с.

**ДИАГНОСТИКА РИСКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГСХУ «УЧХОЗ МИНДЕРЛИНСКОЕ» СУХОБУЗИМСКОГО РАЙОНА**

**Григорян К.Г.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Тищенко М. А*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Современные условия развития экономики, подразумевают существование адекватного механизма обратной связи, основанного на теоретических знаниях и практическом умении управлять хозяйствующими субъектами. Отсутствие такой системы управления как экономикой в целом, так и каждым предприятием в отдельности с учётом его специфики приводят к нежелательным последствиям.

Так, в последствии принятия Закона РФ «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» в 1992 году, привело к массовым банкротствам, которые стали причиной социальной, экономической и финансовой напряженности страны [1]. Такая напряженность в стране привела к необходимости нового подхода к управлению предприятием, осуществлению диагностики его хозяйственной деятельности на предмет банкротства. Попытка предоставить возможность защиты предприятия от ликвидации посредством внедрения процедуры финансового оздоровления; предпринятая в законе 2002 года, на практике оборачивается официальной возможностью получить контроль над предприятием после предоставления ему финансового обеспечения.

В большей степени банкротству подвергаются сельскохозяйственные организации, на нее влияют следующие факторы: воздействие погодно-климатических условий; увеличение стоимости основных статей затрат в сельскохозяйственном производстве, которое существенно опережает рост стоимости закупочных цен на продукцию; недостаток собственных и привлеченных финансовых ресурсов. Кроме того, отрасль сельское хозяйство характеризуется недостаточной инвестиционной привлекательностью, что негативно влияет на непрерывное функционирование организации.

Банкротство сельскохозяйственных организаций в Российской Федерации - это распространённое явление. Статистика показывает, что если в период с 1995 г. по 2002 г. арбитражные суды рассматривали в среднем за год около 1000 дел о банкротстве, то с 2003 г. по 2012 г. ежегодно признавались банкротами около 15 000 предприятий.

Диагностика банкротства является важным этапом в функционировании организации, по результатам которой оценивается жизнеспособность предприятия. Именно на этой стадии принимаются решения о дальнейших мероприятиях финансового оздоровления [3].

Несмотря на большое количество методических подходов к диагностике риска банкротства, рекомендованных как отечественными, так и зарубежными экономистами, использование их в практическом анализе сельскохозяйственных организаций вызывает некоторые проблемы.

Тема актуальна в методологическом плане в связи с тем, что еще не выработана целостная научно обоснованная концепция диагностики банкротства. Отсутствует единая позиция по поводу того, какие подходы к разработке инструментов диагностирования банкротства наиболее предпочтительны в отечественных условиях.

Отечественные и зарубежные авторы охватывают в основном только методические вопросы диагностирования степени неплатежеспособности предприятий. Причем исследования чаще всего сводятся либо к применению иностранных методик к российской практике, либо к их модификации.

Отечественные разработки моделей оценки вероятности банкротства и кредитоспособности предприятий появились в 90-х годах прошлого века. К числу наиболее известных моделей прогнозирования риска банкротства можно отнести модели:

- четырех факторная модель, разработанная учеными Иркутской государственной экономической академии (г. Иркутск);
- методика прогнозирования банкротства, разработанная учеными государственного технологического университета (г. Казань);
- шестифакторная математическая модель О.П. Зайцевой (комплексный коэффициент банкротства, г. Новосибирск);
- модели А.В. Кольшкина (г. Санкт-Петербург);
- модель Р.С.Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова (Чувашия) - Экспресс оценка финансового состояния;
- комплексный индикатор финансовой устойчивости предприятия, предложенный профессором В.В. Ковалевым (г. Санкт-Петербург);
- модель Донцовой Е.Н. и Никифоровой (г.Москва) - Финансовая устойчивость [4].

Для проведения диагностики банкротства была выбрана модель О.П. Зайцевой, потому что именно эта модель позволяет довольно быстро провести экспресс-анализ финансового состояния производственных предприятий и достаточно точно оценить степень вероятности их банкротства.

Для примера была проведена диагностика риска банкротства по О.П. Зайцевой на предприятии ГСХУ «УЧХОЗ Миндерлинское».

Модель О.П. Зайцевой для оценки риска банкротства предприятия имеет вид:

$$K = 0,25X1 + 0,1X2 + 0,2X3 + 0,25X4 + 0,1X5 + 0,1X6$$

Составим таблицу 1 для расчетов, содержащую исходные балансовые данные ГСХУ «Учхоз Миндерлинское».

Таблица 1 – Экономические показатели, используемые для расчета модели О.П.Зайцевой в ГСХУ «Учхоз Миндерлинское», руб.

Показатель	Годы			Отклонение
	2013	2014	2015	
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	0	2214174	2460119	2460119
Собственный капитал	31845936	31845936	31845936	0
Кредиторская задолженность	7640068	9209669,5	10675688,5	3035621
Дебиторская задолженность	3353898	3516338	3824428,5	470530,5
Краткосрочные обязательства	25116311	30310489	25784589,5	668278,5
Оборотные активы	17076989	17248541	13795635	-3281353,5
Выручка	69000928	96283049	117090795	48089867
Долгосрочные обязательства	0	0	0	0
Валюта баланса/всего имущества	58462247	63656425	57630525,5	-831721

Рассчитаем значения критериальных показателей, для этого составим таблицу 2.

Таблица 2– Расчет показателей, используемых в модели О.П.Зайцевой по предприятию ГСХУ «УЧХОЗ Миндерлинское»

Показатель	Годы			Отклонение	Нормативные значения
	2013	2014	2015		
X1	0	0,0695	0,0773	0,0773	0
X2	2,278	2,6191	2,7914	0,5135	1

X3	1,4708	1,7573	1,869	0,3983	7
X4	0	0,023	0,021	0,021	0
X5	0,7887	0,9518	0,8097	0,021	0,7
X6	0,8473	0,6611	0,4922	-0,3551	X6 прошлые года

На основании расчетов можно сделать следующие выводы:

- результатом работы 2014 и 2015 гг. предприятия в ГСХУ «Учхоз Миндерлинское» был убыток, что свидетельствует о снижении эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия и возможной угрозе банкротства;

- значения второго показателя (отношение кредиторской к дебиторской задолженности) также выше нормативного больше чем в два раза на протяжении всего исследуемого периода, то есть, в случае необходимости полного погашения обязательств у предприятия ГСХУ «Учхоз Миндерлинское» может не хватить имущества для их погашения.

- наблюдается положительная динамика третьего показателя, хотя значения на протяжении всего исследуемого периода 2013- 2015 гг. оставались намного ниже нормативного значения 7;

- как отмечалось выше, в 2014 и 2015 гг. результатом хозяйственной деятельности предприятия ГСХУ «Учхоз Миндерлинское» был убыток, причем он составлял 2,3 и 2,1% в 2014 и 2015 гг. соответственно;

- значения пятого показателя были достаточно близки к нормативному 0,7. При этом величина заемных источников финансирования была меньше собственных в течение всего исследуемого периода, то есть предприятие обладает определенной финансовой независимостью от внешних источников финансирования;

- у значений шестого показателя наблюдается тенденция к снижению.

Для определения вероятности банкротства необходимо сравнить фактическое значение ( $K_{\text{факт}}$ ) с нормативным значением ( $K_{\text{н}}$ ), которое рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{н}} = 1,57 + 0,1 * X_6 \text{ прошлого года}$$

$$K_{\text{н}2014} = 1,57 + 0,1 * 0,8473 = 1,6547$$

$$K_{\text{факт}2014} = 0,25 * 0,0695 + 0,1 * 2,6191 + 0,2 * 1,7573 + 0,25 * 0,023 + 0,1 * 0,9518 + 0,1 * 0,6611 = 0,7977$$

$K_{\text{факт}} < K_{\text{н}}$ , это означает, что в ГСХУ «УЧХОЗ Миндерлинское» вероятность банкротства в 2014 году была достаточно низкой.

$$K_{\text{н}2015} = 1,57 + 0,1 * 0,6611 = 1,63611$$

$$K_{\text{факт}2015} = 0,25 * 0,0773 + 0,1 * 2,7914 + 0,2 * 1,869 + 0,25 * 0,021 + 0,1 * 0,8097 + 0,1 * 0,492 = 0,81$$

$K_{\text{факт}} < K_{\text{н}}$ , это означает, что в ГСХУ «УЧХОЗ Миндерлинское» вероятность банкротства в 2015 году, также была достаточно низкой.

Проведя диагностику банкротства по модели О.П. Зайцевой в ГСХУ «Учхоз Миндерлинское» сделаем следующие выводы:

На предприятии наблюдается хорошая динамика, все показатели идут на увеличение, диагностика банкротства показало, что у ГСХУ УЧХОЗ Миндерлинское» вероятность банкротства довольно низкая, однако увеличение непокрытых убытков, также увеличение кредиторской задолженности могут повлиять на рост угрозы банкротства.

Вследствие проблем были предложены следующие мероприятия: необходимо срочно снизить сумму получаемых убытков, выяснить, из- за чего происходит увеличение убытков. Также, необходимо провести переговоры со своими кредиторами с целью достижения определенной договоренности с ними (например, обсудить отсрочку платежей).

#### Список литературы:

1. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» №3929-1 от 19.11.1992 (недействующий) // Правовая система «Консультант- Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consultant.ru/>

2. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» №127-ФЗ от 26.10.2002 (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Правовая система «Консультант- Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://consultant.ru/>

3. Бугай, Ю.А. Проблемы устойчивого развития сельских территорий / Ю.А. Бугай, С.А. Кореннов // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. - №1 (99). - 2015. - с. 142-145.

4. Зарубинский, В.М. Актуальная тема Банкротство и финансовое оздоровление / В.М. Зарубинский, Н.И. Демьянов // Финансовый менеджмент. - 2014. -№3. - с. 135-136.



## **ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ СУЩНОСТИ, КЛАССИФИКАЦИИ И МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ**

**Ворончихин В.В.**

*Научные руководители: ст. преподаватель Федорова М.А., к.э.н., доцент Цветых А.А.  
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Осуществление расширенного воспроизводства в сельском хозяйстве невозможно без формирования полноценного производственного потенциала. Формирование производственного потенциала в современных условиях развития экономики и науки непосредственно связано с инновациями, во всей их разновидности [6].

Понятие «инновации» принято рассматривать как «конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности». Однако, с экономической точки зрения, под инновацией следует понимать объект, не просто внедренный в производство, а успешно внедренный и приносящий прибыль [2].

Нововведение становится инновацией только в том случае, если в процессе практического освоения реализуется и процесс коммерциализации, т.е. появление на рынке новой (инновационной) продукции или услуги [1].

В процессе реализации инноваций необходимо учитывать всю совокупность технологических, организационных и других изменений. Инновация имеет четкую ориентацию на конечный результат прикладного характера (эффект), т.е. она всегда должна рассматриваться как сложный процесс, который обеспечивает определенный технический, социальный или экономический эффект.

На применение в практике сельскохозяйственных предприятий определенной формы организации инновационных процессов определяют три фактора:

- состояние и условия формирования внешней среды;
- состояние и условия формирования внутренней среды: финансовые и материально-технические ресурсы, применяемые технологии, размеры, сложившаяся организационная структура;
- специфика самого инновационного процесса [2].

Инновационным процессом называется внедрение инноваций, начиная от зарождения идеи изобретения до внедрения в производство инновационного продукта или продукта более высокого качества [5]. Инновационные процессы рассматриваются как процессы, затрагивающие научно-техническую, производственную и маркетинговую деятельность сельхозтоваропроизводителей [2]. Осуществление инновационных процессов на предприятии необходимо для его эффективного и устойчивого функционирования и обеспечения расширенного воспроизводства [3].

Необходимо понимать, что инновационное развитие сельскохозяйственного предприятия представляет собой не только инновационный процесс, но и развитие системы факторов и условий, необходимых для его осуществления, то есть инновационного потенциала [4]. Разнообразие специфических условий, в том числе экономических, организационных и других, в инновационной деятельности приводит к тому, что каждое внедрение инноваций обладает уникальностью, следовательно для успешной инновационной деятельности необходимо тщательное изучение всей разновидности нововведений.

В специальной теоретической, научно-методической литературе и на практике встречаются разнообразные классификации инноваций, отличающиеся по принципам группировки и способам организации, которые основываются на двух подходах: структурной характеристике инновационного изменения и интенсивности данного изменения.

И так рассмотрим спектр классификационных признаков инноваций:

1. Исходя из их структурной характеристики производится с точки зрения сферы деятельности предприятия, которой касается инновационное изменение: инновации на «входе» в предприятие; инновации на «выходе» из предприятия; инновации структуры предприятия как системы, включающей в себя отдельные элементы и взаимные связи между ними [3].

2. По степени новизны инновации подразделяются на новые для отрасли и новые для данного предприятия [7].

3. По характеру общественных целей различают инновации: экономические, ориентированные на прибыль; экономические, не ориентированные на прибыль; специальные (здравоохранение, образование и др.) [2].

4. В зависимости от технологических параметров инновации подразделяются на продуктовые и процессные. Получение принципиально нового продукта – это продуктовая инновация. Процессная инновация – освоение новых или значительно усовершенствованных способов производства, технологий, форм организации и управления производством.

Анализ современной инновационной проблематики дает возможность выделить следующие основные виды инноваций:

– инновация продукции (услуги) – это процесс обновления сбытового потенциала предприятия, обеспечивающего выживание предприятия, расширение его доли на рынке, сохранение клиентов; укрепление независимого положения предприятия;

– инновация технологических процессов или технологическая инновация – это процесс обновления производственного потенциала предприятия, который направлен на рост производительности труда и экономии ресурсов, что в свою очередь, дает возможность увеличить прибыль, усовершенствовать технику безопасности, проводить экологические мероприятия, внедрять новые информационные технологии [4]. Описание технологических инноваций основывается на международных стандартах, охватывающих новые продукты и новые процессы, их значительные технологические изменения [3];

– организационная инновация – это процесс совершенствования организации производства и управления на предприятии;

– социальная инновация – это процесс улучшения социальной сферы предприятия, который мобилизует персонал на реализацию стратегии предприятия [4].

Внедрение инноваций в производство это сложный процесс, который предварительно должен быть оценен с точки зрения экономической целесообразности, т.е. оценен инновационный проект внедрения.

Непосредственно в сельскохозяйственном производстве необходимо учитывать систему специфических показателей, таких как урожайность сельскохозяйственных культур или продуктивность животных в результате реализации инновации, снижение трудоемкости обслуживания одной головы скота, снижение себестоимости 1 усл. эт. га, и др.

Эффективность инновационного потенциала предприятия можно оценить по формуле:

$$\text{Эип} = \frac{W}{Z} = \frac{W}{T_v + F_a + M'} \quad (1.2)$$

где Эип – эффективность инновационного потенциала; W – денежный поток доходов (результата); Z – денежный поток затрат; T – фактор труда в затратах; v – денежный поток удельных затрат на единицу фактора труда в затратах; F – фактор основного капитала в затратах; a – денежный поток удельных затрат на единицу фактора основного капитала в затратах; M – денежный поток затрат на материалы и прирост оборотных средств [5].

Экономический эффект от инновационной деятельности оценивают по формуле:

$$\text{Э} = \left( \frac{\Pi_n}{A_n} - \frac{\Pi_6}{A_6} \right) * A_n, \quad (1.1)$$

где Э – экономический эффект от инновационной деятельности, руб.;  $\Pi_n$ ,  $\Pi_6$  – прибыль по новому и базовому вариантам, руб.;  $A_n$ ,  $A_6$  – объем производства по новому и базовому вариантам, т.

В заключение отметим, что инновации необходимо рассматривать в динамическом развитии НТП, при этом виды инноваций столь многообразны, что возникает необходимость их структурирования с целью большего понимания влияния каждого вида на конечный результат, и возможности более полноценно оценить экономический эффект.

#### Список литературы:

1. Джамалдинова М.Д. Разработка стратегии развития организации в посткризисный период на основе инновационного потенциала предприятия / М.Д. Джамалдинова, А.А. Калинин // Вопросы региональной экономики. – 2012. - №2 (11). – С.1-5.
2. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент – М.: ИНФРА-М, 2008. – 295 с.
3. Мудрова С.В. Инновационная деятельность – стратегия развития предприятий // Вопросы предпринимательства и экономики. – 2011. - №4. – С.45-48.
4. Петров А.Н. Стратегический менеджмент. – СПб.: Питер, 2009. – 350 с.

5. Федорова М.А. Систематизация показателей оценки эффективности виртуального потенциала //Актуальные вопросы развития аграрной науки в современных экономических условиях: материалы IV-ой Международной научно-практической конференции молодых ученых. – 2015. – С. 210-212.
6. Федорова М.А. Сущность производственного потенциала сельского хозяйства //Актуальные вопросы развития аграрной науки в современных экономических условиях: материалы IV-ой Международной научно-практической конференции молодых ученых. – 2015. – С. 158-161.
7. Экономика сельского хозяйства / И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.И. Куликов и др. – М.: Колос, 2013. – 328 с.

## **НАЛОГОВЫЙ РИСК В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Комиссаров А.В., Толкачёва А.А.**

*Научный руководитель: к.э.н, доцент Овсянко Л.А*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Все хозяйствующие субъекты в процессе своей деятельности сталкиваются с различными рисками и угрозами, к наиболее частому их виду относят финансовые риски предприятия.

*Финансовый риск предприятия* — это вероятность возникновения неблагоприятных финансовых последствий в форме потери дохода или капитала при неопределённости условий осуществления его финансовой деятельности[1].

По своей структуре система финансовых рисков самая обширная, она включает множество подвидов:

- Риск снижения финансовой устойчивости(или риск нарушения равновесия финансового развития).

- Риск неплатежеспособности предприятия.
- Инвестиционный риск.
- Инфляционный риск.
- Процентный риск.
- Валютный риск.
- Депозитный риск.
- Кредитный риск.
- Налоговый риск.
- Структурный риск.
- Криминогенный риск.
- Прочие виды рисков.[2]

Как видно из перечисленной выше классификации, группа финансовых рисков довольно обширна. Каждый подвид финансового риска имеет немаловажное значение для предприятия, в частности налоговый риск.

*Налоговый риск* - это возможность для налогоплательщика понести финансовые и иные потери, связанные с процессом уплаты и оптимизации налогов.[3]

Налоговые риски возникают и в случае недостаточной проработки налогового законодательства, нечеткости его отдельных положений. В этом случае налоговые риски налогоплательщика возникают в связи с применением ими рискованных схем минимизации налогообложения, попытками использовать в своих интересах двойственность положений налоговых законов, а также из-за проведения хозяйствующим субъектом неэффективной налоговой политики.

Налоговые риски рассматриваются с позиции государства и налогоплательщика Таким образом, четко прослеживаются существенные отличия в системах факторов возникновения налоговых рисков у государства (в лице уполномоченных органов управления в налоговой сфере) и налогоплательщиков, в результате чего наблюдаются и различия в проявлении налоговых рисков.

Помимо того, что налоговый риск является видом финансового риска, он тоже имеет 4 разновидности:

1. риски налогового контроля;
2. риски усиления налогового бремени;
3. риски уголовного преследования.
4. риски субъективного плана

Потери, связанные с первым типом риска возникают из-за неблагоприятных санкций в рамках двух кодексов Российской Федерации за нарушение налогового законодательства налогоплательщиками.

Налоговый кодекс в статьях 116-135 предусматривает систему штрафов за различные правонарушения.

Риски налогового контроля в значительной степени зависят от уровня деятельности налогоплательщика в отношении минимизации налогов. Есть риски налогового контроля законопослушного налогоплательщика весьма малы и большинство из них сводится к возможности налоговых органов и выявления случайных ошибок налогового учета. У налогоплательщика, который принимает активные меры по минимизации налогов, эти риски существенно увеличиваются.

Второй тип риска - это риски, присущие характеру долгосрочных экономических проектов, таких как новые предприятия, инвестиции в имущество и оборудование, долгосрочных кредитов. Эти риски включают появление новых налогов, темпы роста существующих налогов и отмены налоговых льгот.

Третий вид налоговых рисков. Значительные финансовые потери могут возникнуть для налогоплательщиков и уголовного преследования преступлений, предусмотренных ст. 194, 198, 199 УК РФ.

Для руководителей крупнейших предприятий страны во время крупной налоговой проверки, формальная вероятность подверженности риску уголовного дела близка к 100%. Это связано с тем, что критерий существенности уклонения от уплаты налогов, что привело к судебному преследованию, Уголовный кодекс устанавливается в размере 100 000 рублей. Для малого бизнеса эта цифра, вероятно, является разумным для больших этот критерий крайне недооцененной.

Риски субъективный план является риск того, что личные суждения налоговых инспекторов и их интерпретации налогового законодательства и деятельности проверяемого субъекта.

выявления рисков на чек-одневок фирм среди организаций подрядчиков, в то время как компании часто по объективным причинам не может проверить все ее контрагентов и не имеют таких полномочий.

Для выявления и оценки налогового риска, можно, рассчитать налоговую нагрузку какого либо предприятия. Например: ООО «Ромашка» осуществляет деятельность в сфере строительства. В 2015 году налогоплательщиком отражена в «Отчете о прибылях и убытках» выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (стр. 010 Форма № 2) – 553 т.р., проценты к получению (стр. 060 Форма № 2) – 0 т.р., прочие доходы (стр. 090 Форма № 2) – 5 т.р. Таким образом, общая сумма доходов ООО «Ромашка» за 2015 год составила 558 т.р. Сумма уплаченных налогов за 2015 год составила 15 т.р., сумма налога, возвращенная налоговым органом на расчетный счет, составила 3 т.р. Таким образом, налоговая нагрузка за 2015 год составила 2,2 % ( $15/558 \cdot 100\% = 2,2\%$ ). Среднеотраслевая налоговая нагрузка за 2015 год – 14,5%. Так как налоговая нагрузка у ООО «Ромашка» ниже среднеотраслевого уровня ( $2,2\% < 14,5\%$ ), налогоплательщику необходимо уточнить свои налоговые обязательства. Налогоплательщик самостоятельно может рассчитать налоговую нагрузку и, в случае ее отклонения от среднеотраслевых показателей, определить, чем вызваны данные расхождения. Так налоговая нагрузка рассчитывается как соотношение суммы уплаченных налогов и сборов и выручки налогоплательщика за определенный налоговый период умноженная на 100%. Суммы уплаченных налогов и сборов рассчитываются как сумма всех уплаченных налогов за календарный год за минусом сумм налогов, возвращенных налоговыми органами на расчетные счета налогоплательщика. При этом в расчете не участвуют суммы налогов, уплаченных налогоплательщиком в качестве налогового агента. Выручка налогоплательщика определяется как сумма всех полученных налогоплательщиком доходов, указанных по итогам года в Отчете о прибылях и убытках (приложение к бухгалтерскому балансу форма № 2).

В зависимости от того, какой налоговый риск сталкивается сейчас, он должен принять ряд мер, такие действия могут включать в себя повышенное внимание руководства и лиц, принимающих решения, могут изменить организационную структуру, законодательные мониторинг, регулярные проверки и помощи со стороны налогового консультанта, сотрудники.

Управление налоговыми рисками предприятий может стать одним из существенных источников повышения эффективности ведения бизнеса в условиях объявленного курса на модернизацию российской экономики. Но, как верно отмечают многие исследователи, главным фактором минимизации налоговых рисков всех участников налоговых правоотношений должна стать гармонизация интересов государства и налогоплательщиков, осуществляемая путем дальнейшего совершенствования налогового законодательства.[4]

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что включение налоговых рисков - один из компонентов оптимизации налоговых платежей. Расчет выигрыша категории налоговых рисков позволяет разработать меры по его сокращению, а также принимая во внимание определение объема налоговых проверок и организации.

#### **Список литературы:**

1. Определение финансового риска / Финансовый риск предприятия // [электронный ресурс]URL: <http://www.grandars.ru/student/fin-m/finansovyy-risk-predpriyatiya.html>
2. Классификация финансовых рисков / Финансовые риски // [электронный ресурс]URL: <http://www.risk24.ru/finriski.htm>
3. Определение налогового риска / Понятие и классификация налоговых рисков // [электронный ресурс]URL: <http://www.grandars.ru/student/nalogi/nalogovyy-risk.html>
4. Шахов С.А. Налоговые риски в современной экономике // *Финансы*. – 2013. – №2. – С.72 – 75.

### ***АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ ДОКУМЕНТОВ***

***Лещенко В.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Бородина Т.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В практической деятельности некоторые отечественные организации используют денежные документы, учет которых должен осуществляться в особом порядке.

Необходимо отметить, что отечественное законодательство не предусматривает понятия документов, которые являются денежными. Однако, в Инструкции по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, утвержденных приказом МФ РФ от 31.10.2000 № 94н, отмечено, что к таким документам могут относиться, например, находящиеся в кассе организации почтовые марки, марки государственной пошлины, вексельные марки, оплаченные авиабилеты и другие денежные документы [3]. При этом для их учета в Плане счетов выделен отдельный субсчет 50-3 «Денежные документы», на котором они учитываются в сумме фактических затрат на приобретение.

Рассматривая характерные признаки таких документов, можно сделать вывод, что к денежным документам относятся документы, имеющие стоимостную оценку, приобретенные организацией и хранящиеся ею. Также особенностью таких документов является оплата предусмотренных ими услуг при приобретении документов, притом что на момент нахождения таких документов в организации услуги, предусмотренные такими документами, не оказаны [8].

Указанный в Инструкции перечень документов является открытым, поэтому, исходя их характерных признаков денежных документов, его можно дополнить такими видами, как оплаченные талоны на ГСМ, талоны на питание, путевки для сотрудников в дома отдыха и санатории, полученные извещения на почтовые переводы, конверты с марками, билеты на автобус, трамвай и другие виды общественного транспорта, железнодорожные билеты, карты экспресс-оплаты за телефон и Интернет и т.п.

Ценные бумаги, приобретенные у других компаний: акции, облигации, векселя и т. п., к денежным документам не относятся. Обязательства, которые связаны с ними, в соответствии с п.3 ПБУ 19/02 [2] нужно учитывать на счете 58 «Финансовые вложения», а не на счете 50 «Касса» [6].

Порядок отражения в учете движения денежных документов зависит от способа их приобретения:

- организация приобретает денежные документы и передает их впоследствии сотрудникам;
- сотрудники приобретают необходимые денежные документы самостоятельно.

В первом случае бухгалтер обязан отразить в учете хозяйственные операции с применением счета 50-3 «Денежные документы» и их дальнейшую выдачу сотрудникам.

Во втором случае отражение в учете таких документов, как денежных, не требуется, т.к. организация по сути возмещает сотруднику фактически понесенные расходы, поскольку их стоимость уже погашена. Представленный документ, например, авиабилет, прикладывается к авансовому отчету и организация списывает его стоимость на затраты по общим правилам в зависимости от их вида, т.е. как расходы от обычных видов деятельности.

Как предусмотрено п. 1 ст. 9 Федерального закона «О бухгалтерском учете» [1], каждый факт хозяйственной деятельности предприятия должен быть подтвержден соответствующим первичным документом. Приобретенные денежные документы должны согласно Инструкции по применению

плана счетов [3] храниться в кассе организации вместе с наличными деньгами. Поскольку законодательством не предусмотрен отдельный нормативный документ для учета операций с денежными документами, то факты хозяйственной жизни, связанные с их движением, можно отнести к кассовым операциям, которые согласно Положению о порядке ведения кассовых операций № 373-П от 12 октября 2011 г. [4], должны быть оформлены кассовыми первичными учетными документами. Так на поступление денежных документов в кассу организации необходимо оформить приходный кассовый ордер (ф. 0310001), выдача денежных документов из кассы организации оформляется расходным кассовым ордером (ф.0310002).

При этом в государственных и муниципальных унитарных организациях существенным отличием РКО и ПКО для денежных документов от прочих кассовых операций является необходимость проставления на кассовых документах для учета документов, являющихся денежными, записи «фондовый». Все поступившие или выданные денежные документы должны отражаться в журнале регистрации кассовых документов. Такая регистрация производится отдельно от регистрации кассовых документов по денежным наличным расчетам [8].

Аналитический учет денежных документов согласно Инструкции по применению плана счетов [3] должен быть организован по их видам. Однако законодатель не разработал и не предусмотрел форму данного регистра. Поэтому форма регистра должна быть разработана и утверждена приказом по учетной политике организации самостоятельно.

Например, это может быть Ведомость учета движения денежных документов, разработанная автором, представленная ниже.

Организация СПК «Удачный»

Ведомость учета движения денежных документов  
за март 2017года

Вид и реквизиты денежного документа	Дата получения, стоимость (руб.)	Документ выдан			Документ получен		
		дата выдачи	должность, Ф.И.О. выдавшего	подпись	дата получения	должность, Ф.И.О. получившего	подпись
Авиабилет Красноярск-Москва №ТА-457896321	10.03.2017	12.03.2017	кассир Иванова О.И.	<i>Иванова</i>	12.03.2017	менеджер Литвинова И.И.	<i>Литвинова</i>
...	...	...	...	...	...	...	...

Кассир \_\_\_\_\_ *Иванова* \_\_\_\_\_ Иванова О.И.

Записи относительно движения документов, являющихся денежными, следует вносить сразу же после выдачи или получения соответствующего документа. При этом Ведомость учета движения денежных документов может составляться на бумаге либо в электронном виде.

Учет операций по движению денежных документов отражается на счете 50-3 «Денежные документы». Поступление денежных документов от поставщиков или подотчетных лиц отражается дебету счета 50-3, выдача документов сотрудникам отражается по кредиту счета 50-3. Например:

- приобретены авиабилеты - **Дебет 50-3 Кредит 71 (60);**
- выданы денежные документы сотруднику под отчет - **Дебет 71 Кредит 50-3**

После того как сотрудники вернут использованные денежные документы, их стоимость можно списать на текущие расходы:

- списаны на расходы денежные документы - **Дебет 20 (26, 44, 91 ...) Кредит 71 (60);**

На основании приходных и расходных кассовых ордеров кассир формирует листы Кассовой книги. Как следует из методических рекомендаций по применению и заполнению кассовой книги, утвержденных приказом Министерства финансов Российской Федерации от 30.03.2015 № 52н [5], в кассовой книге организации отражается движение денежных документов. Для этих целей используются отдельные листы книги, в которых следует проставлять метку «фондовый».

Неисполнение организацией установленной законом обязанности по учету денежных документов может явиться основанием для наложения на такую компанию или ее должностных лиц административного штрафа за нарушение кассовой дисциплины.

### Список литературы:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [Текст] / [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://base.consultant.ru>;
2. Приказ Минфина РФ от 10.12.2002 N 126н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет финансовых вложений" ПБУ 19/02" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 27.12.2002 N 4085) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2011) [Текст] / [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://base.consultant.ru>;
3. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 № 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и инструкции по его применению» (в ред. Приказов Минфина РФ от 07.05.2003 № 38н от 18.09.2006 № 115н) [Текст] / [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>;
4. Положение о порядке ведения кассовых операций с банкнотами и монетой Банка России на территории Российской Федерации № 373-П от 12 октября 2011 г.
5. Приказ Минфина РФ от 30.03.2015 № 52н «Об утверждении методических рекомендаций по применению и заполнению кассовой книги» [Текст] / [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>;
6. Как вести учет денежных документов [Текст] / [электронный ресурс]: Режим доступа: [http://nalogobzor.info/publ/uchet\\_i\\_otchetnost/uchet\\_nalichnykh\\_denezhnykh\\_sredstv/kak\\_vesti\\_uchet\\_denezhnykh\\_dokumentov/20-1-0-433](http://nalogobzor.info/publ/uchet_i_otchetnost/uchet_nalichnykh_denezhnykh_sredstv/kak_vesti_uchet_denezhnykh_dokumentov/20-1-0-433)
7. Правильный учет денежных документов [Текст] // Главбух / [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.glavbukh.ru/art/23328-pravilnyu-uchet-deneznyh-dokumentov?error=10&activityId=%7b636bd2a2-b940-427b-9da9-c367ed3f91df%7d>
8. Учет денежных документов [Текст] // Главная книга / [электронный ресурс]: Режим доступа: <http://glavkniga.ru/situations/s501998>

### **ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В СФЕРЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

**Карпукова Л.Э.**

*Научный руководитель ст. преподаватель Фастович Г.Г.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Вопрос борьбы с коррупцией как главной «болезни» государства на современном этапе развития нашей страны носит актуальную позицию. Коррупция – это преступная деятельность, связанная с подкупом и взяточничеством должностных лиц, политических деятелей, различных уровней чиновников. Статьей 290 Уголовного кодекса Российской Федерации устанавливается ответственность за получение должностным лицом, иностранным должностным лицом либо должностным лицом публичной международной организации лично или через посредника взятки в виде денег, ценных бумаг, иного имущества либо в виде незаконных оказания ему услуг имущественного характера, предоставления иных имущественных прав (в том числе когда взятка по указанию должностного лица передается иному физическому или юридическому лицу) за совершение действий (бездействие) в пользу взяткодателя или представляемых им лиц, если указанные действия (бездействие) входят в служебные полномочия должностного лица либо если оно в силу должностного положения может способствовать указанным действиям (бездействию), а равно за общее покровительство или попустительство по службе[4].

Интересен опыт международного законодательства, так статья 20 Конвенции Организации Объединенных Наций против коррупции (принята в г. Нью-Йорке 31.10.2003 Резолюцией 58/4 на 51-ом пленарном заседании 58-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН) (далее также – Конвенция) закрепляет понятие незаконного обогащения, т.е. значительное увеличение активов публичного должностного лица, превышающее его законные доходы, которое оно не может разумным образом обосновать[2]. Российская Федерация ратифицировала настоящую Конвенцию лишь в 2006 году, приняв Федеральный закон от 8 марта 2006 г. № 40-ФЗ «О ратификации Конвенции Организации Объединенных Наций против коррупции», который исключил правоприменение статей 20, 26, 54 и 57 Конвенции. Понятие незаконного обогащения отсутствует в законодательстве Российской Федерации, более того нормы указанной статьи Конвенции противоречат положениям статьи 49 Конституции РФ, закрепляющей презумпцию невиновности.

Заслуживает внимание и позиция Д. А. Медведева, выразив мнение по вопросу ратификации статьи 20 Конвенции. Он отметил, что положения указанной статьи противоречат принципам уголовного права Российской Федерации, поскольку обязанность доказывания невиновности ложится на обвиняемое лицо, в то время как презумпция невиновности предполагает, что обвиняемый считается невиновным, пока его вина в совершенном преступлении не будет доказана в порядке, предусмотренном Федеральным Законом и установлена вступившим в законную силу приговором суда (статья 14 Уголовно-процессуального кодекса РФ)[5].

Приняты ряд Федеральных законов, которые способствуют освобождению общества от данного негативного явления:

*Федеральный закон «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации»*

Принят Государственной Думой 5 сентября 1997 года (в ред. Федеральных законов от 30.03.1999 N 55-ФЗ, от 10.07.2001 N 89-ФЗ)

Демократические свободные и периодические выборы в органы государственной власти, органы местного самоуправления, а также референдум являются высшим непосредственным выражением принадлежащей народу власти. Государством гарантируются свободное волеизъявление граждан на выборах и референдуме, защита демократических принципов и норм избирательного права и права на участие в референдуме[6].

*Федеральный закон Российской Федерации от 25 декабря 2008 г. N 273-ФЗ "О противодействии коррупции"*

Настоящим Федеральным законом устанавливаются основные принципы противодействия коррупции, правовые и организационные основы предупреждения коррупции и борьбы с ней, минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений[7].

*Федеральный закон Российской Федерации от 17 июля 2009 г. N 172-ФЗ "Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов"*

Настоящий Федеральный закон устанавливает правовые и организационные основы антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов в целях выявления в них коррупциогенных факторов и их последующего устранения[8].

Нормы противодействия коррупции содержатся также в Гражданском кодексе Российской Федерации, в частности в статьях 166, 168, 169, 179, устанавливающих условия недействительности сделок в силу их оспоримости и ничтожности, нарушения требования закона или иного правового акта, совершенной с целью, противной основам правопорядка или нравственности, а также совершенной под влиянием обмана, насилия, угрозы или неблагоприятных обстоятельств.

На практике борьба с коррупцией в нашей стране направлена на контроль деятельности государственных и муниципальных служащих различных уровней власти, а также привлечение их к ответственности в случае совершения коррупционных преступлений.

Законодательством Российской Федерации определено, что *статусом должностного лица* наделены лица, служащие[1]:

а) в представительных (законодательных) органах государственной власти (руководитель аппарата Совета Федерации, помощники членов Совета Федерации и депутатов Государственной Думы и другие);

б) в аппарате органов судебной власти (например, референты, секретари и т.п.);

в) в органах прокуратуры;

г) в органах исполнительной власти.

Борьба с коррупцией носит прогрессивный характер. Правоохранительными органами выявляется все большее число коррупционных преступлений, к ответственности привлекаются государственные служащие вне зависимости от статуса и служебного положения. В частности, успехи правоохранительных органов невозможны без совершенствования *методов борьбы с коррупцией*, которые в настоящий момент включают в себя:

1. принятие нормативных актов, ужесточающих наказание за совершение коррупционных преступлений;

2. открытость деятельности органов государственной власти, упрощение механизмов государственного управления;

3. участие структур гражданского общества в подготовке, принятии и контроле исполнения властных решений;

4. создание и поощрение политической конкуренции;



5. увеличение законных доходов государственных служащих в целях предупреждения коррупции;

6. открытое освещение в средствах массовой информации мероприятий антикоррупционной борьбы для создания ощущения неотвратимости наказания и формирования общественного самосознания и другие.

**7. Финансовый мониторинг и обязательный антикоррупционный аудит также рассматриваются как действенные антикоррупционные инструменты.**

Средства массовой информации нередко доводят до нас информацию о раскрытии преступлений коррупционного характера. В пример можно привести дело первого заместителя руководителя Главного следственного управления Следственного комитета Российской Федерации по городу Москве Дениса Никандрова, начальник Управления собственной безопасности Следственного комитета России Михаила Максименко и заместитель начальника Управления собственной безопасности Следственного комитета России Александра Ламонова, обвиняемых в получении взятки в размере трехсот миллионов рублей за пособничество в освобождении криминальных авторитетов Захария Калашова, Андрея Кочуйкова и Эдуарда Романова. В подмосковной Балашихе была задержана исполняющая обязанности руководителя отдела выездных проверок инспекции *Федеральной Налоговой службы* РФ Мария Урникис при получении взятки в 3 млн руб. Теперь в отношении чиновницы будет заведено уголовное дело по ч. 4 ст. 290 УК РФ («Получение взятки в крупном размере»)[3].

Особый резонанс имеет расследование факта уголовного расследования в отношении главы Министерства экономического развития Российской Федерации Алексея Улюкаева, которому инкриминируется вымогательство взятки в размере двух миллионов долларов США.

Своеобразный характер коррупции наблюдается в налоговой политике, так сказать «коррупция среди налоговиков». После проверок Генеральной прокуратуры были возбуждены уголовные дела в отношении налоговых инспекторов Свердловской, Челябинской, Липецкой и Белгородской областей. Обвинения выдвинуты по финансовым махинациям и хищением бюджетных средств. Классический пример: во время выездных проверок инспекторы получали под отчет 200 тыс. рублей на командировочные расходы, в основном на оплату гостиниц. Но налоговики предпочитали жить у знакомых, а руководству предоставляли липовые гостиничные счета. Крупный скандал разгорелся и в Омске. Была организована группа, состоящая из специалистов налоговой службы. Специалисты разрабатывали хитрую схему незаконного обогащения. Они искали граждан, которые согласились бы предоставить свои персональные данные и сберегательные книжки за достойное вознаграждение. В результате составлялся пакет документов, свидетельствующих о социальных налоговых вычетах, по которым проводилась фиктивная проверка, после чего осуществлялся возврат денежных средств на счета граждан. Данная сумма обналачивалась и передавалась организатору группы. За два года таких махинаций специалисты из налоговой службы присвоили свыше 20 млн рублей.

В Российской Федерации уголовная ответственность за совершение налоговых преступлений была введена в 1992 г., когда действовавший тогда Уголовный кодекс РСФСР был дополнен статьями 162.1 (Уклонение от подачи декларации о доходах) и 162.2 (Соккрытие доходов (прибыли) или иных объектов налогообложения).

В настоящее время, в Уголовном кодексе Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ предусмотрено *3 уголовных состава преступлений* в сфере налогообложения: уклонение от уплаты таможенных платежей, взимаемых с организации или физического лица (статья 194 УК РФ); уклонение физического лица от уплаты налога или страхового взноса в государственные внебюджетные фонды (статья 198 УК РФ); уклонение от уплаты налогов с организаций (статья 199 УК РФ). Такие преступления относятся уголовным законом к преступлениям в сфере экономики.

Уголовная ответственность за совершение налоговых преступлений, являясь самым тяжелым видом ответственности за нарушение законодательства о налогах и сборах, обладает *следующими юридическими особенностями*:

- субъектами уголовной ответственности могут являться только физические лица
- уголовная ответственность осуществляется только в судебном порядке; применяется за наиболее общественно-опасные деяния — преступления, и предусматривает самые строгие государственного принуждения;
- производство по делам оналоговых преступлений осуществляется следственными подразделениями Федеральной службы налоговой полиции Российской Федерации.

Таким образом, можно сделать вывод, что борьба с коррупцией в нашей стране является эффективной. Но, несмотря на успехи в недавнее время, антикоррупционное законодательство требует принятие отдельного правового акта, закрепляющего его основные понятия, принципы, критерии, а также исчерпывающие полномочия правоохранительных органов.

#### **Список литературы:**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с изм. и доп. от 21.07.2014) /Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Конвенция Организации Объединенных Наций против коррупции (Принята резолюцией 58/4 Генеральной Ассамблеи от 31 октября 2003 года);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016);
4. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 22.11.2016);
5. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 № 174-ФЗ (ред. от 22.11.2016).
6. Федеральный закон "Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации" от 12.06.2002 N 67-ФЗ (действующая редакция, 2016)
7. Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О противодействии коррупции"
8. Федеральный закон "Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов" от 17.07.2009 N 172-ФЗ (действующая редакция, 2016).

### **ФОНДОВЫЕ БИРЖИ МИРА И ИХ ОСОБЕННОСТИ**

*Халидова С.Ш.*

*Научный руководитель: Гладилин А.А.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

В настоящее время фондовые биржи по-прежнему занимают важное место в системе рыночных отношений. На деятельности биржи отражаются экономические внутренние и внешнеполитические процессы, субъективные и политические интересы участников биржевой торговли и их клиентов.

Биржа представляет собой организованный рынок, где действуют правила совершенной конкуренции. Цены формируются исключительно под влиянием спроса и предложения и публикуются ежедневно. Их фиксация с последующей публикацией производится в начале и в конце рабочего дня. Всем участникам рынка предоставляются одинаковые условия для совершения сделок и осуществления торговых операций. Все участники рынка подчиняются единым правилам, которые установлены на бирже. Биржевые сделки проводятся по принципу аукциона по купле – продаже сырья, товаров, ценных бумаг и валюты.

В современном мире действует огромное количество фондовых бирж. Их количество достигает нескольких сотен. Однако далеко не все из них являются популярными среди инвесторов, ведь для того, чтобы заработать хорошую репутацию, биржа должна быть не только надежным посредником, но и обслуживать клиентов на самом высоком уровне, а также предоставлять максимальное количество инструментов.

Специалисты выделяют несколько мировых бирж, которые благодаря максимальной эффективности деятельности в течение многих лет заслужили авторитет среди огромного количества участников рынка.

#### **1) Нью-Йоркская фондовая биржа (NYSE Euronext)**

Она популярна во всем мире. На сегодняшний день эта биржа является одной из самых влиятельных в мире и находится на первых местах мировых рейтингов. Образовалась эта биржа не так давно – в 2007 году. Но создание было осуществлено посредством слияния двух крупных мировых бирж – NYSE с Euronext. Получившаяся в конечном итоге биржа переняла всю мощь и репутацию двух бирж.

О влиятельности Нью-Йоркской биржи можно судить по некоторым данным:

- на ней обращаются бумаги огромного количества эмитентов – на сегодняшний день их больше 3 000;
- капитализация равна почти шестнадцать триллионов долларов;
- Нью-Йоркская биржа управляет биржами многих крупных мировых городов, в том числе

Лиссабона, Лондона, Парижа.

## 2) Американская фондовая биржа NASDAQ (Насдак)

Стремится быть максимально близко к лидеру. На сегодняшний день капитализация NASDAQ находится на втором месте среди мировых бирж. Официально работа биржи началась в 1971 году, однако фактически история ее началась раньше – после подписания «Акта Мэлони». Именно в это время впервые в мире была образована ассоциация дилеров.

Особенность данной биржи состоит в уникальности системы ведения торгов. За исполнение сделок здесь происходит некое соревнование. При этом у каждого маркетмейкера имеется определенное количество ценных бумаг. В их функции входит помогать поддержанию ликвидности своих акций, а также устанавливать их стоимость.

С целью увеличения влияния NASDAQ два раза пыталась приобрести Лондонскую биржу, но безуспешно. Чтобы выйти на рынок Европы, бирже пришлось купить свыше семидесяти процентов акций OMX Group – крупнейшего объединения предприятий в Швеции.

## 3) Токийская фондовая биржа (Tokyo Stock Exchange, TSE)

Эта биржа – одна из старейших и крупнейших. Годом ее образования считается 1878. За то время, которое прошло с этого момента, биржа сумела выйти на третье место по уровню капитализации.

На данный момент в Токио обращаются ценные бумаги японских компаний, банков, а также иностранных эмитентов. Количество их сейчас превышает 2 300. При этом больше восьмидесяти процентов оборота японских бирж проходит через Токийскую.

В торгах принимает участие 3 типа участников:

1. посредники, которых называют сайтори;
2. регулярные компании;
3. связующие (специальные) компании.

## 4) Лондонская фондовая биржа (London Stock Exchange, LSE)

В 1570 году королевский советник по имени Томас Грешем основал Лондонскую биржу. Она представляет собой акционерное общество.

По большей части здесь торгуются местные акции. Их делят на несколько групп, основными из которых являются:

- основная;
- альтернативная;
- рынок ценных бумаг (здесь торговля ведется акциями высокотехнологичных компаний).

Важной особенностью Лондонской биржи является то, что она открыта для международных фирм. Более того, свыше 50% торгуемых здесь акций принадлежат иностранным компаниям. Помимо акций здесь продаются также опционы и фьючерсы. Капитализация биржи на сегодняшний день больше двух триллионов.

Регулярно на бирже производится расчет собственного индекса – FTSE100. Его анализ позволяет оценить, насколько успешна английская экономика.

## 5) Шанхайская Фондовая биржа (Shanghai Stock Exchange, SSE)

Сегодня это самая крупная из бирж, находящихся в Китае. По уровню капитализации специалисты обычно определяют ей пятое место. Создана шанхайская биржа еще в девятнадцатом веке. Тогда иностранцам было запрещено приобретать акции китайских компаний. Чтобы каким-то образом обойти это ограничение, китайские бизнесмены организовали шанхайскую ассоциацию брокеров.

В итоге через 10 лет правительство разрешило торговать китайскими акциями. Это позволило бирже нормально функционировать и развиваться.

На современной шанхайской бирже обращаются акции компаний, биржевых инвестиционных фондов, облигации.

### **Список литературы:**

1. Косов Ю.В. Мировая политика и международные отношения Косов Ю.В. 2015 г. - 136 с.
2. Ливенцев Н.Н. /Под ред. А.С. Булатова Мировая экономика и международные
3. экономические отношения М., Магистр, 2016 - 88 с.
4. Мальцев Д.М., Голубев А.А. Фондовые рынки и фондовые операции: Учебное пособие. СПб.: СПбГУ ИТМО, 2015. - 100 с.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ В РФ**

*Халидова С. Ш.*

*Научный руководитель: Гладилин А.А.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

Рынок драгоценных металлов представляет собой специальный центр торговли драгоценными металлами, на котором осуществляется их периодическая покупка-продажа в целях: промышленно-бытового потребления; тезаврации; инвестирования; страхования; и др.

Драгоценные металлы представляют собой не просто материал, который использую в ювелирной промышленности, электронике, а также стоматологии и других отраслях, это своеобразный финансовый инструмент, представленный в качестве объекта вложения средств, как в целях накопления, так и в спекулятивных целях.

Российский рынок драгоценных металлов функционирует на взаимоотношениях между всеми субъектами рынка:

- государством, который представленным Гохраном и ЦБ;
- добытчиками драгоценных металлов;
- промышленными производителями, а также кредитными организациями;
- потребителями;
- скупочными организациями и инвесторами.

В настоящее время Российский рынок золота очень велик и разнообразен. В России ежегодно используется около 100 тонн в год (а производится в 2 раза больше). Будучи одним из лучших в мире по добыче золота и его объему, потребляемому на одну единицу ВВП и душу населения, наша страна находится на одном уровне со всеми остальными развитыми странами [1].

Ситуация, которая сейчас происходит на мировом рынке, способствует нарастанию его экспорта и пополнения золотовалютного резерва Российской Федерации. Запасы золота Российской Федерации насчитывают 520 тонн, доля России в общей ситуации золотовалютных запасов всех стран составляет только 3%, что и неудивительно - в основном, все добываемое золото в России вывозиться на экспорт и продается за границу. На сегодняшний день операции с драгоценными металлами осуществляют кредитные организации, имеющие лицензию или разрешение на совершение операций с драгоценными металлами, выдаваемые Банком России.

Центральный банк приобретает золото у КБ в соответствии с Указаниями ЦБ РФ от 07.10.98 года № 376-У «О порядке совершения Банком России сделок купли-продажи драгоценных металлов с кредитными организациями на территории Российской Федерации», с изменениями и дополнениями.

Работа с драгоценными металлами сопровождается высокой степенью рискованности, под которую попадают три основные отрасли риска:

1. Большая группа, характеризуется неправомерными и некомпетентными последствиями решений принятых определенным числом работников. Данные риски возникают вследствие превышения полномочий обязанностей конкретных видов должностных лиц, над содержанием и объемом выполняемых ими операций.

2. Самая большая группа представляет собой риски потери ликвидности КО, а также уровень снижения ее капитала. Такая группа подвергается влиянию множества факторов, а также состоит из множества составляющих. Одной из составляющих относится к рыночному колебанию цен на драгоценные металлы.

3. Данная группа рисков не имеет непосредственного отношения к кредитной организации, а также не имеет прямой зависимости, данная группа рисков вызывается макроэкономическими причинами [2].

До недавних пор инвесторы иностранных стран не предавали значительного интереса к золотодобывающей промышленности России, связано это с чрезмерной раздробленностью и устаревшей технологии добычи. Однако в результате недавней консолидации отрасли появилось ряд масштабных компаний, которые не остались незамеченными на рынке капитала. Благодаря стремительному внедрению передовых технологий горнорудных работ добыча золота начала привлекать внимание различных инвесторов (стратегических, портфельных).

Для осуществления намеченных планов, золотодобывающим компаниям необходима помощь финансовых рынков, для этого их управленческим командам необходимо стремиться обеспечить прозрачность своей финансовой отчетности, а также наладить отношения с инвесторами и увеличить значимость компании для акционеров.

Эксперты сходятся во мнении, что основной проблемой рынка драгметаллов в РФ является отсутствие достаточной правовой базы для проведения широкого спектра операций и торговой площадки, позволяющей котировать драгоценные металлы для установления реального уровня цен, по которому на рынке могут производиться расчеты. В настоящее время цены по-прежнему устанавливаются исходя из результатов торгов на зарубежных биржах [3].

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- сохраняется перспектива увеличения золотодобычи в РФ;
- инвестиционная привлекательность отрасли постепенно увеличивается;
- в России существует множественное количество еще неразработанных запасов золота, которые со временем могут стать новой базой добычи золота в стране;
- значимость банковского сектора в инвестировании золотодобычи постепенно усиливается.

#### **Список литературы:**

1. Косов Ю.В. Мировая политика и международные отношения Косов Ю.В. 2015 г. - 136 с.
2. Ливенцев Н.Н. /Под ред. А.С. Булатова Мировая экономика и международные экономические отношения М., Магистр, 2016 - 88 с.
3. Мальцев Д.М., Голубев А.А. Фондовые рынки и фондовые операции: Учебное пособие. СПб.: СПбГУ ИТМО, 2015. - 100 с.

### **ФИНАНСОВАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ЗНАЧЕНИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА**

*Халикова З. Б.*

*Научный руководитель: ассистент Смагин А.А.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

В современных условиях развития рыночной экономики предпринимательская деятельность представлена в качестве сложной системы отношений по поводу создания стоимости. Элементами этой системы являются конкретные предприниматели, которые ведут свой бизнес. Средой, в которой существует бизнес, можно назвать такую предпринимательскую среду, в которой есть возможность охарактеризовать и разделить на некоторые сектора и сферы, различающиеся по разнообразным признакам.

Предпринимательская деятельность – это такая организация, при которой происходит соединение факторов производства, т.е. ее ресурсов, для создания продукции или услуг, которые удовлетворяют потребности людей, с целью получения материальной выгоды.

Финансовая среда предпринимательства представляет собой совокупность хозяйствующих субъектов, которые действуют за рамками данного предприятия, при этом они влияют на возможность финансового менеджмента распоряжаться денежными средствами и получать от этого доходы.[2]

Финансовая среда предпринимательства состоит из микросреды и макросреды.

В микросреду можно включить такие основные элементы, как производство и сбыт продукции и услуг, финансовая среда, маркетинг, управление персоналом организации, ее организационная структура. Каждый из вышеперечисленных факторов включает в себя набор необходимых элементов и важных процессов организации в общей их совокупности, которые помогают определить потенциал и возможности, которыми будет располагать организация.

Макросреда представляет собой совокупность демографических, экономических, природных, культурных и других факторов, которые оказывают немалое влияние на организационную деятельность предприятия. К основным факторам макросреды можно отнести такие как совокупный спрос и предложение, средний уровень цен, экономический рост, общий объем вложений, принятие или отмена законов, природные явления, внешняя торговля. Микросреда представляет собой совокупность таких элементов, которые имеют отношение непосредственно к организации и его деятельность в отношении по обслуживанию клиентов, которыми являются потребители и поставщики, конкурентов и других аудиторий, которые проявляют интерес к данной организации или оказывают некоторое влияние на его возможность достичь поставленной цели. [3]

Финансовая макросреда во многом определяет конъюнктуру рынка в целом и включает факторы, на которые организация, как правило, не может оказать непосредственное

воздействие. Имеются в виду природные, технические, политические, экономические, демографические, культурные факторы и др. Помимо финансовых, денежно-кредитных и иных факторов, оказывающих непосредственное влияние на конкретную компанию, особое значение имеют общие условия хозяйствования. К общим условиям формирования финансовой среды предпринимательства относятся: глобализация мирохозяйственных связей; цикличность развития воспроизводственных процессов; государственное регулирование финансовых, денежно-кредитных и иных сфер экономики; модернизация экономики; модель экономического развития страны; конкурентная борьба; относительная экономическая обособленность экономических субъектов; коррупция; «бегство» капитала и др. [1].

Особую роль играет глобализация – усиление взаимосвязей, взаимодействий и взаимозависимости экономических систем разных стран мира. Под воздействием глобализации формируется единое мировое информационное пространство, объединяющее информационные системы различных государств по причине резкого возрастания роли информации.

Либерализация национальных финансовых рынков, усиление конкурентной борьбы за сферы влияния, развитие электронных технологий, средств коммуникации и информатизации обусловило более интенсивную глобализацию финансовой сферы по сравнению с другими видами деятельности человечества. В частности, стандарты в области формирования финансовой отчетности в разных странах разрабатываются на основе МСФО. Внедряются идентичные нормы и условия ведения хозяйственной деятельности в разных странах: одинаковые системы контроля качества продукции, продвижения товаров и услуг, нормативы по вредным выбросам в окружающую среду и др. Глобализация не отменяет цикличность развития воспроизводственных процессов. Основная причина цикличности – противоречие между расширяющимся более быстрыми темпами производством по сравнению с темпами роста платежеспособного спроса. В последние десятилетия XX и особенно в начале XXI вв. огромные средства направлялись в виртуальный сектор, поскольку спекуляция ценными бумагами приносила огромные прибыли. Увеличились объемы фиктивного капитала и одновременно процесс недоинвестирования в основной капитал реального сектора экономики.

При этом игнорировался факт, что массовое обновление основного капитала:

- 1) является материальной основой периодичности кризисов и продолжительности экономического цикла;
- 2) становится импульсом роста экономики в условиях новой материально-технической базы воспроизводственного процесса;
- 3) повышает конкурентоспособность компаний, отраслей и всей экономики страны в целом.

Главная фаза экономического цикла – кризис, т.е. всеобщая диспропорциональность развития экономики, обнаруживающая перенакопление капитала в его различных формах. Как следствие, наблюдается рост нерализованной продукции, увеличение недозагрузки производственных мощностей и безработицы, рост издержек производства, снижение цен и прибыли. Кризис показывает предел развития экономики на прежнем техническом базисе. Завершая период оборота большинства индивидуальных капиталов, кризис дает импульс развитию экономики и подготавливает начало следующего экономического цикла на новой технической основе.

Для преодоления трудностей развития малого предпринимательства важно изучить их и выработать законодательные и иные меры их решения. Важной задачей в этом плане является улучшение взаимоотношений между властью и малым бизнесом. В этом случае одной из задач является привлечение представительных и исполнительных органов власти, высококвалифицированных работников органов местного самоуправления. [2]

Во взаимоотношениях власти и бизнеса в первую очередь необходимо внести ясность и бесспорность. И это возможно в том случае, если данные взаимоотношения будут создаваться на основе четко прописанных нормативных актов. Именно поэтому значимым направлением взаимодействия власти и предпринимательства является вовлечение и соединение предпринимателей в нормотворческое движение, в подготовку изменений в нормативно-правовую базу предпринимательства, критику проектов законов. Но к несчастью, на муниципальном уровне предприниматели пока обособлены и не могут надлежащим образом бороться за свои интересы. Помочь предпринимателям объединиться – это задача, которую необходимо взять на себя крупным объединениям предпринимателей.

Чтобы уцелеть в условиях современных рыночных отношений, необходимо решаться на введение технических нововведений и на смелые, нестандартные действия, а это усиливает риск. А без знаний о риске предприниматель уязвим. Для любого бизнеса важным является не избегание риска вообще, так как это практически невозможно, а предвидение и снижение его до минимального уровня.

Именно поэтому изучение финансовой среды предпринимательства становится в современном мире наиболее актуальным.

#### **Список литературы:**

1. Рустамов Э. А.. Основы бизнеса. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 232 с.
2. Широков Б.М.. Малый бизнес. Финансовая среда предпринимательства. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 496 с.
3. Муштук О. Искушение бизнесом. Гримасы российского предпринимательства. – М.: Московская Финансово-Промышленная Академия, 2015. – 256 с

### ***АНДЕРРАЙТЕР В СТРАХОВОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ: ЕГО ФУНКЦИИ И РОЛЬ***

***Халикова З. Б.***

*Научный руководитель: ассистент Смагин А.А.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

В связи с развитием страхового рынка в России и необходимостью создания надежного инструмента защиты страховых организаций, а также формирования устойчивого и стабильного страхового рынка, актуальным становится вопрос развития андеррайтинга, как ключевого звена управления деятельностью страховой организации. Решения, принятые андеррайтером, являются значимыми для всей деятельности организаций, которые определяют в значительной степени результат страховой компании.

В настоящее время предпринимательская деятельность определенно связана с рисками. Способность оказания негативного воздействия на развитие фирм в современных условиях присуща не только природным катаклизмам, но и техногенным, политическим и социальным факторам. В этих условиях, вместе с максимизацией прибыли необходимо решение задачи, касающейся минимизации рисков. Все это и вызывает потребность в эффективной страховой защите (следует отметить, что изначально термин «риск» был сформулирован законодательством применительно именно к страховым правоотношениям]).

Данную защиту способна предоставить страховая организация, так как страхование является универсальным механизмом, созданным для того, чтобы обеспечить социальную безопасность [3]. Но, каждая страховая компания, выступая как субъект, и объект управления риском, в зависимости от специфики своей деятельности находится под влиянием двух видов рисков: риски, обусловленные деятельностью страховой организации, как объект хозяйственной деятельности, так и риски, принимаемые от страхователей.

Современная практика страхования показывает, что деятельность страховщика направлена и на получение прибыли. В существующих условиях неопределенности страховые организации нередко сталкиваются с инвестиционными рисками, нуждающиеся в своевременном распознавании и управлении ими.

Один из основных бизнес-процессов в страховании - это андеррайтинг договоров страхования. Благодаря данному блоку страховой деятельности осуществляется реализация ключевой функции страховщика - оценка и принятие риска.

Андеррайтер - это страховщик или отдельный субъект, определяющий возможность принятия данной страховой операции и условия этого принятия[2].

Цель настоящей работы заключается в рассмотрении андеррайтера в процессе управления рисками страховой компании.

К основным задачам андеррайтера относятся описание, оценка и квалификация рисков.

Следует отметить, что андеррайтинг – это не только страховое понятие. Помимо страхового андеррайтинга, выделяют также андеррайтинг на рынке ценных бумаг, значение которого заключается в деятельности инвестиционных посредников по размещению займа или выпуску ценных бумаг, и банковский андеррайтинг, занимающийся оценкой рисков кредитора и принятием решений о выдаче кредита.

Как свидетельствуют результаты практики, андеррайтеры в различных страховых компаниях обладают разным функционалом и полномочиями. Российские страховые компании имеют должность «технического андеррайтера», «регионального андеррайтера» и т.д. Нередко бывает, что наличие в названии должности слова «андеррайтер» не всегда однозначно определяет функционал конкретного сотрудника.

Как отдельный вид деятельности андеррайтинг связывают с принятием решений, а андеррайтера, в свою очередь, рассматривают как уполномоченного страховой компанией по принятию решений - решений о принятии либо отклонении рисков на страхование и условий, на которых принимают риск. Андеррайтер не ищет клиентов и не продаёт страховые услуги - он формирует данные услуги, основываясь на своем и опыте. Именно он определяет насколько прибыльной для страховой компании будет работа по виду страхования.

Андеррайтер - это квалифицированный специалист страховой компании, который наделен полномочиями по приёму на страхование/перестрахование или отклонению предложенных объектов страхования/рисков, определению тарифных ставок и конкретных условий договора страхования этих объектов (рисков), осуществлению портфельного андеррайтинга и ответственности за общие показатели страхового портфеля, осуществлению методологической работы.

Принятие на страхование - это основное принятие решения о том, страховать или нет, которое не всегда может выражаться в реальном подписании страховых документов. Если в зарубежной практике андеррайтеры имеют полномочия подписывать документы от имени страховой компании, то в нашей стране на современном этапе это далеко не всегда так.

Проанализировав работу андеррайтера в страховании можно определить должностные обязанности данного сотрудника, структуру требований к знаниям, умениям и требования квалификации, которые объединены в квалификационную характеристику андеррайтера.

К должностным обязанностям андеррайтера относятся:

- андеррайтинг - селекция и оценка страховых рисков;
- написание заключения о возможности/невозможности договора страхования на конкретных условиях;
- прием на страхование/перестрахование предложенного страхового риска;
- согласование и визирование от имени страховщика договоров страхования;
- формирование страховых/перестраховочных портфелей и контроль их показателей;
- предоставление консультации, ответов на запрос сотрудников продающих подразделений/клиентов;
- совершенствование существующего и разработка нового страхового продукта.

Андеррайтер должен владеть:

- базисными понятиями страхования;
- основными понятиями андеррайтинга, его основными приемами и методами;
- правовыми основами страхования, основными нормативными актами и рабочими документами страховщиков;
- принципами актуарных расчетов;
- экономическими основами построения страховых тарифов, их структурой, принципами расчета;
- понятием финансовой устойчивости страховых компаний и методами ее обеспечения;
- принципами построения страхового портфеля;
- основами бюджетирования;
- методами статистической оценки рисков;
- особенностями андеррайтинга в профильном виде страхования;
- теорией и практикой сферы экономики, которую необходимо страховать;
- законодательством, регулирующим сферу экономики, которую предполагается страховать.

Должен обладать навыками:

- анализа предлагаемых на страхование рисков и их возможных последствий;
- оценки и отбора рисков по степени их опасности для страховой компании;
- разработки и реализации мероприятий, направленных на снижение вероятности застрахованных рисков.

К требованиям к квалификации профессионального андеррайтера относят: наличие высшего образования и стажа работы в страховании более двух лет.

Аналитический склад ума. Работа андеррайтера главным образом заключается в работе с цифрами, анализе базы данных, умении мыслить логически и т.д.

Коммуникабельность. Кроме работы с цифрами андеррайтер большое количество времени работает с людьми. Андеррайтер занимается консультированием, разъяснением, принимает участие в переговорах, зачастую обучает сотрудников продающих подразделений - все это требует высокой коммуникабельности.

Именно андеррайтер устанавливает страховой тариф, о котором продавцу нужно



договориться с клиентом. Если тариф окажется слишком высоким, то продавец не сможет привлечь страхователя, а компания не получит страховой премии. Кроме того, андеррайтер мог ошибиться и назначить слишком низкий тариф, по которому риск нельзя будет перестраховать. И естественно, что в конце всей этой цепочки стоят акционеры и менеджеры, которых интересует прибыль по страховому портфелю. Следовательно, андеррайтер должен все время помнить о том, что результат его работы (страховой тариф и условия страхования) определяет результат работы его коллег и компании в целом, а это огромная ответственность.

Таким образом, обоснованная андеррайтерская политика и величина андеррайтерского дохода – залог успеха страхового предпринимательства.

#### **Список литературы:**

1. Архипов А.П. Андеррайтинг в страховании. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.
2. Никулина Н.Н. Страховой менеджмент. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
4. Стратегия развития страховой деятельности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу: одобрена поручением Правительства РФ от 18.11.2008 № ВП-П13-6891.

### **Подсекция 7.2. Государственное и муниципальное управление**

#### **НАУКА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

*Марышева Л.В., Протасова А.С.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шарыпова В.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Феномен управления известен еще с античных времен и изучался многими общественными науками (философией, правоведением, социологией, политологией и др.), призванными изучать общество и законы его развития. Менеджмент как одно из направлений науки об управлении в условиях рыночных отношений возник значительно позже (в начале XX в.) и развивался в большей мере в контексте экономических наук. Таким образом, чтобы получить достаточно полное представление о социальном управлении, нельзя ограничиваться понятием менеджмент, которое не исчерпывает всего содержания социального управления.

Социальное управление — предмет изучения многих наук, прежде всего социологии, психологии, социальной психологии, политологии, философии, юриспруденции, культурологии, педагогики, кибернетики, синергетики, эргономики и экономики под углом зрения их управленческих возможностей. Поэтому структура науки, как считают некоторые исследователи, включает в себя разделы: социологии управления, философии управления, психологии управления, политики как искусства управления, экономики, культуры и права в аспектах управления.

- С позиции менеджмента управление — это процесс проектирования и инновации социальных организаций, мотивации людей к деятельности для достижения целей организации.
- Экономическая наука склонна трактовать управление как способ получения экономического результата при наименьших производственных издержках.
- Правоведение трактует управление как государственное правовое регулирование с помощью законов.
- Политология понимает управление как воздействие на общество со стороны государства политическими методами и т. п.

Существуют и другие подходы, отражающие разнообразное отношение к управлению. Часто вместо понятия «управление» используются и другие понятия: регулирование, руководство, администрирование, менеджмент, организация.

Расплывчатость понятия «управление» создает значительные трудности для субъектов управления при выборе того или иного подхода, при выборе социальных технологий управления. Органы управления нередко вынуждены руководствоваться собственным прошлым опытом или сложившимися в организациях традициями управления, что является недостаточным, а часто и ущербным.

В настоящее время все острее осознается необходимость разработки современной теории научного управления. Для этого необходимы, как минимум, во-первых, наличие достаточно четкого представления о предмете науки управления как самостоятельной отрасли научного знания, не

относящейся ни к экономике, ни к политологии, ни к психологии, ни к какой-либо другой науке; во-вторых, выработка достаточно универсального определения социального управления.

В общей теории социального управления исследуются основные понятия, законы, принципы и методы взаимодействия разных социальных систем, сохранения их целостности, создания новых социальных образований на основе целесообразности, ценностно-нормативных представлений совокупного интеллекта, присущего обществу на данном историческом этапе развития.

Назрела необходимость формирования науки социального управления как единой, общей отрасли научного знания и учебной дисциплины. Она обусловлена, во-первых, все возрастающей потребностью в целостном освоении окружающего человека мира; во-вторых, необходимостью системного воздействия на все сферы общественной жизни (экономическую, социальную, политическую, духовную) в их интегральном качестве.

Научные исследования показывают, что сегодня нет чисто экономических, социальных, политических или только духовных образований. Появились интегральные зоны, такие, как социально-экономическая, социально-политическая, социально-культурная. Социальные изменения давно уже не носят линейного характера, хотя воздействия на них в обществе по-прежнему преимущественно односложны.

Поэтому наука управления не может ограничиваться только воздействием на отдельно взятую сферу, она изучает общие законы и принципы не просто их взаимодействия, а целостного интегрального воздействия во имя достижения цели общества — обеспечения безопасности своих членов и повышения качества их жизни.

Предмет науки управления как междисциплинарной дисциплины предполагает, что основным методом ее исследования является системный подход, системный анализ явлений общественной жизни, который объединяет совокупность методов и средств, помогающих изучить свойства и структуру объекта в целом, представив его в качестве сложной социальной системы.

Напомним, что система — это множество взаимодействующих элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, составляющих целостное образование.

Системный подход — это комплексное изучение исследуемого объекта как единого целого. Он означает учет всех взаимосвязей, изучение отдельных структурных частей, выявление роли каждой из них в общем процессе функционирования системы и, наоборот, выявление воздействия системы в целом на отдельные ее элементы.

Система социального управления, в которой реализуются различные ее функции, включает в себя: а) разных специалистов, объединенных в органах управления; б) использует целую совокупность методов управления, в том числе и совокупность средств вычислительной и организационной техники; в) объединяет различные виды информации (экономической, социальной, политической, организационной), которая позволяет установить надежную связь между субъектом и объектом управления, учесть все изменения внутренней и внешней среды.

Отсюда следует, что наличие устойчивого равновесия между субъектом и объектом управления, способность субъекта управления отвечать на вызовы постоянно изменяющейся среды (внутренней и внешней) является одной из основополагающих закономерностей управления, обуславливающей все остальные его общие законы и принципы.

Глубокое нарушение равновесия между объектом и субъектом управления приводит к кризису управления. Возможность такого кризиса объясняется воздействием по ряду причин внутренней и внешней средой.

Все это предъявляет повышенные требования к субъекту управления, который должен наиболее точно улавливать суть происходящих в общественной жизни перемен.

Следовательно, мы можем утверждать, что чем выше (в количественном и качественном выражении) **коллективный интеллект** общества, его стремление к **саморазвитию**, тем все более точными становятся управленческие решения и эффективнее действия субъектов управления: всего общества, органов управления, государства, отдельных людей, призванных адекватно отвечать на перемены во внутренней и внешней среде со стороны социальных организаций.

Итак, состояние, когда процессы развиваются в одном направлении, а действия субъектов управления в другом, часто в противоположном, характеризуется как кризисное состояние системы управления.

Итак, научные основы социального управления опираются на теорию и искусство систем социального управления.

Теория искусства социального управления основана на эмпирических обобщениях, на осове конкретного опыта управления, что позволяет создать образы управления, конкретные

управленческие ситуации, что позволяет современным талантливым управленцам находить неординарные решения в условиях неопределенности. В сочетании со знаниями общих законов и принципов управления теория искусства управления, основанная на интуиции, индивидуальном восприятии, прошлом опыте, позволяет получить оптимальный управленческий результат.

#### **Выводы**

- Наука социального управления не является прикладной составляющей какой-либо другой науки (юридической, политической, экономической, социологической) Она имеет своей основой общеметодологические принципы фундаментальных наук, но в то же самое время имеет и свой собственный предмет, проблематику исследования, является крайне актуальным направлением научного знания, от успехов которого во многом зависят как успех частных управленческих дисциплин, так и темпы развития общества, качество жизни его граждан, их личная безопасность.
- Наука социального управления представляется нам как единая отрасль научного знания, которая изучает целостное освоение окружающего мира под углом зрения системного воздействия на все сферы общественной жизни во имя достижения цели общества — повышения качества жизни его членов. Она исследует общие закономерности, принципы социального воздействия независимо от того, к какой сфере они относятся, а также закономерности и принципы создания самой системы социального управления.
- Наука социального управления опирается на фундаментальные положения разных отраслей обществоведения, ряд прикладных отраслей, но ее самостоятельным предметом является специфическая управленческая деятельность человека в единстве с управленческими отношениями, которые складываются в процессе создания самой системы социального управления, ее построения, функционирования, развития и совершенствования.

#### **Список литературы:**

1. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание, управление / В.Г Афанасьев - М.: 1981;
2. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире / В.Н. Иванов – М.:1996;
3. Системные проблемы России. Путь в XXI век /Рук.авт. коллектива Д.С. Львов. М., 1999.

### **КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ МБУК «ДРОКИНСКАЯ ЦКС» ДОМ КУЛЬТУРЫ П.СОЛОНЦЫ (ФИЛИАЛ) ЕМЕЛЬЯНОВСКОГО РАЙОНА**

***Беспалова Н.А., Трофимова А.С.***

*Научный руководитель: ст.преподаватель Грушевская Л.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Концепция долгосрочного развития МБУК «Дрокинская ЦКС» «Дом культуры поселка Солонцы определяет роль учреждения, как социально – культурного центра творчества и досуга поселка Солонцы Емельяновского района.

Цель разработки концепции – определение путей и способов обеспечения на 2017 – 2019 годы устойчивого и динамичного развития Дома культуры для исполнения своей миссии, целей и задач в области культуры и в сфере организации досуга; предоставление равных возможностей пользования культурными ценностями и права на культурную деятельность.

В приоритетах государственной социально-культурной политики, озвученных Президентом Российской Федерации в 2010 году, определены стратегические направления развития, связанные с организацией культурно - досуговой деятельности населения, поддержкой одаренных детей, развитием семейного досуга по месту жительства, формированием ценностей здорового образа жизни, патриотического воспитания. Кроме этого, особое внимание уделяется детям с ограниченными возможностями здоровья, на основе создания среды и программ, позволяющих обес-

печить им полноценную интеграцию в творческий процесс.

В обществе произошли ценностные переориентации, которые сформировали новые картины мира и изменили представления о досуге. Социально-культурные изменения привели к формированию многовариантности форм и видов досуга – способов проявления индивидом своей внутренней активности в свободное время. Изменился и формат проведения досуга. Возрастает значение интеллектуального досуга. Интеллектуальный досуг, как один из важнейших ресурсов

формирования мировоззрения человека, направленный на мотивацию к здоровому образу жизни, помогает развитию инновационной среды обитания.

Досуговое время является самым ценным для современного человека, что актуализирует необходимость повышения роли досуговых учреждений в развитии человеческого капитала и формировании нового поколения, обладающего нестандартным мышлением и лидерскими качествами, стремлением к индивидуальному типу жизнедеятельности. Такое учреждение культуры, как Дом культуры поселка Солонцы, является одним из эффективных инструментов в формировании творческого потенциала Емельяновского района.

Поселок Солонцы является одним из опорных центров развития не только поселкового, но и районного уровня.

В настоящее время в Красноярском крае и Емельяновском районе сложился ряд противоречивых тенденций, обуславливающих развитие учреждения культуры:

наблюдается ежегодный стабильный рост альтернативных учреждений (коммерческих торгово-развлекательных центров, кинокомплексов, ресторанов, кафе, ночных клубов и др.), предоставляющих населению широкий спектр культурно-досуговых услуг, выполняющих, как правило, развлекательные функции, а не развивающие;

муниципальные учреждения культурно-досугового типа слабо модернизируются, их ресурсная база морально и физически устаревает, не соответствует нормам пожарной безопасности и критериям сервисности;

Учреждения культуры досугового типа зачастую не могут удовлетворить возросшие потребности населения, в связи с отсутствием благоприятных материально-технических условий, способствующих развитию современных технологий организации культурно-досуговой деятельности, а также, в связи с дефицитом площадей. Коллективам любительского творчества Дворца культуры из-за нехватки помещений приходится заниматься в коридоре, на сцене, делить один класс для занятий на 5-6 коллективов, что отрицательно влияет на творческий процесс и обучение.

Решение многофункциональных задач Дома культуры предполагает административную систему управления, работающую по четко заданным направлениям и функциям, мобильную и гибкую, имеющую возможность быстрой трансформации, в зависимости от изменения спроса на рынке культурных услуг.

Анализ существующей системы функционирования Дома культуры поселка Солонцы выявляет следующие сильные и слабые стороны:

Слабые стороны:

- здание материально и морально устарело, не соответствует требованиям пожарной безопасности и возможностям современного дизайна;
- учреждение имеет слабую материально-техническую базу, недостаточно оснащенную современным оборудованием не соответствующую современным стандартам и нормам культурно-досугового обслуживания населения, и прежде всего, детей, семей;
- недостаточно площадей для занятий творческих коллективов и специально оборудованных помещений для досугового общения, дискуссий, бесед, видеолекториев, познавательного досуга.
- низкая платежеспособность населения.

Сильные стороны:

- высокий уровень мастерства руководителей, что подтверждается признанием коллективов в российском и мировом культурном пространстве.
- активное участие населения в мероприятиях – более 164 мероприятий в год.
- стабильно работают 14 клубных формирования с количеством участников 182 человека по разным направлениям:
- фольклора, вокального пения, хореографии, групп раннего развития детей, в т.ч. с участием родителей и тд.
- учреждение организует досуг всех категорий населения без ограничений и является ведущим среди других учреждений района, предоставляющих свои культурные услуги.
- прекрасно налаженная совместная работа с администрацией Солонцовского сельсовета, чему свидетельствует проведение ежегодно около 10 крупных мероприятий.
- большой круг партнеров по совместной деятельности.

Основным механизмом реализации концепции Дома культуры поселка Солонцы является создание кластера модульных программ (в дальнейшем модули) для решения главных задач концепции.

Все модули кластера должны быть объединены одной общей целью: организацией досуга населения и обеспечением возможностей для реализации социально – культурных потребностей и инициатив населения. Все кластерные модули должны находиться в тесном взаимодействии, дополняя друг друга, позволяя всем участникам кластера продвигать свои проекты и решать локальные задачи, объединяя всю ресурсную базу, становясь и участником и потребителем общекластерных проектов, позволяющих поднять организацию культурно – досуговой деятельности на более высокий качественный уровень.

**Модуль традиционных технологий - целевая аудитория – смешанная, все категории населения. Цель: Сохранение нематериального культурного наследия.**

**Деятельность модуля основывается на базе имеющихся уникальных клубных формирований и творческих коллективов, действующих в Доме культуры поселка Солонцы более 5 лет. Они имеют собственные образовательные программы и методики, направленные на сохранение народной традиционной культуры.**

Модуль выстраивается как комплексное формирование, предполагающее сбор, изучение материала, его обработку, поддержку и развитие технологий творчества.

В данном модуле будет сохранена деятельность действующих клубных формирований и творческих коллективов Дома культуры.

**Модуль креативных индустрий - целевая аудитория, подростки и молодежь.**

Цель: Формирование и воспитание гражданского мировоззрения, чувства патриотизма, позитивных социальных установок, художественного вкуса и интересов подростков и молодежи.

В модуле аккумулируются инновационные социально-культурные технологии по организации досуга населения.

Формы работы:

а/ современные молодежные клубы, студии, объединения.

Модуль креативных индустрий включает в себя клубы по интересам в области молодежного творчества: студия «Брейк – данс», группа спортивной поддержки, студия клубного танца, спортивная секция «У-шу», «Медиа - студия».

Новым направлением в работе Дома культуры станет создание информационного медиа-портала и 3-D «Виртуальный Красноярск» и клуба ролевых игр.

Планируется открыть новые молодежные объединения, клубы, студии: модерн танец, контактные импровизации, РЭП, афро- джаз, хип – хоп, капаэйро, стрип – данс, степ, хасл, тектоник.

б/ мероприятия -

- молодежные балы в стиле эпох XVIII – XIX в.в.,

- весенний и осенний дни призывника;

- молодежный квесты из цикла «Тропой здоровья»

- акции для подростков «День здоровья»

В перспективе Домом культуры планируется проведение батл – турниров

( рэпбатлы, тектоник батлы, хип- хоп батлы и тд.)

**Модуль социально – творческой адаптации –**

Цель: Обеспечение свободного доступа и возможностей в реализации социально - творческого потенциала потребностей в спортивно - оздоровительной терапии и досуговом общении. Помощь в адаптации и самореализации пожилым людям.

Формы работы

а/ спортивно оздоровительные и досуговые формирования; коллективы любительского творчества.

- спортивно – оздоровительные группы «Здоровье».

- спортивно – досуговые группы

- народный хор

- вокальный ансамбль

б/ мероприятия( смотры, фестивали, выставки, концерты и тд)

спортивные соревнования по дартсу, бадминтону, волейболу, по мульти видам спорта, по бегу

и т.д.

Участие в городском фестивале «Формула возможностей», тематические вечера к праздничным датам календаря, дни именинника, участие в концертных программах, фестивалях творчества ветеранов

В перспективе Дом культуры планирует организацию и проведение конкурсов «Супербабушка» и «Супердедушка», «маленькая Мисс и Мистер»

Создание клубов:

-«Шахматистов», для взрослых и для подростков

-«Садоводов» - занятия по обучающему процессу, в дальнейшем проведение выставок и ярмарок.

- «Гори, гори, моя звезда» - для ветеранов культуры и искусства.

**Модуль познавательно – творческого семейного досуга**

Цель: Содействие в выполнении социальной культурной политики государства, города и района, через формы клубной работы в выполнении программы «Семья и дети»

Формирование единого культурного пространства для реализации творческих, информационных и познавательных потребностей детей дошкольного возраста и их родителей.

Целевая аудитория: дети, родители.

Формы работы:

а/ клубные формирования по развитие творческих способностей детей дошкольного возраста.

- группа «Солнышко», группа «Лучик» хореографического ансамбля «Акварель»:

- студия «Умный фитнес»

- студия раннего развития детей «Дошколенок»

В модуле разрабатываются новые культурно-досуговые программы, направленные на укрепление семейных ценностей, аккумулируются и транслируются новые технологии по организации семейного досуга.

б/мероприятия по организации совместного семейного досуга.

- фестиваль «Солонцовские кружева»,

- совместные мероприятия для детей и родителей в студии «Дошколенок», такие, как: детские утренники, семейные конкурсы, семейные старты,

- проект для школьников: шоу – программы «Бум – продленка»,

- проект для дошкольников: шоу – программы «Беби – Бум».

- выпускные вечера для ДООУ, учащихся 4-х классов и их родителей.

в/ внедрение образовательно – познавательных программ, базирующихся на эстетике и традициях национальной культуры.

Мастерская декоративно прикладного творчества «Рукоделие для души», в рамках которой проводятся развивающие игры, утренники, праздники, конкурсы, мастер-классы, выставки, детский театр и др.;

Модуль познавательно- творческого семейного досуга будет включать в себя действующие клубные формирования семейной направленности,

Новым направлением станет организация групп кратковременного пребывания детей. Создание комнат для детей и их родителей с использованием актуальных арт-терапевтических технологий (пескотерапии, изо-терапии, музыка-терапии и т.д.), видео –лекториев. Пребывание в таких группах не предполагает приема пищи, сна и других обязательных элементов и процедур, которые предъявляются детским дошкольным учреждениям, так, как время занятий в них ограничено двумя часами.

Самое трудное в работе по данному направлению подбор талантливых, квалифицированных руководителей.

Кроме этого, предполагается реализация следующих проектов:

- территория Wi-Fi;

- территория свободного творчества и досугового общения;

- игровые площадки для детей, в том числе - и на прилегающей территории ДК

- культурно-просветительский проект «Родительский университет», объединяющего в своей программе лекции, семинары, тренинги, презентации образовательных программ и многое другое;

интеллектуального клуба, в рамках которого будут проводиться серии неформальных встреч с писателями, художниками, музыкантами, фотографами, видеорежиссерами, журналистами, арт-критиками с целью знакомства красноярцев с многообразием современной культуры. Участники встреч работают в различных жанрах – от авторской песни до джаза, от эстрады до рока, от публицистики до фэнтези. Формат событий проекта – свободное общение с известными людьми.

клуба интеллектуальных игр, в рамках которого будут организовываться турниры, конкурсы, квесты, игры в шашки и шахматы, обсуждение виртуальных проектов и идей, и многое другое.

***Модуль пространственных инноваций и коммуникативного общения.***

**Цель:** Использование всех действующих и слабо действующих площадей Дворца культуры, включая прилегающие к зданию территории, через пространственные инновации и разнообразные формы мероприятий для вовлечения родителей и свободных посетителей в социально - творческую и познавательную деятельность и превращению их в постоянных активных участников культурных процессов Дома культуры поселка Солонцы.

***Целевая аудитория: Родители, свободные посетители.***

Данный модуль направлен на восполнение имеющегося дефицита, связанного с отсутствием зон свободного общения для посетителей, в первую очередь – для тех, кто не занимается в секциях, кружках, студиях Дома культуры.

**Формы работы:**

а/ консультационные пункты по актуальным вопросам, выставки, буккросинг, зоны досугового общения, игровые залы, территории Wi-Fi и т.д.

В связи с этим, в данном модуле предлагается решение комплекса мероприятий на базе следующих помещений: концертного зала на 400 посадочных мест, холла перед большим зрительным залом с возможностью разворачивания 150 посадочных мест, фойе, театрального зала на 50 мест, студии звукозаписи, гостиной на 30 мест, а также прилегающей площади на уличном пространстве, вместимостью 1000 человек.

Для более точного определения целевых групп и их интересов, после доукомплектования клубных формирований, будет произведено социологическое изучение потенциальной аудитории данного модуля.

Новым направлением деятельности в рамках модуля станет организация досуга родителей, ожидающих своих детей (участников творческих коллективов зоны свободного досугового общения, территории Wi-Fi, видеолекториев, культурно-просветительских клубов, малых спортивно-оздоровительных форм досуга (игры в бильярд, шашки, шахматы).

Предполагаемый образ в общественном сознании: «Дом культуры поселка Солонцы» – территория пространственных инноваций и коммуникативного общения»

***Модуль когнитивных абилитаций и парадивантных анимаций.***

**Цель:** Обеспечение полноценной интеграции детей с ограниченными возможностями в культурных и социальных аспектах жизни общества через консолидацию творческих сил Дома культуры и привлекаемых специалистов.

**Целевая аудитория:** дети с ограниченными возможностями, воспитанники реабилитационных центров, детских домов,

и дети, находящиеся в социально – опасном положении (зоны риска)

**Формы работы:**

а/ все формы массовой работы с учетом особенности аудитории, включая привлечение консультаций специалистов ( логопедов, психологов, психотерапевтов и т.д)концерты, утренники, бум – продленки, выездные концерты и мероприятия в детских домах.

***Модуль пилотных и имиджевых проектов.***

**Цель:** Объединение и сотрудничество различных организаций для реализации социально – культурных и просветительских программ, через разработку пилотных и имиджевых проектов и через внедрение современных технологий менеджмента и мониторинга,

**Целевая аудитория:** все категории посетителей, в том числе потенциальные.

Перед внедрением той или иной идеи, мероприятия, решения аккумулируются предложения ото всех модулей через кластер творческих и материальных ресурсов, путем привлечения дополнительных средств. Через грантовые и иные программы, через спонсорские средства должна проводится экспериментальная апробация, проверка правильности принятого для работы направления, особенно, если это связано со значительными затратами.

**Формы работы:**

а/ грантовые инновационные программы, проекты.

б/ имиджевые проекты и пиар акции.

Имиджевые проекты на данном этапе – это:

- разработка фирменного стиля, обладающего собственным индивидуальным набором графических, пластических семантических и прочих средств и включающего в себя:

фирменный знак, логотип, слоган, название и тд..

- фирменный сайт.

**Социальное партнерство.** Работа Домаворца культуры строится в тесном взаимодействии со всеми организациями, учреждениями независимо от ведомственной принадлежности и формы собственности, которые также решают аналогичные социально - культурные задачи в работе с населением. В результате многолетней плодотворной работы сложилась устойчивая система взаимодействия с субъектами власти, бизнеса, общественности, в области решения социально – творческих задач и развития интеллектуально – познавательного досуга.

Анализ участия социальных партнеров в проведении совместных мероприятий, от общего числа всех мероприятий, ( в среднем 164 в год)характеризуется следующей диаграммой:

- Субъекты власти и ее организации
- Субъекты бизнеса
- Субъекты общественности
- Физические лица
- Мероприятия МАУ ГДК «Кировский»  
( проводимые без участия партнеров)
- Мероприятия арендаторов

**Модернизация и реконструкция материально - технической базы.** Для реализации цели и задач концепции, необходимо поэтапно реконструировать здание со значительным увеличением площадей:

**I этап: 2017– 2019 г.г.**

- проведение капитального ремонта здания с учетом современных противопожарных, санитарно-эпидемических, гигиенических, технических, дизайнерских решений;
- модернизация технического и технологического оборудования и инженерно-обеспечивающих, рекламно-информационных и других систем;
- обеспечение энерго и тепло-сберегающим оборудованием;
- создание Wi-Fi-зоны для посетителей учреждения;
- оснащение современным технологическим, сценическим, акустическим, световым и т.д. оборудованием, с переоборудованием сцены
- оснащение современным видеопроекционным оборудованием;
- установка элементов детской игровой площадки и отдельных сооружений для экстремальных видов спорта на площади перед Домом культуры

**II этап: 2017- 20219 г.г.**

- реконструкция здания с увеличением площадей минимум в два раза для обеспечения нормальной работы, действующих клубных формирований и вновь создаваемых.
- строительство универсального зрительного зала с небольшой сценой и трансформирующимся зрительным залом на 150 – 200 мест.

**Ожидаемые результаты.** Реализация концепции позволит в полной мере раскрыть потенциал Дома культуры поселка Солонцы, как культурно – досугового и образовательно-просветительского центра с привлекательным обликом для посетителей всех возрастных и демографических групп, пробудить общественную активность и развитие в них интереса к самореализации, познанию, коллективному досугу, здоровому образу жизни, способствовать росту гражданского самосознания, причастности к культурно – историческим традициям, повышению интеллектуального уровня населения, воспитанию чувства патриотизма и любви к краю, городу Красноярску, Емельяновскому району, что соответствует стратегическим задачам в области государственной культурной политики.

Новая модель Дома культуры поселка Солонцы позволит:

- создать на территории района современный, отвечающий требованиям времени, центр культурного досуга для жителей поселка и района;
- предоставить равные возможности доступность населения к культурно-досуговым услугам;
- внедрить в практику работы современные культурные практики, новые культурно-досуговые формы проведения свободного времени, особенно привлекательных для молодежной аудитории;
- организовать пилотную площадку по изучению и внедрению культурно-досуговых практик в области семейного досуга, научно-технического творчества, интеллектуального досуга, других экспериментальных культурно-досуговых практик;
- устранить несоответствие социальным нормативам и нормам обеспеченности учреждениями культуры города, организовать комфортные условия для познавательного, развивающего досуга различных социальных слоев населения;



обобщать лучший зарубежный и отечественный опыт по организации культурно-досуговой деятельности населения с использованием инновационных социально-культурных технологий (управленческих, культуротворческих, медиа-информационных, культурно-реабилитационных, интеллектуальных и др.);

Главный результат, это конечно улучшение качества работы по решению социальных проблем, стоящих перед обществом, посредством организации содержательно – познавательного досуга и деятельности по созданию, распространению и освоению культурных ценностей.

Реализация Концепции позволит создать условия и предоставить возможность для максимального вовлечения каждого человека в разнообразные формы творческой и культурно-досуговой деятельности с использованием современных технологий и с учётом конкурентной среды.

Для работников Дома культуры данная концепция должна стать практическим эффективным инструментом, который поможет поднять работу по организации досуга на более высокий, качественный уровень, давая единое понимание происходящих процессов.

### **Список литературы:**

1. Конституция Российской Федерации;
2. Закон Российской Федерации от 09.10.1992 № 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре»;
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 03.07.1996 № 1063-р «О социальных нормативах и нормах»;
4. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;
5. Закон Красноярского края от 28.06.2007 № 2-190 «О культуре»;
6. Распоряжение Правительства Красноярского края от 31.12.2009 № 622-р Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие культуры Красноярского края на 2010-2012 гг.»;
7. Постановление Правительства Красноярского края от 20.01.2009 № 24-п «Об утверждении основных направлений стратегии культурной политики Красноярского края на 2009-2020 годы»;
8. Концепция развития клубного дела в Красноярском крае на 2010-2020 годы;
9. Методика определения нормативной потребности субъектов Российской Федерации в объектах социальной инфраструктуры, одобренная распоряжением Правительства Российской Федерации от 19.10.1999 № 1683-р;
10. Методические указания по реализации вопросов местного значения в сфере культуры городских и сельских поселений, муниципальных районов, утверждённые приказом Министерства культуры и массовых коммуникаций Российской Федерации от 25.05.2006 № 229;
11. Материалы работы общегородской ассамблеи «Красноярск. Технологии будущего» с 2008 по 2010 гг.
12. Проект концепции Программы социально-экономического развития г. Красноярска до 2020 года;
13. Программа позиционирования города в крае, стране, мире, повышения его привлекательности для горожан: «Красноярск – город инноваций, партнёрства и согласия»;
14. Решение коллегии Министерства культуры Российской Федерации от 29.05.2002 № 10 «О некоторых мерах по стимулированию деятельности муниципальных учреждений культуры».
15. Решение Красноярского городского Совета от 29.03.2005 № В-94 «О Программе социально-экономического развития города Красноярска на период до 2010 года»;
16. Стратегия развития отрасли «Культура» г. Красноярска до 2020 года «Знаково-символическое пространство города Красноярска: город как мысль, текст и художественный образ»;

### ***ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАНЯТОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ***

***Щёкина А.Д.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Герасимова Г.Е.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Актуальность темы обусловлена тем, что проблема безработицы присутствует в любом современном государстве. Безработица – явление социально-экономического характера, выражающееся в отсутствии работы у людей, представляющих собой экономически активное население; возникает по причине дисбаланса между спросом и предложением труда. Безработица

может быть добровольной, либо вынужденной [9]. Молодого поколения данная проблема касается непосредственно. Получив профессиональное образование, выпускники непосредственно сталкиваются с проблемой трудоустройства. Найти рабочее место по направлению подготовки в настоящее время порой не просто.

В современной России право на труд является одним из основополагающих принципов. Статья 37 Конституции Российской Федерации гласит: **Красноярск, Россия Красноярск**

"1. Труд свободен. Каждый имеет право свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию.

2. Принудительный труд запрещен.

3. Каждый имеет право на труд в условиях, отвечающих требованиям безопасности и гигиены, на вознаграждение за труд без какой бы то ни было дискриминации и не ниже установленного федеральным законом минимального размера оплаты труда, а также право на защиту от безработицы"[1].

Законодательство о занятости населения основывается на Конституции Российской Федерации и состоит из федеральных законов, иных нормативных правовых актов Российской Федерации, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации.

Установление государственных гарантий трудовых прав и свобод граждан, создание благоприятных условий труда, защита прав и интересов работников и работодателей, предусмотрены Трудовым кодексом РФ [2].

Правовые, экономические и организационные основы государственной политики содействия занятости населения, в том числе гарантии государства по реализации конституционных прав граждан Российской Федерации на труд и социальную защиту от безработицы определяет Закон РФ «О занятости населения в Российской Федерации» от 19.04.1991 №1032-1 (ред. от 28.12.2016) [3]. В этом документе дается определение занятости населения. «Занятость- это деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству Российской Федерации и приносящая, как правило, им заработок, трудовой доход» [3].

Государственная политика в области содействия занятости населения направлена на:

-развитие трудовых ресурсов, повышение их мобильности, защиту национального рынка труда;

-осуществление мероприятий, способствующих занятости граждан, испытывающих трудности в поиске работы;

-поощрение работодателей, сохраняющих действующие и создающих новые рабочие места прежде всего для граждан, испытывающих трудности в поиске работы;

-создание условий для развития негосударственных организаций, осуществляющих деятельность по содействию в трудоустройстве граждан (или) подбору работников, включая частные агентства занятости, а также для взаимодействия и сотрудничества таких организаций с органами службы занятости [3].

Распоряжением Правительства РФ от 17.11.2008 №1662-р была принята «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года», в которой сформулирована цель государственной политики в области рынка труда в долгосрочной перспективе. Этой целью «является создание условий эффективного функционирования этого рынка, что позволит преодолеть структурное несоответствие спроса и предложения на рабочую силу, сократить долю нелегальной занятости, повысить мотивацию к труду и трудовую мобильность» [4]. Поставленная цель будет достигнута посредством решения следующих задач: повышение доступности рынка труда и баланса между спросом и предложением рабочей силы; развитие инфраструктуры рынка труда, обеспечивающее рост занятости и эффективности использования труда; организация среды для условий труда, позволяющих обеспечить сохранение трудоспособности работающих на всем протяжении профессиональной карьеры; формирование прозрачных правил функционирования рынка труда, эффективности контроля их исполнения [4].

Постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. №298 принята государственная программа Российской Федерации «Содействие занятости населения», сроки реализации которой 2013-2020 гг. Ассигнования на реализацию программы из средств федерального бюджета составят более 579 млрд.руб. [5].

В соответствии с нормативно-правовыми актами, упомянутыми выше, Законодательное собрание Красноярского края приняло Закон № 13-6604 от 01.12.2011 г. "О содействии занятости населения в Красноярском крае" [6]. Данный закон определил полномочия и права Правительства края и органов исполнительной власти края в области содействия занятости населения.

Статья 5 Закона Красноярского края № 13-6604 предусматривает службу занятости населения края, которая является составной частью государственной службы. В состав службы занятости населения края входят орган исполнительной власти края в области содействия занятости населения (Агентство труда и занятости населения Красноярского края) и краевые государственные учреждения службы занятости населения.

Профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование безработных граждан, а также женщин в период отпуска по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет, включая обучение в другой местности, организует орган исполнительной власти края в области содействия занятости населения. Оказывать содействие органам службы занятости в получении достоверной информации могут органы местного самоуправления, которые вправе реализовывать дополнительные мероприятия в области содействия занятости населения, направленные на привлечение трудовых ресурсов, и осуществлять расходы за счет средств бюджетов муниципальных образований. В целях осуществления взаимодействия и координации органов на краевом и муниципальных уровнях могут создаваться межведомственные комиссии по вопросам профессиональной ориентации граждан. В состав этих комиссий могут входить представители Законодательного собрания края, органы исполнительной власти края, муниципальные органы, объединения работодателей, образовательных организаций. Правительство края определяет порядок формирования, состав и порядок деятельности краевой межведомственной комиссии по вопросам профессиональной ориентации.

Постановлением Правительства Красноярского края от 30.09.2013 N 502-п утверждена государственная программа Красноярского края "Содействие занятости населения", целью которой является создание условий, способствующих эффективному развитию рынка труда, содействие социально-экономическому и демографическому развитию Красноярского края [7]. Данная программа включает три подпрограммы (рис. 1).

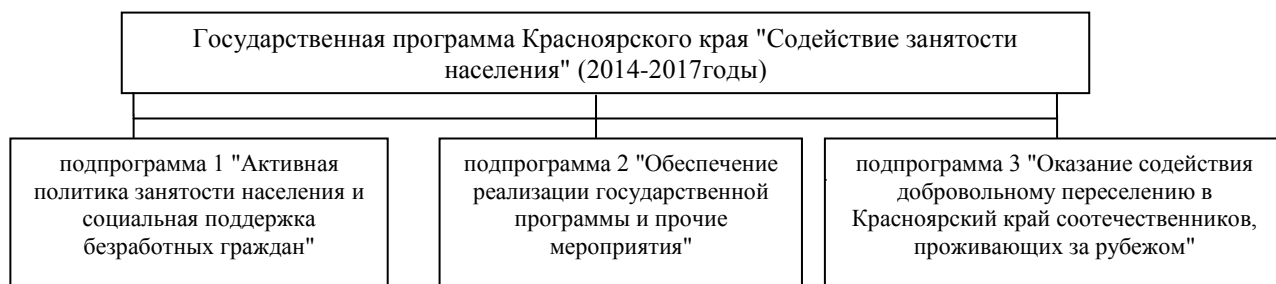


Рисунок 1 – Содержание государственной программы Красноярского края «Содействие занятости населения»

Финансовое обеспечение органов службы занятости края осуществляется за счет средств краевого бюджета. За счет средств краевого бюджета осуществляется также разработка прогноза баланса трудовых ресурсов края. Полномочия РФ в области содействия занятости населения, передаваемые субъекту федерации, осуществляются за счет субвенций, которые предоставляются краевому бюджету из федерального бюджета.

Постановлением Правительства Красноярского края от 15.03.2016 г. N 115-п были внесены изменения в государственную программу "Содействие занятости населения". Изменения предусмотрены по ресурсному обеспечению программы. Правительство Красноярского края определило объемы финансирования с указанием источников (табл. 1).

Таблица 1 – Финансирование государственной программы Красноярского края «Содействие занятости населения», тыс.руб. [8]

Годы	Объем финансирования	В том числе	
		субвенции и субсидии из федерального бюджета	средства краевого бюджета
2014	1897173,5	995422,3	901751,2
2015	1938064,3	978572,4	959491,9
2016	2072679,1	1067121,9	1005557,2
2017	1828591,0	907491,3	921099,7
2018	921099,7	0,0	921099,7

Данные таблицы свидетельствуют о сокращении ресурсного обеспечения программы на период 2016-2018 гг. в связи с улучшением ситуации на рынке труда Красноярского края. Эффективная деятельность Федеральной службы и территориальных органов по труду и занятости населения обеспечивает снижение безработицы и повышение занятости населения.

#### Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 21.07.2014 №11-ФКЗ) // Правовая система «Консультант- Плюс» [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://consultant.ru/>.
2. Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 №197-ФЗ, (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // Правовая система «Консультант- Плюс» [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа:<http://consultant.ru/>.
3. Закон РФ от 19.04.1991 №1032-1 (ред. от 28.12.2016) «О занятости населения в Российской Федерации» // Правовая система «Консультант- Плюс» [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://consultant.ru/>.
4. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 10.02.2017) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://base.garant.ru/70643476/>
5. Государственная программа Российской Федерации «Содействие занятости населения» (утв. постановлением Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. №298)[Электронный ресурс].- М., 2017. // [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://base.garant.ru/70643476/>
6. Закон Красноярского края от 01.12.2011 № 13-6604 "О содействии занятости населения в Красноярском крае" // [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://www.zakon.krskstate.ru/>
7. Постановление Правительства Красноярского края от 30.09.2013 г. N 502-п"Об утверждении государственной программы Красноярского края "Содействие занятости населения" на 2014 - 2016 годы" // [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://www.krskstate.ru/>
8. Постановление Правительства Красноярского края от 15.03.2016 г. N 115-п «О внесении изменений в постановление Правительства Красноярского края от 30.09.2013 г. "Об утверждении государственной программы Красноярского края "Содействие занятости населения" // [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/438846399>
9. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь: учебное пособие / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. - 5-е издание. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 495с.// Правовая система «Консультант- Плюс» [Электронный ресурс].- М., 2017.- режим доступа:<http://consultant.ru/>.

**ОСОБЕННОСТИ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ**

*Дементьева А.А.*

*Научный руководитель: к.ф.-м.н., доцент Брит А.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Характерная черта современной производственной сферы - это непрерывное обновление технической и технологической базы, использование высоких технологий на каждом этапе технологического процесса, внедрение научно-технического прогресса в производственный процесс. Для всего этого необходимо участие во всех сферах производства непосредственно большого числа высококвалифицированных специалистов. Они должны уметь решать управленческие задачи, прогнозировать экономические риски, овладевать методами принятия стратегических и тактических решений в управлении производственной деятельностью предприятия. Поэтому, перед образовательными учреждениями стоит проблема «качественной» математической подготовки специалистов в экономической сфере.

Целесообразно обучать будущих специалистов статистическим и количественным методам решения управленческих задач. Также, математика необходима для формирования способности студентов выбирать математические модели организационных систем, анализировать их адекватность и адаптировать модели к конкретным задачам управления. Преимущественная ценность такого подхода рассмотрена в работах Бурмистровой Н.А., Далингера В.А., Кийко П.В., Кремера Н.Ш., Терешина Н.А. и т.д. [1, 2, 4, 5 - 10]

Далингер В.А. утверждает: «Решая профессионально ориентированные задачи разного уровня сложности и в определенной последовательности, студенты оперируют профессиональными терминами, приобретают способность анализировать ситуации, типичные для будущей профессиональной деятельности в области экономики и финансов». [2]

С целью накопления широкого диапазона математических знаний, умения студентов думать уникальным образом, а так же различать главное и второстепенное, а также для поиска новейших подходов к решению проблем, необходимо использование задач с прикладным экономическим содержанием в ходе изучения математики.

По мнению Терешина Н.А.: «Экономический анализ рассматриваемых жизненных ситуаций, основанный на результатах решения проблем, способствует, с одной стороны, развитию математического мышления на конкретном материале, с другой стороны, консолидации и углублению экономических знаний, в результате качественной и количественной интерпретации экономических понятий». [10] По этой причине, решение проблем ситуационного экономического характера, помимо функций обучения, формирует функции развития, в частности, развивает математическое и экономическое мышление будущих специалистов.

Современная действительность такова, что на рынке труда может быть востребован специалист-экономист, обладающий исключительно широкими познаниями и способностями в своей области, основанными на базовой математической подготовке.

Поэтому наиболее значительная цель обучения студентов – это развитие их знаний и умений, необходимых им в будущей профессиональной деятельности. «Студентам необходимо сформировать такой уровень математической подготовки, который необходим для решения задач, требующих анализа ситуации и выбора решений при изучении специальных дисциплин, для осуществления профессиональной деятельности, для непрерывного образования», - утверждает Кийко.[5]

Важность целей и способов обучения математике была подтверждена известным математиком и педагогом Александровым П.С. «Ключевыми факторами проблемы математического образования являются: выбор объема и содержания математических курсов, определение целей обучения, правильное сочетание широты и глубины изложения, строгость и ясность». При обучении математике студентов-экономистов, упор должен производиться на те математические структуры, которые учащиеся смогут использовать в своей будущей профессиональной деятельности. Таким образом, обучение будущих экономистов математике должно быть безупречно ориентировано.

До сих пор во многих Российских университетах актуальна проблема «качественной» математической подготовки студентов экономического профиля. Как и раньше, представление

математики на экономических факультетах многих университетов формально, математические концепции и изучаемые теории совершенно не взаимосвязаны с будущей профессиональной деятельностью студентов, которая отталкивает учащихся от более подробного и тщательного изучения этой дисциплины. Эту точку зрения разделяет Рябоконова Л.Д.: «Математика, с ее арсеналом теоретических знаний и методов, является одним из ведущих средств формирования экономической грамотности, но еще в большей степени математика, практически – ориентирована.» [8]

По мнению Бурмистровой Н.А., «в области экономики, как и в математике, используются те же методы рассуждения, целью которых является реализация наиболее оптимального варианта поведения при изучении конкретных ситуаций.» [1]

Детушев И.В. считает, что для положительного влияния математики на уровень знаний, умений и навыков, необходимых экономисту при выполнении его профессиональных обязанностей, необходимо:

- направить курс математики на решение профессионально значимых задач;
- укрепить связь математики с будущей профессиональной деятельностью будущих специалистов;
- повысить мотивацию студентов к изучению математики, путем включения в процесс преподавания задач с применением экономического содержания;
- заполнить курс математики фундаментальными математическими понятиями. [3]

Следует выделить разделы высшей математики в системе математической подготовки студентов-экономистов, которые наиболее необходимы студентам в дальнейшей профессиональной деятельности. К таким разделам относятся линейная алгебра, аналитическая геометрия, дифференциальное и интегральное исчисление функций одной и нескольких переменных, дифференциальные уравнения, теория вероятностей и математическая статистика, линейное и динамическое программирование. Рассмотрим каждый из представленных разделов высшей математики с точки зрения их применения в экономике.

Раздел «Линейная алгебра». При изучении элементов линейной алгебры на экономических факультетах основное внимание должно быть уделено матрицам, детерминантам, понятиям линейных уравнений, квадратичным формам. В частности, эти понятия часто используются в межотраслевом балансе, в плановых расчетах, при расчете фонда заработной платы. В процессе изучения линейной алгебры необходимо применять математические методы для решения практических задач по экономике. Это может быть сделано посредством задач прикладного экономического содержания: определение величины расхода сырья в результате матричного умножения, прогнозирование объема продукции в результате решения неоднородной системы линейных неоднородных систем линейных алгебраических уравнений, использование линейной модели матричного типа для анализа диверсифицированной экономики, анализ процесса взаимных закупок товаров с использованием понятия собственного значения.

Раздел «Аналитическая геометрия». При изучении аналитической геометрии на экономических факультетах, основное внимание должно быть уделено различным типам уравнений прямой на плоскости и в пространстве, методу координат, линиям второго порядка, поскольку эти понятия широко распространены в экономической литературе, а также в учебных курсах экономического содержания. Студенты должны понимать, что аналитическая геометрия важна, так как позволяет разумно интерпретировать экономическую информацию, представленную в виде различных графиков (кривые и поверхности безразличия, кривые потребительских расходов, инвестиционный спрос, кривые Филлипа, Лаффера и Лоренца), находить оптимальный производственный план при заданной стоимости.

Раздел «Дифференциальное и интегральное исчисление функций одного и нескольких переменных». При изучении дифференциального и интегрального исчисления важно показать, что этот раздел математики широко используется в экономике. Этого можно достичь, решая задачи которые ориентированы на применение дифференциального исчисления при изучении эластичности предложения и спроса, определение максимальных чистых выгод, расчета максимальной прибыли в условиях монополии и конкуренции, использование второй производной при оценке облигации, поиск экстремума функции нескольких переменных для определения прибыли и оптимизации распределения ресурсов.

Раздел «Дифференциальные уравнения». Дифференциальные уравнения являются широко используемым аппаратом для изучения различных процессов в экономике. В экономике дифференциальные уравнения используются для описания динамики населения, моделирования проблем инфляции, государственного долга, экономического роста, безработицы, соотношения денег

и реальных рынков, при анализе динамической модели инфляции в странах с переходной экономикой. Изучение различных законов развития общества может привести студентов-экономистов к построению таких математических моделей, основным инструментом решения которых являются дифференциальные уравнения.

Раздел «Теория вероятностей и математическая статистика». Теория вероятностей и математическая статистика позволяет строить экономические модели и оценивать их параметры, проверять все возможные гипотезы о свойствах различных экономических показателей, что является основой для экономического прогнозирования. Метод проведения занятий заключается в решении задач с прикладным экономическим содержанием, ориентированных, например, на вероятностное моделирование процессов ценообразования на фондовом рынке, применение корреляционного анализа для изучения влияния отдельных факторов на результирующие показатели, на прогностические характеристики социально - экономических систем, применение вероятностных расчетов в текущем анализе хозяйственной деятельности компании.

Раздел «Линейное и динамическое программирование». Линейное и динамическое программирование широко используются в экономических исследованиях, направленных на решение задач управления запасами, на поиск и принятие решений в задачах соотношения темпов роста и коэффициентов рентабельности экономики. Линейное и динамическое программирование - мощный математический инструмент для решения поставленных задач. Поэтому в концепции математической подготовки будущих экономистов этому разделу математики необходимо уделять надлежащее внимание.[3]

Анализ научных исследований, посвященных проблемам обучения математике и экономике, позволяет выделить основные общеобразовательные, воспитательные и развивающие цели математической подготовки будущих студентов.

Общеобразовательные цели: формирование и накопление умений и навыков, связанных с математикой и математическим моделированием в экономике и производстве, приобщение студентов к творческой деятельности в области математики.

Воспитательные цели: воспитание экономической интуиции, фантазии и чувства гармонии, умения думать и доказывать свою правоту, воспитание сообразительности и честности, культуры общения и поведения.

Развивающие цели: развитие внимания, способности сосредоточиться, формирование логического, творческого, экономического мышления, критического отношения к процессу действия и развития деловитости и предприимчивости.

Таким образом, математика в учебной системе современного экономиста занимает ведущее место и, как утверждает Кремер Н.Ш, «является не только мощным средством решения прикладных задач и универсального языка науки, но и элементом общей культуры». [6]

#### Список литературы:

1. Бурмистрова Н.А. Обучение студентов моделированию экономических процессов. / Н.А. Бурмистрова. - Омск, 2001. - 196 с.
2. Далингер В.А. Математическое моделирование как системообразующий фактор интеграции курсов математики и специальных дисциплин финансово-экономической специальности / В.А. Далингер. -: Интеграция и образование. -№ 4. – 2002. – С. 15-19.
3. Детушев И.В. Фундаментализация математической подготовки студентов экономических специальностей высших учебных заведений на основе профессиональной ориентации : диссертация ... кандидата педагогических наук: 13.00.02 / Детушев Иван Васильевич - Москва, 2016.- 186 с.
4. Зеленина Н.А. Интерактивные формы и методы обучения математике студентов высших учебных заведений / Н.А. Зеленина. - Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2014. – Т. 16. – 41–45с.
5. Кийко П.В. Математическое моделирование как системообразующий фактор при реализации межпредметных связей математики и специальных дисциплин в обучении будущих экономистов /: Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / Кийко Павел Владимирович - Омск, 2006. - 193 с.
6. Кремер Н.Ш. Высшая математика для экономистов. / Н.Ш. Кремер. - М.: Банки и фондовые биржи, UNITY. - 1997. 439 с.
7. Кудрявцев Л.Д. Современная математика и ее учение. / Л.Д. Кудрявцев. - М. : Наука, 1985.- 176 с.
8. Пучков Н.П. Методологические подходы к обеспечению качества профессиональной подготовки экономиста в процессе изучения образовательной области «Математика». / Н.П. Пучков. - М. : Машиностроение - 1, 2003. 140 с.

9. Рябоконева Л.Д. Особенности содержания и методология преподавания математики в классах экономического профиля / Л.Д. Рябоконева. - Омск, 1997. 167 с.
10. Соловьев К.Н. Управление, маркетинг и математика в культуре идеального экономиста / К.Н. Соловьев. - Высшее образование в России. 2001. № 2. 46-50 с.

## **ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

**Попов С.М.**

*Научный руководитель: к.ф.-м.н., доцент Брит А.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Определение стратегии развития отраслей сельского хозяйства на уровне предприятия базируется на наличии у него потенциала. Потенциал предприятия будет зависеть от наличия четко сформулированных целей и построенных планов оптимизации производства.

В целом процесс оптимизации реального производства возможен в двух направлениях [2]:

- оптимальное планирование производства (данная задача решается на максимизацию «эффекта» от производства и реализации продукции);
- оптимальное планирование использования ресурсов (данные задачи имеют два аспекта – минимизация затрат при использовании ресурсов и максимизация «эффекта» от использования).

При этом основой для планирования будут являться ресурсы.

В сельском хозяйстве основными производственными ресурсами считаются природные, биологические, трудовые и материальные (основные и оборотные средства). Именно они непосредственно участвуют в создании сельскохозяйственной продукции. [5]

Все ресурсы в процессе производства функционируют во взаимодействии, взаимозависимости, образуя единую систему, взаимосвязанную внутри технологическими, техническими, организационными связями, т.е. совокупные производственные ресурсы. Отсутствие любого из них делает невозможным процесс производства. Поэтому большинство экономистов именно их считает совокупными производственными ресурсами или ресурсным потенциалом сельскохозяйственного производства.

Ресурсный потенциал сельскохозяйственных предприятий – это совокупность трудовых, природных и материальных затрат, которая определяется количеством, качеством, внутренней структурой каждого ресурса. [1] Аналогичную трактовку понятия ресурсного потенциала можно встретить у большинства экономистов, считающих, что это – «совокупность запаса (наличия) производственных ресурсов»; «совокупность имеющихся в хозяйстве производственных ресурсов (земельных, трудовых, материальных, материально-технических), независимо от уровня их технологической сбалансированности».

Элементы производственного потенциала, отражая специфику определенного производства, характеризуют тип предприятия, который влияет на формирование стратегии развития. Ресурсный потенциал хозяйства служит критерием при определении его производственных возможностей или производственного потенциала сельскохозяйственного предприятия (отдельной отрасли). [3]

Хозяйственная деятельность в условиях жесткой конкуренции побуждает вырабатывать управленческие решения, адекватные условиям хозяйствования, то есть основанные на экономическом анализе деятельности организации. [4]

Любая хозяйствующая организация представляет собой многомерный динамический объект, описываемый множеством показателей. Определение уровня развития организации на основе комплекса показателей дает возможность построения шкалы для измерения ее потенциала.

Проследим за развитием ООО «Боготольская птицефабрика», используя методику описанную в работе [4].

В качестве показателей, описывающих потенциал ООО «Боготольская птицефабрика», используем:  $x_1$  - основные средства,  $x_2$  - оборотные активы,  $x_3$  - трудовые ресурсы,  $x_4$  - сумма выручки,  $x_5$  - чистая прибыль.

На основе приведенного алгоритма в работе [4] произведем необходимые расчеты и сведем их в таблицы 1-4.



Таблица 1. Динамика показателей потенциала ООО «Боготольская птицефабрика» за период 2012-2016 гг.

Год	Основные средства, тыс. руб.	Оборотные активы, тыс. руб.	Трудовые ресурсы, чел.	Сумма выручки, тыс. руб.	Чистая прибыль, тыс. руб.
2012	97500	72463	78	69367	10459
2013	96881	74186	79	72863	9213
2014	91212	85034	85	74621	9225
2015	84800	81965	82	94154	12487
2016	80604	87956	85	96645	4945
$\bar{x}_j$	90199,4	80320,8	81,8	81530	9265,8
$s_j$	7419,45	6756,38	3,27	12831,78	2760,15

Таблица 2. Параметры расчета комплексной оценки потенциала ООО «Боготольская птицефабрика» за период 2012-2016 гг.

Параметры расчета	$Z_1$	$Z_2$	$Z_3$	$Z_4$	$Z_5$	Сумма
Эталонное значение признака $X_j^*$	100000	89000	90	100000	15000	-
Стандартизованные значения эталонов $Z_j^* = \frac{X_j^*}{s_j}$	13,48	13,17	27,51	7,79	5,43	-
$(Z_j^*)^2$	181,66	173,52	757,01	60,73	29,53	$\sqrt{1202,46}$ = 34,68
$a_j = \frac{Z_j^*}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (Z_j^*)^2}}$	0,389	0,380	0,793	0,225	0,157	-
$a_j Z_j^*$	5,239	5,004	21,831	1,751	0,852	34,68

Таблица 3. Стандартизованные значения показателей потенциала ООО «Боготольская птицефабрика» за период 2012-2016 гг.

Год	$Z_1$	$Z_2$	$Z_3$	$Z_4$	$Z_5$
2012	13,14	10,73	23,845	5,41	3,79
2013	13,06	10,98	24,151	5,68	3,34
2014	12,29	12,59	25,985	5,82	3,34
2015	11,43	12,13	25,068	7,34	4,52
2016	10,86	13,02	25,985	7,53	1,79

Таблица 4. Изменение интегральной оценки потенциала ООО «Боготольская птицефабрика» за период 2012-2016 гг.

Год	$a_j Z_j^*$	$a_j Z_j^*$	$a_j Z_j^*$	$a_j Z_j^*$	$a_j Z_j^*$	$y_i$	$C_i$	Темпы роста
2012	5,11	4,07	18,92	1,21	0,59	29,91	86,26%	
2013	5,08	4,17	19,16	1,28	0,52	30,21	87,11%	100,86%
2014	4,78	4,78	20,62	1,31	0,52	32,01	92,30%	105,19%
2015	4,44	4,61	19,89	1,65	0,71	31,30	90,26%	97,96%
2016	4,22	4,95	20,62	1,69	0,28	31,76	91,59%	101,33%

Потенциальная функция получит вид:

$$y = 0,389Z_1 + 0,380Z_2 + 0,793Z_3 + 0,225Z_4 + 0,157Z_5.$$

Для более наглядного представления изменения интегральной оценки потенциала организации построим фазовый портрет (рисунок 1).

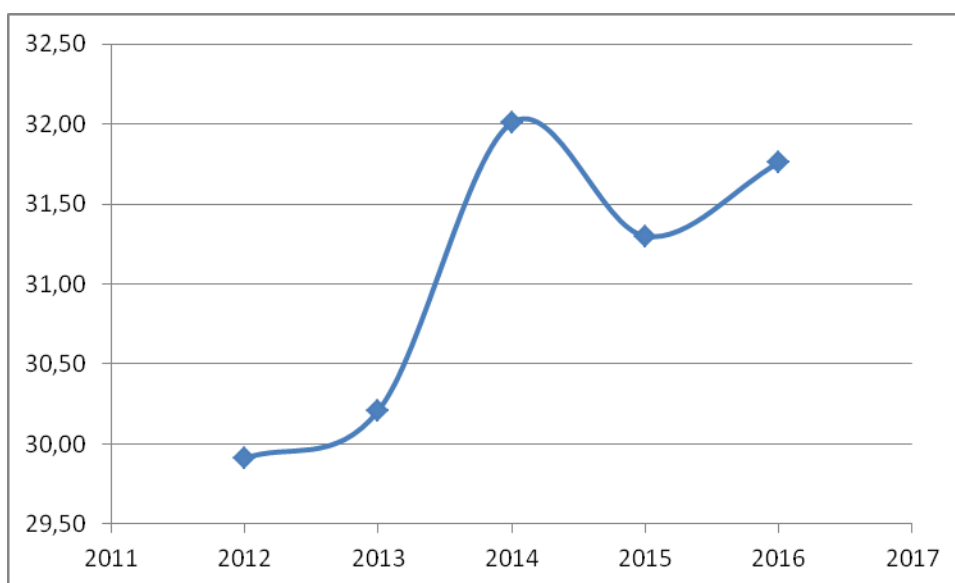


Рисунок 1 - Фазовый портрет потенциала ООО «Боготольская птицефабрика» за период 2012-2016 гг.

Используемый методический подход к оценке потенциальных возможностей и степени их использования может быть применен любым хозяйствующим субъектом в целях повышения результативности деятельности.

#### Список литературы:

1. Василенко Ю.В. Производственный потенциал сельскохозяйственных предприятий – М.: Агропроимиздат, 1989. – 150 с.
2. Городов А.А. Оптимизация предприятий АПК / А.А. Городов, Л.В. Городова, М.А. Фёдорова // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2016. – № 3 (3). – С. 10-16.
3. Городов А.А. Производственный потенциал производства / А.А. Городов, Л.В. Городова, М.А. Фёдорова // Современное состояние и перспективы развития научной мысли: сборник статей международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 114-117.
4. Джурабаева Г.К. Интегральная оценка экономического потенциала организации / Г.К. Джурабаева, В.О. Шаланов // Сибирская финансовая школа. – 2009. – № 3 (74). – С. 135-138.
- Юркова О.Н. Повышать эффективность использования производственного потенциала сельхозпредприятий / О.Н. Юркова // АПК: экономика, управление. – 2009. – №6. – С.69

### **ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

**Тышов И.С.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шадрин В.К.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Оптимизация структуры капитала относится к одной из сложнейших проблем, решение которых происходит в процессе ведения финансами организаций. К отличительной функции некоммерческой организации относится диверсификация источников финансирования.

Из соотношения заемных и собственных средств долгосрочного характера складывается структура капитала. Она способствует определению многих аспектов функциональности организации и оказывает прямое влияние на его итоговые финансовые результаты.

Оптимальная структура капитала обозначается соотношением заемного и собственного капитала, при котором обеспечивается эффективнейшая взаимосвязь между коэффициентами рентабельности личного капитала и задолженности.

К отличительной чертой работы некоммерческих организаций относится высокая диверсификация источников финансирования. Доходы некоммерческих предприятий делится на четыре группы – государственные, заемные, привлеченные и собственные средства.

К привлеченному финансированию относятся спонсорские средства, благотворительные, гранты фондов, членские взносы и др.;

Государственное финансирование включает различные государственные субсидии; заёмным финансированием является получение кредитов от банков, выпуск долговых ценных бумаг; собственные средства складываются из доходов от основной и коммерческой деятельности.

Соотношение заемного и собственного капитала должно поддерживаться в определенной пропорции, являющейся индивидуальной для каждого предприятия. Свидетельством о финансовой независимости предприятия то, что в капитале превалирует собственный капитал, но отнюдь не говорит об искусстве его финансовых менеджеров.

Исходя из этого, предприятие, которое использует только собственный капитал, имеет самую высокую финансовую устойчивость с коэффициентом автономии равным единице, но уменьшает темпы своего развития из-за того, что не может обеспечить создание необходимого дополнительного объема активов в периоды благоприятной конъюнктуры рынка, а так же не использует финансовые возможности прироста прибыли на вложенный капитал.

Стоимость капитала предприятия определяется несколькими этапами:

1. Определение возможных источников формирования капитала;
2. Отдельный расчет цены каждого источника;
3. Определение средневзвешенной стоимости капитала;
4. Разработка мероприятий для оптимизации структуры капитала.

Во время расчета оптимизации нужно определить, какая структура капитала будет способствовать достижению минимальной средневзвешенной величины – WACC.

Данный показатель WACC имеет достаточно простую интерпретацию – он показывает объём расходов в процентах, которые ежегодно несёт предприятие за возможность осуществления своей деятельности при помощи привлечению финансовых ресурсов на долгосрочной основе.

$$WACC = \sum ki * di,$$

где  $k_i$  - стоимость  $i$ -го источника средств;

$d_i$  - стоимость  $i$ -го источника средств в общей их сумме.

Правильность расчета WACC по формуле средней арифметической взвешенной предполагает определенную сопоставимость ее слагаемых (таких как стоимости источников), в частности сопоставимость по методологии исчисления. Основная сложность заключается в выборе базы, по которой следует делать расчеты: после налоговой или до налоговой.

Из этого следует, что основная цель расчета средней цены капитала заключается не только в оценке фактически сложившегося положения, но и в расчёте цена вновь привлекаемой денежной единицы с последующим использованием её значения в качестве коэффициента дисконтирования при создании бюджета капиталовложений.

При привлечение источников капитала компания сталкивается с некоторыми финансовыми затратами. По облигациям выплачивается доход, банкам отчисляются проценты за предоставленные кредиты, по акциям – дивиденды.

Стоимостью капитала называется общая сумма средств, которые необходимо заплатить за использование определенного объема финансовых ресурсов, привлекаемых на рынке капитала. Данная стоимость выражается в процентах к этому объему.

Привлеченные доходы является наибольшей группой источников финансирования некоммерческой организации. Они разделяются на две части. Безвозмездные источники финансирования и возмездные источники финансирования, которые предполагают предоставление ответных услуг.

Бесплатный общественный капитал для некоммерческих организаций предоставляют безвозмездные источники финансирования. Для получения доступа к данному капиталу некоммерческая организация обязана заниматься созданием и выпуском общественно-полезных благ и иметь прочную и чистую репутацию на рынке.

Стоимость возмездных источников финансирования оценивается стоимостью предоставляемых ответных услуг. Цена спонсорских средств составляется из стоимости рекламы, затрат на организацию и проведение пресс-конференций и других мероприятий в честь спонсоров. Цена членских взносов как источника финансирования является стоимостью получаемых привилегий.

Субсидии государства полностью относятся к бесплатному общественному капиталу. Государство ставит жесткие требования к получателям бюджетных средств, а также

осуществляет регулярный контроль по их использованию.

Следовательно, организации, которые относятся к некоммерческим, имеют уникальные возможности по использованию бесплатного общественного капитала.

Заемные источники финансирования в некоммерческих организациях оцениваются и измеряются размерами банковского процента или доходной ставкой по облигациям.

Доход некоммерческих организаций в соответствии с ГК РФ не делится между участниками. Таким образом, учредители, управленцы и другие лица, которые заинтересованы в этом, не могут получать доходы на вложенный в некоммерческую организацию капитал.

Некоммерческие организации имеют ограничение в использовании собственного капитала, а также цена собственного капитала данной организации не оценивается при помощи дивидендов на вложенный капитал, как это происходит в коммерческом предприятии.

Себестоимость организации с некоммерческим капиталом измеряется двумя способами:

1. Первый способ при альтернативных вложениях средств цена собственного капитала определяется при помощи процентной ставки по краткосрочным казначейским обязательствам, как наименее рискованным ценным бумагам.

2. Второй способ альтернативных организаций, которые предоставляют подобные услуги на рынке, а также цена собственного капитала некоммерческой организации может быть вычислена как размер дивидендов на вложенный капитал коммерческой организации с сопоставимым риском.

Альтернативными затратами называется доход, который предприятие могло бы получить, если бы задействовало другой вариант по использованию ресурсов. Данные затраты возникают тогда, когда есть ограниченность в ресурсах.

Таким образом, инвестиции оборудования в больницах должны в конечном итоге приносить доход, который будет не меньше, чем доход от вложений, например, в ценные бумаги с сопоставимым риском.

Вместе с тем пожертвования, предназначенные для определённых поставленных целей, таких как постройка нового корпуса больницы для детей, могут иметь цену, которая будет равняться нулю. Так как данные фонды привязаны к определённому проекту, и у организаций полностью отсутствует возможность использовать их в иных целях.

Отсюда следует, при построении самой оптимальной структуры капитала некоммерческой организации нужно учитывать влияние разных факторов, которые определяют специфику деятельности в некоммерческом секторе.

Цели и задачи, которые были установлены деятельностью самой организации, оказывают влияние на структуру капитала некоммерческой организации.

В структуре доходов преобладающую роль занимают бесплатные источники финансирования тогда, когда работа некоммерческой организации полностью направлена на выполнение общественных функций, а платные источники доходов займут преобладающую роль в случае, когда происходит доминирование в деятельности некоммерческой организации взаимовыгодных услуг.

Помимо этого, явную роль в создании оптимальной структуры финансирования составляет отраслевая принадлежность некоммерческих организаций. Некоммерческие организации здравоохранения в наибольшей степени используют заемные источники финансирования, чем остальные некоммерческие предприятия, тогда как некоммерческие организации культуры – безвозмездные привлеченные средства при практически полном отсутствии заемных средств.

#### **Список литературы:**

1. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: полный курс : в 2 т. / пер. с англ. под ред. В. В. Ковалева. – СПб. : Экономическая школа, 1997.
2. Грищенко Ю.И. Модели расчета оптимальной структуры капитала. Средневзвешенная стоимость капитала // Финансовый учет и аудит. – СПб. – 2006. – Июль–сентябрь.
3. Шекова Е.Л. К вопросу об оптимизации структуры капитала некоммерческой организации // Финансовый менеджмент. – М. : Финпресс. – 2002. – № 5.

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Стамбурская К.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шадрин В.К.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Провести анализ – значит разобрать на составляющие части, осмыслить, выявить причины, выявить влияющие факторы. Решение, которому не способствовал тщательный анализ ситуации, скорее всего, окажется неверным и либо не достигнет желаемого результата, либо приведет к нежелательным последствиям. Анализ состоит в постановке вопросов и поиске ответов на них. Иногда вопросы оказываются более важными, чем ответы. От аналитика требуется представить проблему с различных точек зрения, выявить интересы разных сторон, групп людей, вовлеченных в деятельность некоммерческой организации.

Результативность – самый высокий критерий деятельности любой организации. Любая некоммерческая организация существует ради достижения результатов в изменениях всего общества и конкретно индивидов. Однако результативность является также одной из самых непростых проблем для руководителя некоммерческой организации. Возможно, самые важные отличия от обычной деловой фирмы связаны именно с результативностью. Поскольку показатели прибыльности, рыночной позиции, модернизации производства или движения денежных средств очень легко подсчитать не трудно определить, улучшилось ли состояние организации.

Финансовая отчетность должна представлять всю необходимую информацию и избегать избыточных сведений, которые не только увеличивают ее объемы, но и могут привести к ошибочному мнению о проделанной работе [1].

Если некоммерческие организации не имеют прибыли, то это не означает, что они несут потери. Сущность некоммерческой деятельности состоит в том, что она создает нефинансовые выгоды, которые, основываясь на привычные финансовые соображения, трудно зачесть в счет денежных расходов. Некоммерческие организации предоставляют услуги и продукты не требуя вознаграждения. Такое «производство» предоставляется бесплатно или реализуется по ценам ниже себестоимости. Поэтому сначала может показаться, что они работают в убыток. Однако то, что является результатом некоммерческой деятельности, создает нефинансовые выгоды для всего общества и выполняет задачи, которые ставятся финансирующими лицами. Некоммерческие организации могут оказывать услуги по различной себестоимости. Одни организации могут быть лучше других тем, что предоставляют больше услуг и продуктов с минимальными издержками. Если бы была возможность измерить нефинансовые общественные выгоды от деятельности некоммерческой организации в денежной форме, то можно было судить о «некоммерческой прибыли» как о разности между выгодами получателей некоммерческих услуг и издержками самой некоммерческой организации. Проблема состоит в том, что эти выгоды имеют потребительский характер, а также в том, что лица, несущие расходы и получающие выгоды, разные. Из этого можно сделать вывод, что организация не получает обратно денежных средств от своей деятельности. Чаще всего потребительские выгоды от деятельности НКО вообще не имеют денежного выражения. Обычно некоммерческая деятельность выражается в простом перераспределении доходов от лиц состоятельных к лицам нуждающимся [1].

Рассматривая доходы некоммерческой организации, следует выяснить, какая их часть является стабильной, повторяющейся, а какая – однократной. Особое внимание нужно обратить на долю инвестиционных доходов, которые образуют основу стабильных источников финансирования. Также не помешает узнать, какая часть инвестиционных доходов рефинансируется, и рассчитать темп роста инвестиционных доходов, направляемых НКО на благотворительную деятельность.

Следует выявить на сколько способна организация привлекать благотворительные средства по фандрайзинговым программам от населения или меценатов. Важно отделить доходы, привлекаемые от широкой аудитории, от единичных крупных доходов, получаемых от единственного лица. Например, в том случае, когда финансирование некоммерческой организации зависит исключительно от желания одного мецената, а не от самой организации, очень сложно оценивать перспективы ее финансирования в дальнейшем – все зависит от желания и решения одного лица.

При оценке эффективности деятельности особое значение отдают анализу социальных результатов, которые выражают степень достижения основной цели деятельности некоммерческой организации. Одним из таких результатов является социальный индекс Вайсброта, коэффициент социальной рентабельности [2].

Социальный индекс (индекс общественности) - PI (publicness index) был введен американским ученым Вайсбродом для определения уровня производства социальных эффектов в некоммерческих организациях. Согласно Вайсброду, индекс отражает “взаимосвязь между видами финансовых поступлений предприятия и характером предоставляемых им услуг или производимой продукции”. Он рассчитывается по формуле:

$$PI = \frac{\text{Доходы от выпуска общественных благ}}{\text{Доходы от выпуска частных благ}}$$

Доходы от выпуска общественных благ - это благотворительные вклады, гранты, государственные дотации и т.п. К выпуску частных благ относится реализация товаров, услуг и работ; а также членские и спонсорские взносы.

Социальный индекс принимает значения от 0 до бесконечности. Индекс равен нулю в коммерческих организациях культуры, которые полностью существуют за счет выпуска частных благ, т.е. взносов своих членов или средств от реализации потребительских товаров и услуг. Бесконечно большие значения социального индекса характерны для некоммерческих организаций культуры, занимающихся исключительно созданием чистых общественных благ, т.е. вся деятельность которых направлена на достижение социальных эффектов. В связи с этим данные структуры финансируются только за счет благотворительных вкладов, пожертвований, грантов и субсидий.

Социальный индекс можно использовать для оценки уровня самофинансирования организаций культуры. Чем больше значение, тем ниже уровень самофинансирования некоммерческой организации.

Коэффициент социальной рентабельности рассчитывается аналогично с показателем экономической рентабельности как отношение денежной оценки социального эффекта к затратам на производство данного социального эффекта.

$$SR = \frac{\text{Социальный эффект}}{\text{Затраты}}$$

Показатель социальной рентабельности применяется для оценки проектов, имеющих социальную значимость. Так, благотворительные фонды при проведении экспертизы отбираемых проектов часто его используют.

Так как основной целью деятельности некоммерческой организации является не извлечение прибыли, а реализация общественно-полезной деятельности, оценка инвестиционных проектов НКО носит ярко выраженный характер.

Также следует использовать показатель общей рентабельности проекта TR (или общей нормы доходности). Он рассчитывается следующим образом:

$$TR = R + SR = \frac{\text{Чистая прибыль} + \text{Социальный эффект}}{\text{Затраты}}$$

Показатель общей рентабельности – это сумма экономической и социальной рентабельности, т.е. чистая прибыль от реализации проекта суммируется с денежной оценкой социального эффекта от проекта и относится к затратам, связанным с выполнением.

Таким образом, в целях финансовой стабильности НКО должна реализовывать проекты с показателем общей рентабельности выше нуля [3].

Перед некоммерческой организацией стоит непростая задача: прежде чем определить способы измерения продуктивности и оценки результатов деятельности, сначала нужно решить, какие результаты намечены. Многие некоммерческие организации считают измерение результатов не особо важным этапом. Однако некоммерческие организации существуют за счёт пожертвований. Некоммерческие организации подотчётны жертвователям, они должны предоставлять отчет об эффективном использовании средств и результативности. Итак, это та сфера деятельности, которая нуждается в особом внимании руководителей некоммерческих организаций. Однако многие организации в некоммерческом секторе до сих пор не признают конкретных результатов. Они по-прежнему верят в то, что их деятельность может оцениваться только качеством или не оцениваться никак.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что анализ результатов деятельности – самый верный путь развития и роста эффективности деятельности некоммерческой организации, а

это значит, что разработка показателей, отражающих результат произведенной работы, является одной из важнейших целей некоммерческого сектора.

#### **Список литературы:**

1. Курс экономики: Учебник. – 2-е изд., доп./ Под ред. Б.А. Райзберга. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 716 с.
2. Андреев И.А. Некоммерческий маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 4.
3. Некоммерческие организации в России. Создание. Права. Налоги. Учет. Отчетность. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 1998. – 400 с.
4. Некоммерческие фонды и организации. Правовые аспекты. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1997. – 336 с.
5. Социальная рыночная экономика. Учебник для вузов. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 416 с.

### ***ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ***

***Кичеева А.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шадрин В.К.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Финансовое планирование – это установленный, последовательный порядок определения общей потребности организации в финансовых ресурсах; источников их поступления и направлениях использования. Некоммерческие организации – это организации, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками. Главная особенность некоммерческих организаций – это общественный характер их деятельности. Правовое положение некоммерческих организаций определяет следующие основные законы:

- 1) Гражданский кодекс Р.Ф.
- 2) Федеральный закон от 12 июля 1996 г. №7 « О некоммерческих организациях ».
- 3) Федеральный закон от 19 мая 1995 г. №82 « Об общественных объединениях ».

Актуальность темы исследования. Управление финансовой деятельностью некоммерческой организации начинается с финансового планирования, которое осуществляется на тот или иной срок и заключается в определении необходимых расходов и доходов организации для успешного выполнения ею своих функций, в согласовании денежных потоков, в поиске и оценке возможных источников финансирования. Финансовое планирование – это планомерное управление процессами создания, распределения, перераспределения и использования денежных ресурсов. Финансовое планирование представляет собой процесс организации финансовых отношений и обоснованного формирования и распределения финансовых ресурсов некоммерческой организации на определенный временной период.

Субъектами финансового планирования являются органы некоммерческой организации, уполномоченные осуществлять планирование;

Объектами – финансовые ресурсы и финансовые отношения некоммерческой организации.

Цель финансового планирования – обеспечить формирование условий реализации финансовой политики некоммерческой организации.

Финансовое планирование в некоммерческой организации реализует ряд задач:

- определение объема финансовых ресурсов с учетом доступа к каждому их источнику на определенный период времени;
- определение направлений расходования финансовых ресурсов на определенный период времени с учетом цели и задач финансовой политики некоммерческой организации;
- создание условий результативности деятельности некоммерческой организации, результативности и эффективности реализации отдельных мероприятий, программ, проектов, грантов;
- обеспечение финансовой устойчивости некоммерческой организации.

Финансовое планирование в некоммерческой организации должно вестись с учетом специфики организации ее финансов и включать в себя несколько уровней (рис.1).

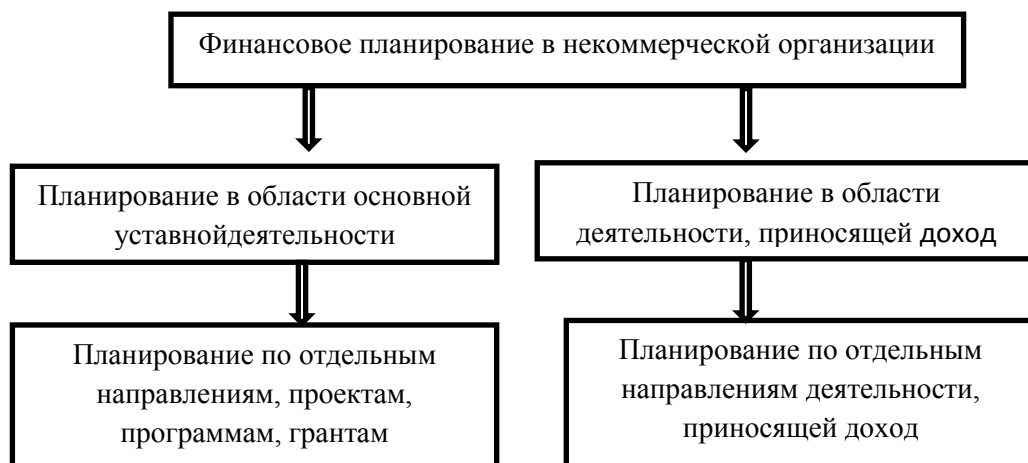


Рис. 1 Структура финансового планирования в некоммерческой организации

Финансовое планирование в области основной уставной и деятельности, приносящей доход, должно вестись с учетом необходимости осуществления административно-хозяйственных расходов.

Такой подход к финансовому планированию соответствует требованиям законодательства по ведению раздельного учета доходов, расходов и имущества, используемого в уставной деятельности и деятельности, приносящей доход, способствует эффективной организации исполнения налоговых обязательств некоммерческой организации [1].

По временному аспекту реализации финансового плана выделяют перспективное финансовое планирование, которое ориентировано на стратегические цели и задачи финансовой политики некоммерческой организации; оперативное финансовое планирование и текущее финансовое планирование, которые направлены на создание условий для достижения тактических задач финансовой политики некоммерческой организации.

Организация финансового планирования включает в себя несколько этапов.

1. Формирование информационной базы, необходимой для осуществления финансового планирования.

2. Составление финансового плана.

3. Исполнение финансового плана и мониторинг его исполнения:

– мониторинг текущих результатов исполнения финансового плана;

– выявление фактических отклонений от плановых показателей;

– определение причин появления фактических отклонений от плановых показателей;

– корректировка показателей финансового плана.

4. Формирование отчета об исполнении финансового плана.

5. Оценка итоговых результатов исполнения финансового плана и определение отклонений фактических показателей от плановых.

6. Определение причин появления отклонений фактических показателей от плановых.

7. Развитие методики финансового планирования для формирования обоснованного плана (при необходимости, если плановые показатели не соответствуют фактическим в силу несовершенства применяемых методов планирования, неполного формирования исходной информационной базы планирования и т.д.).

Уставная деятельность некоммерческой организации осуществляется на основании финансового плана или запланированных на предстоящий период (месяц, квартал, год и т.д.) доходов и расходов.

Финансовый план представляет собой документ, в котором отражаются притоки и оттоки денежных средств. Поскольку уставная деятельность некоммерческих организаций не предполагает получения дохода, то финансовый план является основным документом, регламентирующим поступление и использование денежных средств в некоммерческой организации.

Доходная часть финансового плана – это все возможные источники финансирования данной организации, включая финансовые возможности самой организации (доходы от коммерческих видов деятельности), имеющиеся в наличии или предполагаемые. Расходы, отраженные в финансовом плане, должны быть наиболее приближены к уставным целям и задачам некоммерческой организации; назначение и порядок формирования статей должен быть понятен потребителям данной информации. Таким образом, реализуется балансовый принцип составления финансового плана.



При этом финансовый план на проект, программу или мероприятие можно представить в виде документа – сметы доходов и расходов.

Основой финансового планирования учреждений является смета. Обычно она составляется на календарный год, а также на выполнение определенной программы или проекта (перед его началом). Проект сметы обсуждается и утверждается высшим руководящим органом в соответствии с уставом организации. Изменения, которые необходимо внести в смету, следует письменно согласовать с тем органом, который утвердил первоначальный вариант. В смете отражаются объемы и источники средств некоммерческих организаций, необходимые для обеспечения ее деятельности, а также данные об их использовании.

Смета – форма планового расчета, определяющая потребность корпорации в денежных ресурсах на предстоящий период (год, квартал) и последовательность действий по исчислению показателей. Например, смета расходов на производство и реализацию продукции.

Наличная смета (Cash Budget) характеризует ожидаемые значения поступлений и выплат при различных сценариях будущего движения денежных средств. Она не является простой суммой доходов и расходов, а представляет собой прогноз объемов и сроков поступления и расходования средств. Точность прогноза зависит от особенностей деятельности корпорации: степени неопределенности среды, в которой она функционирует, и способности финансовых менеджеров предвидеть будущие денежные потоки. Аналогом данной сметы в практике служит бюджет движения денежных средств.

Важнейшие объекты финансового планирования:

- выручка (нетто) от продажи продукции (работ и услуг);
- прибыль и ее распределение;
- фонды специального назначения и их использование;
- объем платежей в бюджетную систему в форме налогов и сборов;
- страховые взносы;
- объем заемных средств, привлекаемых с кредитного рынка;
- плановая потребность в оборотных средствах и источниках финансирования их пополнения;
- объем капитальных вложений и источники их финансирования и др.

Для составления финансовых планов используют следующие информационные источники:

- договоры (контракты), заключаемые с потребителями продукции и поставщиками материальных ресурсов и услуг;
- результаты анализа бухгалтерской отчетности и выполнения финансовых планов за предшествующий период (месяц, квартал, год);
- прогнозные расчеты по реализации продукции исходя из заказов потребителей, прогнозов спроса, уровня продажных цен и других условий рыночной конъюнктуры, включая поставку продукции за наличные деньги и в порядке бартерного обмена. Исходя из показателей сбыта, рассчитывают объем производства, расходы на выпуск продукции, прибыль, рентабельность активов, собственного капитала, продаж и другие параметры;
- экономические нормативы, утверждаемые законодательными актами (налоговые ставки, тарифы страховых взносов, сроки службы амортизируемого имущества по группам, учетная ставка банковского процента, минимальная месячная оплата труда и др.);
- принятая менеджментом корпорации учетная политика.

Разработанные на основе этих данных финансовые планы (бюджеты) служат руководством (ориентиром) для финансирования текущих финансово-эксплуатационных потребностей, инвестиционных программ и проектов и других мероприятий, обеспечивающих развитие корпорации [2].

Таким образом финансовое планирование является исключительно важным аспектом деятельности любого субъекта. Финансовое планирование – это процесс разработки финансовых планов и плановых показателей, которые помогают обеспечить предприятие финансовыми ресурсами и увеличить эффективность его деятельности в определенный период времени в будущем. Финансовое планирование является как бы первым шагом на пути к процветанию.

Планирование и моделирование дальнейшей деятельности, конечно же, носит несколько абстрактный характер из-за непредсказуемости ряда внешних факторов, но дает возможность учесть те изменения, которые не всегда очевидны на первый взгляд.

Некоммерческие организации – это организации, не преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели и не распределяющие полученную прибыль между участниками.

Некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям.

Данная статья имела цель доказать необходимость финансового планирования в некоммерческих организациях, рассчитывающих на успех в современных условиях рынка.

Я считаю очень важным использования финансового планирования, всех его видов. Постепенное продвижение от большого к малому, конкретизация финансовых показателей, контроль за исполнением финансовых планов являются залогом процветания и устойчивости любой организации. Также очень важно не просто использовать существующие методы финансового планирования, но и стараться все время усвоить новое, отслеживать новые методики финансового планирования, перенимать зарубежный опыт.

#### **Список литературы:**

1. Маркина Е.В. Финансы: учебник / под ред. Е. В. Маркиной - М.: КноРус, 2014.
2. Шубина Т.В., Сухоруких Л.Н. Особенности финансового планирования в некоммерческих организациях / Финансовый менеджмент. – 2015. – № 2 (55).

### ***СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ТЕОРИЯ МАРКЕТИНГА ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ***

***Тобияс И.Ю.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шадрин В.К.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Актуальность темы исследования заключается в том, что в некоммерческой сфере удовлетворяются социальные потребности людей в сфере управления, медицине, образовании и др.

Результаты деятельности людей в некоммерческой сфере во многом отражаются на благополучии населения от предоставления бесплатного медицинского обслуживания и образования, социального обеспечения, безопасного существования членов общества, особенно наименее защищенных членов общества. Однако следует отметить, что сегодня данная проблема решена далеко не полностью. Устранение негативных явлений в обществе в значительной мере зависит от эффективного развития некоммерческих организаций, деятельность которых направлена на удовлетворение социальных потребностей наиболее незащищенных членов общества.

Цель данного исследования – разработать содержательную теорию маркетинга для некоммерческих организаций.

Задача состоит в том, чтобы ответить на вопрос о содержательной достоверности и объяснительной надежности формалистской теории маркетинга некоммерческих организаций.

Некоммерческие организации являются экономическими субъектами. Однако данный экономист К. Поланий считает, что термин «экономический» используется в двух значениях, имеющих разные корни. Они называются содержательным и формальным значениями экономического:

«Содержательное значение «экономического» вытекает из факта зависимости человека от природы и других людей. Оно характеризует его взаимоотношения с природным и социальным окружением, которые обеспечивают ему средства удовлетворения материальных потребностей.

Формальное значение термина «экономический» основывается на логическом характере связи между целями и средствами, являемой в таких понятиях, как «экономичный» или «экономить». Оно подразумевает конкретную ситуацию выбора, а именно: выбора между различными способами использования средств, порождаемого их ограниченностью». [1]

Формалистическая теория маркетинга для некоммерческих организаций была предложена профессором Гарвардской школы бизнеса Б. Шапиро. Однако ее идеологически подготовили и теоретически обосновали Ф.Котлер и С. Леви, Дж. Зальтман, Р. Багоцци. Эти обоснования обсуждались в серии статей Journal of Marketing в конце 1960 – начале 1970-х гг., а затем в отдельно вышедшей в 1975 г. книге, посвященной именно маркетингу некоммерческих организаций. [4]

Главной для этих ученых является концепция социального обмена и символических средств обмена, такой подход упоминается в маркетинговой литературе среди многочисленных других подходов и называется «маркетинговой школой социального обмена», а иногда – «чикагской школой маркетинга». Подход этих ученых к изучению некоммерческого маркетинга основан на трех

радикальных постулатах, предложенных ими в конце 1960 – начале 1970-х гг. Основными постулатами являются:

1. Сфера применения маркетинга должна быть расширена за пределы коммерческого сектора.
2. Разницы между маркетингом в коммерческом и некоммерческом секторах нет.
3. Принципы маркетинга универсальны и нейтральны. [8]

Анализ статей Ф. Котлера, Дж. Зальтмана, Р. Багоцци и С. Леви позволяет заключить, что при разработке теории маркетинга некоммерческих организаций они опирались на концепции, позаимствованные из общественных наук – социологии, экономической антропологии и организационного поведения. Эти дисциплины дали новой теории три основополагающих тезиса:

1. Некоммерческая организация является открытой системой.
2. Отношения с внешней средой у некоммерческой организации строятся на основе двустороннего добровольного обмена.

3. Мотивацией членов некоммерческой организации являются личные интересы. [4]

Таким образом, маркетолог некоммерческой организации должен «знать,

- 1) что каждый клиент – участник обмена – отдает этой организации и получает от нее;
- 2) какова мотивация таких сделок и каков уровень удовлетворенности участников обмена».

Некоммерческая организация как открытая система. Для школы маркетинга социального обмена некоммерческая организация – это объединение людей, материалов и оборудования для достижения определенной цели. Ссылаясь на классификацию формальных организаций, предложенную Блау и Скоттом, школа маркетинга социального обмена делит все организации на четыре группы по принципу (кто получает пользу от деятельности организации):

1. Организации бизнеса, от деятельности которых получают пользу владельцы, например банки, фирмы, магазины.

2. Организации обслуживания, от контакта с которыми получают пользу клиенты, например госпитали, школы, университеты, социальные агентства.

3. Организации взаимной выгоды, от деятельности которых получают пользу члены организации, например политические партии, союзы, профессиональные ассоциации, религиозные секты.

4. Общественные организации, от деятельности которых получают пользу все члены общества, например армия, полиция, пожарная служба.

Поскольку, согласно школе маркетинга социального обмена, все типы организаций – это открытые системы, то четыре указанные группы организаций рассматриваются как ресурсоперерабатывающие машины с определенными функциональными задачами. Главными задачами такой организации являются: привлечение ресурсов; переработка ресурсов; распределение ресурсов.

Главная же цель такой организации – постоянно реагировать на изменения внешней среды, чтобы обеспечить непрерывный приток ограниченных ресурсов, их эффективную переработку и сбыт. Такая трактовка организации была позаимствована из теории организационного поведения, представленной работами Д. Катца и К. Канна. [2]

Эти американские ученые строят свою теорию на основе критики классической трактовки организации как закрытой системы или идеальной бюрократии, предложенной немецким социологом Максом Вебером. По Котлеру, Катцу и Кану, если организация неэффективно привлекает ресурсы из окружающей среды, ее называют «малочувствительной». И наоборот, если организация эффективно привлекает ресурсы, ее называют «высокочувствительной» к внешней среде. Ф. Котлер связывает малочувствительную организацию с понятием «бюрократия», а высокочувствительную – с позитивным понятием «концепция маркетинга». Согласно такой философии, менеджмент организации должен отказаться от ее бюрократизации и следовать концепции маркетинга в своих отношениях с внешней средой. [3]

По Котлеру, двусторонний добровольный обмен – это единственный правильный способ удовлетворения человеческих потребностей в обществе. Двусторонний добровольный обмен является альтернативой таким способам удовлетворения потребностей, как кража, насилие и попрошайничество. Соответственно, некоммерческая организация должна привлекать и распределять ресурсы именно на основе механизма двустороннего добровольного обмена. Наиболее яркий представитель этой школы – Сайрил Бельшоу.

Совершение обмена требует как минимум двух условий:

- 1) участников обмена должно быть не меньше двух;
- 2) у каждого участника должны быть равноценные ресурсы для обмена.

Такой обмен трактуется как сделка, или трансакция. Однако в контексте деятельности некоммерческих организаций возникает проблема классификации таких явлений, как подарок, пожертвование или бесплатная услуга, которые не вписываются во второе условие обмена. Эту проблему формалисты в экономической антропологии и школа социального обмена решают следующим образом. Они считают, что обменивать можно не только «вещи, услуги и деньги», но и «время, энергию и чувства», а обмен может быть не только экономическим, но и социальным и смешанным. [7]

Содержательность значения маркетинга вытекает из факта зависимости человека от природы и других людей. Оно подразумевает конкретную ситуацию между различными способами использования средств порождаемого их ограниченностью. Основываясь на результатах критического анализа авторы этой теории рассматривают перспективы изучения маркетинга некоммерческих организаций с точки зрения институциональной экономики и содержательного подхода.

Социалисты, изучающие эту проблему исходили из концепции «социального обмена и символических средств обмена» получившее название маркетинговая школа социального обмена. Подход ученых к изучению некоммерческого маркетинга основана на 3 радикальных постулатах.

Главная же цель такой организации – постоянно реагировать на изменения внешней среды, чтобы обеспечить непрерывный приток ограниченных ресурсов, их эффективную переработку и сбыт. Ученые утверждают, что двусторонний добровольный обмен является единственным правильным способом удовлетворения человеческих потребностей в обществе. Совершение обмена требует как минимум двух условий: участников обмена должно быть не меньше двух; у каждого участника должны быть равноценные ресурсы для обмена.

#### **Список литературы:**

1. Акулич И.Л. Демченко Е.В. Основы маркетинга: учебн. пособ. / И.Л. Акулич, Е.В. Демченко. – СПб: Санкт-Петербург, 2010. – 236 с.
2. Андреев С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов. / С.Н. Андреев. – М.: ФЛИНТА, 2012. – 186 с.
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учебн. пособ. / Е.П. Голубков – М.: ФинПресс, 2014. – 343 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебн. пособ. / Ф. Котлер – СПб: ИНФРА-М, 2009. – 736 с.
5. Романова А.Н. Маркетинг: учеб. пособ. под. ред. / А.Н. Романова – М.: ЮНИТИ, 2012. – 506 с.
6. Нагапетьян Н.А. Прикладной маркетинг: учеб. пособ. / Н.А. Нагапетьян – М.: ЮНИТИ, 2010. – 371 с.
7. Седегова Р.С. Основы менеджмента и маркетинга: учеб. пособ. под общ. ред. Р.С. Седегова. – М.: Высшая школа, 2014. – 382 с.
8. Стаханов В.Н. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособ. / В.Н. Стаханов – М.: ФЛИНТА, 2011. – 218 с.

### ***ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ КАРТОЧКИ ДЛЯ МАЛОИМУЩИХ***

***Шиянков А.С.***

*Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Падение курса рубля и стремительный рост цен ставят малоимущие слои населения на грань выживания. По данным официальной статистики, следует из материалов Росстата, в 2015 году общая численность людей с доходами ниже прожиточного минимума в России составляла 19,1 млн. человек (13,3%), что на 3 млн. больше, чем было в конце 2014 года. По последним данным Росстата, численность населения РФ с денежными доходами ниже прожиточного минимума в первом полугодии 2016 года составила 21,4 миллиона человек (14,6% от общего числа жителей страны).

Одной из причин такого скачка в увеличении числа малоимущих является повышение уровня прожиточного минимума: в третьем квартале 2016 года он составлял 9889 руб., тогда как в четвертом квартале 2015 года равнялся 9452 руб., а в конце 2014 года – 8234 руб. этот рост в значительной степени связан с ростом цен. Прожиточный минимум – это минимум, необходимый для обеспечения определенного уровня жизни, минимальный уровень дохода. Прожиточный минимум в Российской

Федерации предназначается для оценки уровня жизни населения Российской Федерации при разработке и осуществлению социальной политики.

Чтобы помочь нуждающимся в социальной поддержке, Министерство промышленности и торговли Российской Федерации планирует внедрить с 2017 года так называемый "электронный продовольственный сертификат".

Введение продовольственных талонов очень похоже на американскую социальную поддержку нуждающимся гражданам. В Соединенных Штатах Америки существует федеральная программа помощи жителям, которые имеют низкие финансовые доходы или не имеют таковых вовсе. За данную программу отвечает министерство сельского хозяйства США. На сегодняшний день оплата происходит со специальных пластиковых карт, но ранее для этого использовались обычные бумажные талоны номиналом 1, 5 \$ и 10 \$. Эти талоны использовались для приобретения необходимых для проживания продуктов в магазинах

Каждый доказавший, что живет ниже прожиточного минимума, и не замеченный в непредставленных к налогообложению НДФЛ доходах, сможет рассчитывать на покупку основных продуктов питания на сумму в 1,4 тыс. рублей в месяц. Но такую возможность, к сожалению, могут получить не все малоимущие. По подсчетам Росстата, на данный момент малоимущих граждан в нашей стране более 21 млн. человек. Минпромторг обещает потратить на эти цели 70 млрд. рублей в 2017 году. При подсчете мы получаем итог, что если каждый, кто считается малоимущим, а это именно 21 млн. человек, обратятся за помощью, то ее хватит всего лишь на два месяца.

По словам представителя Министерства промышленности и торговли Российской Федерации Александра Лифинцева, "не все пройдут фильтры" бедности. Его слова можно растолковать, как не предоставление властью возможности в получении «продуктовой карточки» тем, кто будет уличен в неуплате НДФЛ, то есть тем, кто будет вести «теневое» производство.

Продуктовые карточки будут ограничивать доступные для покупок товары. Как заявил Минпромторг, перечень доступных товаров будет разработан с учетом рекомендаций Министерства здравоохранения Российской Федерации. На государственное пособие возможно приобретениехлебобулочных изделий в том числе крупы, муки, картофеля, овощей и бахчевых, свежих фруктов и сухофруктов, соли, сахара, яиц, растительного масла, мяса, рыбы. Немаловажным следует считать возможность приобретения саженцев, семян и кормов для сельскохозяйственных животных, что особо актуально для населения, проживающего в сельскохозяйственной местности. Названная продукция обязательно должны быть отечественного производства, импортные же товары любого типа не попадают под категорию вышеперечисленных продуктов. Алкогольная и табачная продукции не попадают в список доступных для приобретения товаров.

По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения в феврале 2017 г., большинство россиян, а это 78 %, выступают за введение продовольственных карт для малоимущих граждан. Соответствующие материалы опубликованы на сайте ВЦИОМ.

Молодые люди и сельское население РФ чаще упоминают о необходимости введения подобных карт, чем люди пожилого возраста и столичные жители. Так же 19% участников опроса назвали ненужными продовольственные карты.

Реализация продовольственных карточек позволит поддержать отечественных производителей сельскохозяйственной продукции, так считает 76% опрошенных россиян. Считающих, что программа даст возможность малоимущим полноценно питаться 75%. Фактом, что продовольственные карточки могут быть использованы только на приобретение продуктов первой необходимости, не должны гражданам, имеющим эти карточки, дать возможность приобрести алкоголь и табачные изделия - считают 63% опрошенных граждан. Что карты получают действительно нуждающиеся в них граждане, считают 52%.

Так же в обществе замечены некоторые опасения, которые связаны с возможным введением продовольственных карточек для малоимущих. Считающих, что магазинов, в которых можно будет использовать карты, будет крайне мало - 62% . А 56% имеют мнение, что число тех, кто получит продовольственные карты будет крайне мало. Половина опрошенных, 52% разделяют точку зрения, что качество товаров, приобретаемых по картам, будет низким, еще 50% опасаются роста коррупции. Также 53% считают этот социальный проект очень затратным для бюджета страны.

На получение продовольственных карт (исходя из доходов своей семьи) рассчитывает 31% опрошенных россиян, 26% высказались, что испытывают особую потребность в государственной поддержке в виде продовольственных карточках. В неуважение либо презрение окружающих к владельцам данных карт большинство опрошенных, а это 73% не верят, другого мнения 24% опрошенных.

Чтобы этот проект был работоспособным и не обернулся убыточным для бюджета РФ, стоит четко определить категории населения и малоимущих, попадающих под эту программу. Не стоит забывать, что в данный момент существуют условия углубляющегося кризиса, возможно государство не будет располагать 70 млн. рублей на данную социальную программу. Следует взять во внимание, министр финансов, Антон Силуанов, предупредил, что к 2017 году используемый для этой программы Резервный фонд полностью будет израсходован.

#### Список литературы:

1. В 2017 году в России введут продуктовые карточки. <http://www.mk.ru/economics/2015/11/10/v-2017-godu-v-rossii-vvedut-produktovye-kartochki.html>
2. Население/Неравенство и бедность. <http://www.gks.ru>
3. Продовольственные карточки: за и против. Пресс-выпуск № 3317. <http://www.wciom.ru>
4. Продовольственные карточки появятся в России уже в 2017 году <http://www.kp.ru/online/news/2650134>

### ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА

**Севостьянова Я.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сабиржанова З.Т.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Теневая экономика представляет собой сложное социально-экономическое явление, которое охватывает всю систему общественно-экономических отношений. Это неконтролируемый сектор воспроизводства, где создание, обмен и распределение экономических благ скрывается от государства.

Выделяют следующие типы теневой экономики:

- «вторая» («беловоротничковая»)
- «серая» («неформальная»)
- «черная» (подпольная) теневая экономика.

Таблица 1 - Критерии типологизации теневой экономики [3]

Критерий	«Беловоротничковая» теневая экономика	«Серая» теневая экономика	«Черная» теневая экономика
Субъекты	Менеджеры официального («белого») сектора экономики	Неофициально занятые	Профессиональные преступники
Объекты	Перераспределение доходов без производства	Производство обычных товаров и услуг	Производство запрещенных и дефицитных товаров и услуг
Связи с «белой» экономикой	Неотрывна от «белой»	Относительно самостоятельна	Автономна

Причинами существования теневой экономики могут быть как экономические, так и социальные, и правовые факторы.

К экономическим факторам можно отнести высокие налоги, кризис финансовой системы, несовершенство приватизации и деятельность незарегистрированных экономических структур.

К социальным – низкий уровень жизни внутри страны, высокий уровень безработицы и стремление некоторых категорий людей к получению дохода любыми способами. Каждое негативное явление в экономике страны сильно отражается на населении и является отличной «питательной средой» для развития теневой экономики.

Из правовых факторов можно выделить несовершенство законодательства в области борьбы с теневой экономикой и коррупцией, недостаточную деятельность правоохранительных органов и незащищенность прав собственности.

Какими бы ни были причины возникновения и развития теневой экономики, избавиться от нее полностью невозможно. Несмотря на большое количество негативных последствий, отметить можно и положительные.

Негативные последствия теневой экономики проявляются в различных социально-экономических изменениях. Она оказывает влияние на режим конкуренции, эффективность производства и разделения труда, на условия воспроизводства рабочей силы, структуру потребления и природную среду.

Сокращаются расходы государственного бюджета и происходит деформация его структуры. Влияние на кредитно-денежную политику проявляется в стимулировании инфляции, изменении кредитных отношений и увеличении инвестиционных рисков.

Из положительных последствий хотелось бы отметить тот факт, что теневая экономика смягчает последствия рецессий и финансовых кризисов, в ходе которых уволенные работники находят временные источники существования. Также теневая экономика обеспечивает население различными видами услуг и продукции.

В 2016 году эксперты зафиксировали снижение числа работников теневого сектора. В 2016 году в течении года в «тени» участвовали около 30 млн.чел. – это 40,3% экономически активного населения. По сравнению с 2013 годом доля таких работников уменьшилась на 4,2%.

При этом около 8,7 млн.человек полностью не участвуют в официальном сегменте экономики. Остальные имеют дополнительные доходы, которые официально не оформляют, или получают часть заработной платы в конверте.

В 2016 году примерно 51,3% населения, занятого в экономике, неофициально оплачивали различные виды услуг, что на 0,4% меньше, чем три года назад. Популярностью в неофициальном секторе экономики пользуется ремонт квартир, сантехники, оказание медицинских услуг, услуг извоза и автомастерских.



Рисунок 1 – доля занятых в неформальном секторе экономики по видам деятельности, % [1]

По данным социологов, в теневом сегменте экономики задействованы молодые мужчины до 24 лет и мужчины старше 60, отличающиеся низким материальным положением и средним уровнем образования.

37% таких работников пытаются уклониться от уплаты налогов, алиментов и кредитов, тогда как практически 66% не хотят оформлять трудовые отношения в связи с возможностью получить больший доход. И около 11% выбирают теневой сектор, чтобы не терять социальные выплаты. [2]

Если же рассматривать уровень безработицы в мире, то согласно Совету Всеобщей конференции профсоюзов (ВПК), объем теневой экономики в мире превысил 33% мирового ВВП

(около 39 трлн.\$). В начале 1960-х годов в теневом секторе было задействовано 5,6% мировой экономической деятельности.

В Швеции за последние 45 лет этот показатель возрос в 11 раз, а в Германии – в 8 раз. Самая низкая доля теневой экономики в ВВП страны была зафиксирована в Швейцарии – 6,5 %, а самая высокая – в Болгарии (30,6%). В России же доля неформальной экономики в ВВП составляет 14,4%.

Как и говорилось прежде, полностью избавиться от теневого сектора экономики невозможно, поэтому основной целью государственной политики должно являться, как минимум, поддержание данного показателя на том же уровне и, как максимум, постепенное его уменьшение, что повлечет за собой значительное улучшение экономической жизни страны.

#### **Список литературы:**

1. Интернет-ресурс: <http://www.gks.ru/>
2. Интернет-ресурс: <http://www.bbc.com/>
3. Интернет-ресурс: <http://www.grandars.ru/>

### ***ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ***

***Новиков А.В.***

*Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Импортозамещение, чаще всего этот термин применяется к государствам или субъектам экономических отношений, которые по различным причинам принимают решение в короткие сроки уменьшить количество иностранных товаров и услуг в товарообороте страны. Как правило, импортозамещение происходит за счет увеличения собственного объема производства, развития фокусных отраслей и тарифного таможенного регулирования импортных закупок. Иногда термин применим к предприятиям, отдельным отраслям экономики.

Правительство России взяло курс на импортозамещение в 2014 году, в связи с введением рядом европейских стран торгово-экономических санкций и введением ответного российского эмбарго на ввоз некоторых видов продукции, среди которых мясо и мясопродукты, рыба, молоко и молочная продукция, орехи, овощи, фрукты.. Уже 4 августа 2015 года правительством были созданы комиссии по импортозамещению и начат процесс создания пакета нормативных актов, по поддержке отечественного производителя.

Значительная часть существующих сегодня стран мира на пути своего развития уже проходили процесс ограничения импорта с целью стимулировать спрос на отечественные товары, однако специалисты расходятся в оценках эффективности данной меры.

Положительные стороны этой политики заключаются в том, что банковская система более активно и концентрированно поддерживает отечественного производителя, несмотря на низкий уровень доходов населения и слабые позиции национальной валюты. В результате чего увеличивается количество рабочих мест, возрастают темпы производства, повышается экспорт продукции. Из этого следует что, благодаря политике импортозамещения повышаются объемы выпускаемой продукции, которая со временем сможет вытеснить зарубежные аналоги.

Отрицательные стороны заключаются в том, что все вышеперечисленные плюсы носят временный характер. Практика показывает, что пик эффективности внутреннего производства проходит уже через десяток лет, так произошло в странах Латинской Америки. Государства быстро потеряли связь с внешними рынками технологий, что отрицательно сказалось на конкурентоспособности продукции за пределами этих стран. К тому же из-за увеличения спроса на отечественную продукцию наши производители тут же подняли цены, что естественно сказалось на потребительском рынке.

**Минэкономразвития определило 18 приоритетных отраслей для импортозамещения, среди них преобладают:**

1. Пищевая промышленность и сельское хозяйство.
2. Промышленность (автомобилестроение, химическое и фармацевтическое производство).
3. Информационные технологии.

Российская Федерация, проводя политику импортозамещения, отказалась от огромного перечня импортных товаров. Однако успехи промышленности в импортозамещении пока оставляют желать лучшего. Российская продукция по качеству сильно отстает от аналогичных зарубежных



товаров, а некоторые виды иностранных товаров вообще пока заместить невозможно (например машины и оборудование, 52,7 % их мы закупили в 2014 году). Но есть и небольшие успехи, пальма первенства принадлежит пищевой промышленности и сельскому хозяйству.

В 2012 году в России была разработана «Госпрограмма развития сельского хозяйства на 2013–2020». Однако, после введения санкций Запада Российское правительство эту программу расширило, охватило гораздо большее количество отраслей. Программа Правительства вышла в новой редакции Государственной программы № 320 «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности», а затем и в ряд других законодательных актов, целью которых является более четкое позиционирование роли государства в процессе импортозамещения были внесены изменения. Программа является правовым фундаментом процесса импортозамещения в России. Основа программы – цели, задачи критерии успешности их достижения, ответственные исполнители и наблюдатели.

Осенью 2014 года правительством РФ было начато активное финансирование проектов в рамках импортозамещения. Среди способов финансирования: субсидии, гранты, преференции, повышение количества коммерческих кредитов для предпринимателей, от банков на льготных условиях.

Большое внимание сегодня уделяется развитию пищевой промышленности и сельскому хозяйству. Правительство России относит эти отрасли как основным в импортозамещении, ведь они смогут обеспечить продовольственную независимость и безопасность государства. Согласно программе, на российском рынке уже к 2020 году будут присутствовать более 90% товаров отечественного производства.

На данный момент сельскохозяйственная отрасль одна из немногих показывает стабильный рост даже в условиях кризиса, а отдельные сегменты этих отраслей выросли значительно, сыров и сырных продуктов в 2015 году произвели больше на 54,3% чем в 2014 году, молока на 4 %. В 2016 году отмечается рост валовых сборов всех видов зерновых (например, объем производства гречихи вырос на 37,8%, зернобобовых на 24,8%, пшеницы на 18,6%). К 2017 году Российским производителям почти удалось восполнить дефицит продуктов, возникший после введения продовольственных санкций.

Объем производства сельскохозяйственной продукции во всех категориях хозяйств России, по данным Росстата в 2016 году в фактических ценах составил 5 037 миллиардов рублей, что на 16,6% больше, чем в 2014 году. В 2016 году в текущих ценах, объем производства сельскохозяйственной продукции, по предварительным прогнозам, составил 5626 млрд. рублей, что на 4,8% больше, чем в предыдущем году. За 5 лет, по отношению к 2010 году, показатели выросли на 94,7%, за 10 лет - более чем в 3,6 раза. Однако, есть и свои подводные камни.

Для привлечения финансовых средств отрасль должна обладать высокой степенью инвестиционной привлекательности. Российский же аграрный сектор не занимается вопросами формирования привлекательности для инвесторов. Основными средствами на реализацию импортозамещения будут в период до 2020 года бюджетные средства.

В 2016 году общий объем государственной помощи сельскому хозяйству составил 237 млрд. рублей. Такой объем государственной помощи по стимулированию животноводства, растениеводства и АПК в целом оценивается как беспрецедентный. Между тем, в 2017 году прогнозируется сокращение финансирования АПК. Его предполагаемый уровень составит чуть более 220 миллиардов рублей и агропромышленный сектор не избежит процесса уменьшения расходов в период кризиса.

В процесс импортозамещения втянута и промышленность. Для осуществления импортозамещения в российской индустрии имеются два пути:

1. Полная нагрузка производственных мощностей и их расширение;
2. Научно-техническое развитие производственного процесса.

Правительством разработано 20 отдельных программ по импортозамещению, которые содержат свыше двух тысяч направлений производства, в том числе: химическое производство, автомобилестроение, фармацевтическое производство, станкоинструментальное и иные направления.

Для каждой отрасли определены предприятия, которые будут осуществлять содействие в реализации программы, и для них разработаны меры по стимулированию, которые принимают во внимание их специфику.

С целью контроля деятельности по реализации данных программ созданы рабочие группы, которые подводят промежуточные квартальные итоги, а также помогают налаживать связь между изготовителем и потребителем.

По результатам 2016 года, наблюдается подъем производства по следующим направлениям ( в сравнении с аналогичным прошлогодним периодом):

- 1.Ядерные реакторы, паровые котлы - увеличение на 17%;
- 2.Оборудование для предприятий - увеличение на 10%;
- 3.Фармацевтика – увеличение на 11,8%;
- 4.Металлопрокат (стальные и чугунные трубы) – увеличение на 6,9%.

21 век – это век высоких технологий. Однако состояние, сформировавшееся на российском рынке программного обеспечения (ПО), оставляет желать лучшего. Зависимость страны от иностранного ПО имеет высокую степень, как при бытовом использовании, так и на уровне крупных компаний.

Проблема заключается в том, что российские компании массово закупали зарубежное программное обеспечение, IT-базы и теперь находятся на их обслуживании. Следовательно, сместить зарубежное программное обеспечение с нашего рынка хотя бы на 10% это не простая задача.

**Основной задачей при реализации программы импортозамещения в IT-сфере является не отказ от иностранных программ, а создание таких условий в стране, при которых:**

- 1.В Российской Федерации будет разрабатываться качественное ПО;
- 2.Половина команды разработчиков ПО обязательно должна быть представлена российскими программистами;
- 3.Вся интеллектуальная собственность на разработанное ПО должна будет принадлежать отечественным предприятиям.

При положительных результатах импортозамещения России удастся уйти от импортной зависимости во многих отраслях экономики. Так же импортозамещение поспособствует росту производства, а следовательно позволит создавать новые рабочие места и улучшить материальное положение граждан и страны в целом.

#### **Список литературы:**

1. Импортозамещение в России. <http://www.zimport.ru/chto-takoe-importozameshhenie/>
2. Импортозамещение как фактор экономической безопасности страны <http://www.promdevelop.ru/importozameshhenie/9.12.2016>.
3. А.Плугов. Сельское хозяйство России. <http://www.ab-centre.ru/page/selskoe-hozyaystvo-rossii>.
4. Плотникова С.П. Пути увеличения экспортных возможностей аграрного сектора России /С.П. Плотникова, Т.В. Киян - В сборнике: Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития.- Красноярск, 2016.- С.353-356.

### ***УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА: ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ПОЛИТИКА И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ***

***Алфёров А.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Озерова М.Г.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В современном мире, экономическая безопасность, является основой для существования какого-либо хозяйствующего субъекта. Экономическая безопасность - это материальная база безопасности предприятия в целом, а предприятия в свою очередь не только здания, сооружения, средства производства, рабочая сила и т.д. Это целый механизм, выпускающий свою продукцию, оказывающий услуги и прочее. Все это должно учитываться при обеспечении его безопасности.

Любая система экономической безопасности строиться на ряде принципов, выделим основные из них:

1. Комплексность.

Этот принцип предполагает создание системы экономической безопасности предприятия, которая обеспечивала бы защиту различных участков предприятия от всех видов угроз и обеспечивала бы нормальную работу предприятия.

2. Обоснованность.

Ограниченные ресурсы защиты, как и все другие экономические ресурсы, требуют глубокого научного и технического обоснования решений по обеспечению экономической безопасности.

3. Своевременность.

Субъект экономической безопасности должен разработать модели защиты в соответствии с уровнем развития опасности и своевременно применять их в сочетании с мониторингом для конкретного состояния опасности.

#### 4. Взаимодействие.

Для обеспечения экономической безопасности предприятия необходимо, чтобы все необходимые ее сотрудники, подразделения, службы были скоординированы как в предприятиях, так и с внешними организациями (правоохранительные органы, местные или районные службы безопасности, органов власти и т.д.).

#### 5. Достаточность.

Необходимо выбирать такие средства экономической защиты, которые являются достаточными, чтобы противостоять угрозе. В то же время, вам не нужно использовать дополнительные ресурсы. Каждый раз, когда возникает вопрос о защите от определенной опасности, субъект выбирает модель поведения в отношении опасности принуждения, борьбы, контроля и координации. Выбор модели определяется уровнем опасности.

А так же для эффективного управления экономической безопасностью, нужно поддерживаться некой политикой. Политика безопасности - это система взглядов, мер, решений, действий в области безопасности, создающих благоприятные условия для достижения бизнес-целей, т.е. политика безопасности позволяет предприятию осуществлять производственную программу, производить конкурентоспособную продукцию повышения эффективности производства, умножения собственности, получения прибыли и т. д.

Воздействие субъектов экономической безопасности на объекты осуществляется с помощью механизма - который является системой организационных, экономических и правовых мер и инструментов, которые помогают регулировать процесс экономической деятельности предприятий с целью защиты своих интересов от внутренних и внешних рисков.

Обеспечение экономической безопасности происходит не только через хозяйственный механизм предприятия, а также с помощью других организационных и экономических механизмов: действительного механизма рынка и механизма государственного регулирования экономики.

Механизм саморегулирования рынка является основой для нейтрализации возникающих угроз и достижения определенного уровня экономической безопасности. С помощью цен и конкуренции экономическая система возвращается к точке равновесия. В это же время практика управления подтверждает ограниченную способность экономических субъектов принимать оптимальные решения в условиях неопределенности экономических условий и рыночных условий.

Механизм государственного регулирования экономической безопасности представляет собой систему мер, форм и инструментов, посредством которых правительство оказывает регулирующее влияние на процесс функционирования экономической деятельности с целью снижения угроз и минимизации убытков.

Следовательно, государственное регулирование экономики направлено на рационализацию, преобразование отношений саморегулирования в рамках экономической системы.

Механизм государственного регулирования экономической безопасности включает в себя различные методы: административные и экономические, прямые и косвенные воздействия и т. д.

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод, что управление экономической безопасностью хозяйствующего субъекта - это методы и действия оперативного характера, используемые для удовлетворения требований к уровню безопасности объекта. Политика безопасности - это основные направления и задачи организации в области безопасности, формально сформулированные высшим руководством. Координация усилий всех структурных подразделений, основанная на полном использовании имеющихся сил и средств и вовлечение каждого сотрудника предприятия в решение задач безопасности, это и есть управление безопасностью.

#### **Список литературы:**

1. Богомолов В.А. Экономическая безопасность. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 295с.
2. Суглобов, А. Е. Экономическая безопасность предприятия: учебное пособие / А. Е. Суглобов, С. А. Хмелев, Е. А. Орлова. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 242 с.
3. Экономическая безопасность хозяйственных систем: Учебник / Под общ.ред. А.В.Колосова. - М., 2011. - 445с.
4. Горбачев, Кононова Д.В. Комплексный оценка подход к организации параметры деятельности службы внешних экономической безопасности качестве предприятия / Д.В. Горбачев, предприятием М.В. Кононова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. - 2014. - № 1. - С. 123-135.

## **КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЕМЕЛЬЯНОВСКОЕ»**

**Бордушко В.А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Овсянко А.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Персонал – это в первую очередь объект постоянной заботы со стороны руководителя предприятия. В период же рыночных отношений роль трудовых ресурсов существенно возрастает. Инвестиционный характер производства, приоритетность вопросов качества продукции изменили требования к работнику, повысили значимость творческого отношения к труду и высокого профессионализма. Это привело к ощутимым изменениям в различных принципах, методах и социально-психологических вопросах управления персоналом на предприятии [1].

Грамотно подобранный и тесно сплоченный трудовой коллектив - одна из важнейших задач любого предпринимателя. Это должна быть команда единомышленников и партнеров, способных осознавать, принимать и реализовывать замыслы руководства предприятия. Только она служит залогом успеха предпринимательской деятельности, выражения и процветания предприятия.

Трудовые отношения – едва ли не самый сложный аспект работы предприятия. Гораздо легче справиться с техническими и технологическими неполадками, чем разрешить конфликтные ситуации, возникающие в коллективе, где нужно учитывать индивидуальные склонности, личные установки, психологические предпочтения.

Какие бы технические возможности, организационно – управленческие преимущества не открывались перед предприятием, оно не начнет работать эффективно без соответствующего человеческого ресурса. Ведь все в конечном итоге зависит от людей, от их квалификации, умения и желания работать. Структуру предприятия нужно рассматривать как составляющую вещественного и человеческого капитала [2].

Новые производственные системы состоят не только из совершенных машин и механизмов, которые практически не делают ошибок. Они включают также и людей, которые должны работать в тесном взаимодействии, быть готовыми к выработке и реализации новых идей. Обеспечить тесное взаимодействие множества людей в ходе решения сложнейших технических производственных проблем невозможно без глубокой заинтересованности каждого в конечном результате и сознательного отношения к работе. Именно человеческий капитал, а не заводы, оборудование и производственные запасы являются краеугольным камнем конкурентоспособности, экономического роста и эффективности.

Основными аспектами влияния человеческого фактора на повышение эффективности работы предприятия являются:

- отбор, найм и продвижение кадров,
- подготовка кадров,
- максимальный коэффициент постоянства состава работников,
- совершенствование материальной и моральной оценки труда работников,

Все это является составляющими кадровой политики организации, которая лежит в основе управления трудовыми ресурсами организации.

Кадры являются главным ресурсом каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность.

Цель данной научно-исследовательской работы заключается в изучении кадровой политики в системе экономической безопасности хозяйствующего субъекта (на примере ООО «Емельяновское»).

Для того, чтобы достижения цели работы, были выделены следующие задачи:

1. Провести анализ производственно-хозяйственной, финансовой, коммерческой деятельности предприятия ООО «Емельяновское».
2. Провести анализ системы управления персоналом в данной организации.
3. Определить перечень проблемных мест в системе управления персоналом.
4. Выработать предложения по совершенствованию системы управления персоналом, повышению рентабельности организации.
5. Разработать организационный проект реализации выработанных предложений по совершенствованию системы управления персоналом. Рассчитать экономический эффект.

ООО «Емельяновское» является коммерческой организацией и создано с целью удовлетворения материальных потребностей, а также извлечения прибыли в интересах Участников Общества.

Организация производства на предприятии направлена на обеспечение стабильного роста производства сельскохозяйственной продукции, путем улучшения производственно - хозяйственной деятельности предприятия с наименьшими материальными и трудовыми затратами.

В ходе написания работы проведен анализ рынка для ООО «Емельяновское», анализ товарно-ассортиментной, сбытовой политики предприятия, анализ стратегии продвижения, swot-анализ деятельности хозяйства.

Анализ производственной деятельности предприятия ООО «Емельяновское» позволил сделать вывод, что это хозяйство – имеет средние размеры. Предприятие ООО «Емельяновское» имеет стабильное положение на рынке и его деятельность довольно успешна, но в то же время на предприятии имеется ряд проблем, решение которых позволит укрепить позиции предприятия на рынке.

В качестве примера разработки внедрена программа адаптации новых сотрудников направленная на снижение неблагоприятных условий адаптации и координацию работы по адаптации с целью выявления соответствия новичка занимаемой должности. Которая будет проходить в несколько этапов.

Процедуры адаптации персонала призваны облегчить вхождение новых сотрудников в жизнь организации. Практика показывает, что 90% людей, уволившихся с работы в течение первого года, приняли это решение уже в первый день своего пребывания в новой организации. Как правило, новичок в организации сталкивается с большим количеством трудностей, основная масса которых порождается именно отсутствием информации о порядке работы, особенностях коллег, правилах поведения и т.д.

Так к же важной частью повышения кадрового потенциала предприятия является, развитие персонала за счёт организации тренингов и курсов повышения квалификации. Не стоит забывать и о проведении ежегодной аттестации персонала, которая позволит выявлять слабые звенья в кадровой системе.

В результате реализации предложенных мероприятий на предприятии происходит рост объема реализации продукции на 585412,5 руб. Что приводит к росту производительности труда на 6,98 %. Суммарная условно-годовая экономия, получаемая предприятием после реализации мероприятий, составит 236010,52 руб. Этот показатель свидетельствует, что данные мероприятия эффективны для ООО «Емельяновское».

Данная стратегия, примененная в условиях нестабильного и денежно-дефицитного рынка позволит предприятию достигнуть приемлемого уровня экономической безопасности.

В заключении можно сказать, что цель проекта достигнута. Составлена программа совершенствования подсистемы кадровой политики. Все исследования проводились на основе данных предприятия ООО «Емельяновское».

При проведении грамотной кадровой политики можно добиться усиления действия сильных сторон предприятия при сглаживании ее слабых сторон.

Расчет экономической рентабельности показал, что предложенная программа окупится в первый год его реализации, индекс эффективности высокий и в несколько раз превышает минимальное значение. Рентабельность проекта (среднегодовая рентабельность инвестиций) высокая и составляет 126%, что говорит о высокой эффективности проекта.

В целом эффективность предложенной программы, направленной на совершенствование подсистемы кадровой политики в компании высокая, следовательно, предложенная программа принесет запланированный доход.

#### **Список литературы:**

1. Одегов Ю.Г. Управление персоналом, оценка эффективности / Учебное пособие для вузов. - М.: Экзамен, 2011. - 215с.
2. Низова Л.М. Трудовые ресурсы и трудовой потенциал как фактор демографического развития общества. - Изд-во ГТУ Йошкар-Ола, 2012. - 98с.
3. Петров В.И. Анализ использования трудовых ресурсов предприятия // Современное управление - 2012. - №12. - 25с.
4. Курс экономической теории: учебник; под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. - М.: АСА. 2010.

## **СЛУЖБА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА**

**Вахрушев В.А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Овсянко А.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

В настоящее время значимость такого аспекта функционирования предприятия как экономическая безопасность неуклонно возрастает. Обеспечение экономической безопасности является основой существования любого хозяйствующего субъекта в современных условиях. Экономическая безопасность предприятия при этом трактуется как возможность эффективно достигать основной цели своей деятельности в рыночной экономике, - получать прибыль, - за счет четкого выполнения предприятием своих функций в условиях влияния внутренних и внешних угроз. Понятие «угрозы безопасности» отражает такие изменения во внешней и внутренней среде субъекта, которые приводят к негативному изменению предмета безопасности. В качестве предмета угроз могут выступать те составные части хозяйственной системы предприятия, параметры которых могут выйти за допустимый интервал.

Существуют различные классификации угроз экономической безопасности предприятия. По отношению к субъекту угрозы могут быть внешними и внутренними. Внешние обусловлены воздействием внешней среды - политическая и экономическая нестабильность, обострение глобальных экологических проблем, непредсказуемая реакция торговых партнеров и т.п.; внутренние - состоянием самого предприятия. При этом внутренние факторы могут как усиливать, так и ослаблять действие внешних угроз, и наоборот.

В целом, источниками угроз экономической безопасности могут выступать [3, с.234-235]:

1) внешние источники:

- рынок
- изменение спроса, курсов валют, продуктовой линейки, стоимости кредитов, усиление конкуренции;
- недобросовестная конкуренция и иные незаконные действия третьих лиц, направленные против предприятия;
- угрозы репутации предприятия по страновым, политическим, религиозным и иным мотивам, исходящие от органов государственной власти и общественных организаций;
- промышленные катастрофы, аварии, террористические акты, стихийные бедствия.

2) внутренние:

- персонал
- разглашение конфиденциальной информации, умышленные нарушения контрольных процедур в целях хищения, халатность, саботаж;
- несовершенство механизма контрольных процедур (отсутствие необходимого контроля, незнание их персоналом).

Служба безопасности является структурной единицей, непосредственно участвующей в работе предприятия. ее структуру и штат определяет руководитель предприятия в зависимости от особенностей деятельности и ее масштабов. Назначение на должность начальника службы безопасности, а также его освобождение производится руководителем предприятия.

Структура службы безопасности определяется исходя из результатов анализа функций обеспечения экономической безопасности. К ее основным функциям можно отнести следующие:

- организационно-управленческая
- воздействие на формирование и совершенствование организационной структуры управления, помощь в организации координации и взаимодействия отдельных звеньев системы управления для достижения поставленных организационных целей;
- планово-производственная - разработка комплексных программ и отдельных специальных целевых планов обеспечения безопасности предприятия;
- социально-кадровая - участие в расстановке кадров, предупреждение и локализация внутриорганизационных конфликтов, создание здоровой рабочей обстановки в коллективе;
- административно-распорядительная - подготовка решений по организации и обеспечению функционирования корпоративной системы безопасности, определению полномочий,

обязанностей, прав и ответственности работников в сфере обеспечения безопасности;

- хозяйственно-распорядительная - участие в планировании и выделении ресурсов, необходимых для эффективного решения задач безопасности предприятия, в подготовке и реализации мероприятий по обеспечению безопасности;

- учетно-контрольная - определение наиболее важных направлений финансово-хозяйственной деятельности и работа по организации своевременного обнаружения внутренних и внешних угроз финансовой устойчивости и стабильности предприятия, оценка их источников, налаживание контроля за критическими факторами, ведение учета негативных факторов;

- организационно-техническая - материально-техническое и финансовое обеспечение системы безопасности предприятия;

- научно-методическая - накопление и освоение передового опыта обеспечения безопасности, обучение штатного персонала, научная проработка возникающих проблем обеспечения безопасности, методическое сопровождение деятельности в данной сфере;

- информационно-аналитическая - целенаправленный сбор, хранение и обработка информации в области обеспечения безопасности. Формирование службы безопасности предприятия производится на основе разработанных документов (устава и инструкций), в которых сформулированы цели, задачи и обязанности службы.

Цель функционирования службы безопасности предприятию заключается в своевременном выявлении и нейтрализации условий и причин, способствующих нанесению возможного ущерба.

Перечень основных задач службы безопасности определяется необходимостью достижения указанной цели и представляет собой требования к осуществлению мер по следующим направлениям:

- обеспечение защиты имущества предприятия;
- обеспечение безопасности персонала;
- обеспечение защиты коммерческой тайны и т.д.

Структура службы безопасности предприятия и ее штат определяется в соответствии с целями, задачами и функциями обеспечения безопасности. Ее деятельность должна быть нацелена на комплексное решение отмеченных выше задач на основе разработанной стратегии и применения широкого спектра тактических приемов подготовки и проведения мероприятий по обеспечению безопасности.

Служба безопасности должна осуществлять разработку режимов безопасности, установление и поддержание данных режимов, а также контроль за их соблюдением. Она может включать подструктуры внутренней безопасности, экономической разведки, физической защиты и т.п. В составе службы безопасности предприятия могут быть также образованы информационно-аналитические и вспомогательные подразделения, а также прочие организационные звенья по направлениям обеспечения безопасности, созданы временные структуры с привлечением сторонних специалистов для решения комплексных сложных задач обеспечения безопасности, определяемых конкретными целями и складывающейся обстановкой.

Взаимоотношения службы безопасности с другими подразделениями и службами предприятия определяются специальным уставом и организационно-распорядительными документами по вопросам данных отношений, которые оформляются в форме приказов и распоряжений руководства предприятия.

Ответственность службы безопасности перед руководством предприятия, его подразделениями и трудовым коллективом определяется в соответствии с функциями. За результаты своей работы она и ее работники несут юридическую, дисциплинарную и материальную ответственность. Службе безопасности предоставляется возможность использовать весь потенциал для решения проблем обеспечения безопасности.

Деятельность службы безопасности состоит в создании необходимых организационных, материальных и правовых, условий выявления, пресечения и предупреждения посягательств на имущество, благоприятную коммерческую конъюнктуру, интеллектуальную собственность и научные достижения, устойчивость хозяйственных связей, производственную дисциплину, социально-психологическую обстановку, технологическое лидерство, охраняемую информацию.

Организационные условия формируются на основе разработки, построения и поддержания высокой работоспособности общей организационной структуры управления процессом выявления и подавления угроз деятельности предприятия, использования эффективного механизма стимулирования ее оптимального функционирования, соответствующей подготовки и обучения персонала.

Материальные условия создаются за счет выделения и использования финансовых, кадровых, интеллектуальных, технических, информационных и прочих ресурсов, обеспечивающих своевременное выявление, подавление или ослабление внутренних и внешних источников угроз, предотвращение и локализацию возможного ущерба и создание благоприятных возможностей и условий деятельности предприятия. Эти ресурсы наполняют организационные меры необходимым материальным содержанием, создающим реальную основу развития системы обеспечения безопасности предприятия.

Создание правовых условий заключается в разработке, толковании и реализации норм права, установлении пределов их действия, в формировании необходимых правоотношений, определении и обеспечении правомерного поведения персонала предприятия по отношению к его криминологической безопасности, использовании мер государственного и административного принуждения, применении санкций к физическим и юридическим лицам, посягающим на законные интересы предприятия, постоянном совершенствовании правовой технологии деятельности службы безопасности.

#### **Список литературы:**

1. Балкова, К.М. Особенности формирования службы экономической безопасности предприятия / К.М. Балкова // Экономика и предпринимательство. - 2014. - № 11. - С. 812-814.
2. Волкова, М.Н. Функциональные направления службы безопасности предприятия / М.Н. Волкова, Д.С. Иванников // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. - 2015. - № 4. - С. 144-147.
3. Горбачев, Д.В. Комплексный подход к организации деятельности службы экономической безопасности предприятия / Д.В. Горбачев, М.В. Кононова // Интеллект. Инновации. Инвестиции. - 2014. - № 1. - С. 165-170.
4. Кавыршина О.А. Управление затратами учебное пособие / О. А. Кавыршина, А. Л. Шарыкина ; ГОУВПО "Воронежский гос. технический ун-т". Воронеж, 2010.
5. Моисеева В.М. Направления повышения клиентоориентированности / В.М. Моисеева // Экономинфо.- 2009. - № 12. - С. 19-21.
6. Радченко В.М. Основы инвестиционной деятельности: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 030500.18 "Профессиональное обучение (экономика и управление)" / В. М. Радченко, А. В. Котельников ; Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Воронежский гос. пед. ун-т". Воронеж, 2006.
7. Сабетова Т.В. Проблемы стимулирования инновационной активности / Т.В. Сабетова // Нормирование и оплата труда в промышленности. - 2015. - № 5-6. - С. 22-27.
8. Саламова С.С. Теоретические подходы к обеспечению экономической безопасности предприятия / Т.А. Волкова, М.Н. Волкова, Н.В. Плужникова, С.С. Саламова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия – 2015. - №3. – С.29-32.
9. Суглобов, А. Е. Экономическая безопасность предприятия: учебное пособие / А. Е. Суглобов, С. А. Хмелев, Е. А. Орлова. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 271 с.

#### ***ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «МЕЛЬНИЦА»***

***Вахрушев В.А.***

*Научный руководитель: к.т.н., доцент Васильева Н.О.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Экономическая безопасность – комплексное обобщающее понятие, включающее следующие составляющие: финансовая, интеллектуальная и кадровая, технико-технологическая, политико-правовая, экологическая, информационная и силовая безопасность.

Для обеспечения экономической безопасности предприятие использует совокупность своих корпоративных ресурсов. Корпоративные ресурсы – факторы бизнеса, используемые владельцами и менеджерами предприятия для выполнения целей бизнеса. Каждый из этих факторов не реализуем без включения в формирование и развитие финансов предприятия и/или привлеченных средств. Это позволяет заключить, что научно-практическое исследование финансового ресурса как в контексте его стратегического планирования, так и оперативного управления является актуальным



направлением. Значимость финансовой составляющей позволяет трактовать ее как «финансовую безопасность».

Цель работы – выявить оптимальный метод разработки стратегии финансовой безопасности.

Детальный анализ научной литературы выявил, что финансовую безопасность предприятия изучают, как правило, с двух позиций, либо как одну из составляющих экономической безопасности, либо как самостоятельный объект управления, что отражено в трактовке финансовой безопасности в работах Л.А. Запорожцевой, А.А. Орехова, Н.Д. Вагиной и других исследователей. Из рисунка 1 следует, что абсолютное разделение позиций невозможно[1].

На наш взгляд наиболее приемлемо понимание финансовой безопасностью «как стабильной защищенности производственно-финансовой деятельности от реальных и потенциальных внешних и внутренних угроз, обеспечивающая устойчивость его развития в текущем периоде и на перспективу».

Главная цель финансовой безопасности предприятия – обеспечение его продолжительного и максимально эффективного функционирования сегодня и высокого потенциала развития в будущем [3].

При наличии индивидуальных особенностей каждый автор в своем понимании финансовой безопасности предусматривает формирование ее корпоративной и операционной стратегии. Для учета возможности угроз потери финансовой безопасности, а, следовательно, и экономической безопасности предприятия и способов их нейтрализации, следует разрабатывать финансовую стратегию, которая является одним из видов функциональной стратегии и разделом комплексной стратегии экономической безопасности организации.



Рисунок 1 - Основные характеристики финансовой безопасности предприятия как объекта управления в системе экономической безопасности

Учитывая, что сельскохозяйственное предприятие, как и любая другая имеет свой жизненный цикл, стратегия финансовой безопасности и методика ее реализации должна предусматривать, чтобы предприятие в каждой точке развития имело бы не только текущую стабильность, но и финансовую основу для зарождения конкурентных преимуществ. В настоящее время для разработки финансовой стратегии предприятия предлагаются различные методики. Обзор исследование практической направленности (Запорожцевой Л.А., Орехова А.А., Вагиной Н.Д., Воробьева А.В.) показал, что наиболее приемлемой для дальнейшего использования и апробации результатов применительно к конкретному предприятию Мельница показал целесообразность апробации двух подходов, а затем

выбора наиболее оптимального результата. Охарактеризуем их, в форме алгоритмов и составных элементов и показателей [2,3,4].

Первый подход – применение матрицы финансовых стратегий, которая использует три основополагающие категории: результат хозяйственной деятельности (РХД), результат финансовой деятельности (РФД), результат финансово-хозяйственной деятельности (РФХД). Последовательность этапов ее разработки представлена ниже.

1. Рассчитываем показатели для определения положения предприятия на матрице финансовой стратегии Ж. Франсона и И. Романа.

2. Строим матрицу финансовых стратегий Ж. Франсона и И. Романа и определяем квадрант положение организации.

3. Рассчитываем показатели интегральной оценки финансового состояния организации: ликвидности, финансовой устойчивости, эффективности использования ресурсов, деловой активности и др.

4. Рассчитываем показатели для определения положения предприятия на матрице финансовых стратегий.

5. Строим матрицу финансовых стратегий, формирующаяся на основе экономической добавленной стоимости и внутреннего и устойчивого темпов роста предприятия.

В качестве недостатков применения матрица авторы [4] указывают на ее некоторую субъективность, не применимость для убыточных предприятий и др.

Второй подход – оценка действующей политики по отношению к прибыли, оборотным капиталу и инвестициям в соответствии с разделом IV. Методические рекомендации по разработке финансовой политики предприятия Приложения к приказу Минэкономки РФ от 01.10.1997 N118.

Последовательность действий в этом случае такова:

I. Расчет показателей рентабельности: окупаемость реализуемой продукции, Рентабельность основного капитала, Рентабельность собственного капитала, Рентабельность совокупных активов,

II. Оценка финансовой политики по отношению к прибыли на основе показателей:

III. Определение политики управления текущими активами, исходя из показателей:

IV. Определение политики управления текущими пассивами на основе показателей: Заемные и привлеченные источники формирования оборотных средств, удельный вес заемных и привлеченных средств в общей сумме источников,

V. Матрица выбора политики комплексного оперативного управления текущими активами и текущими пассивами

VI. Матрица выбора политики по отношению к инвестициям и источникам их финансирования

Итоговым и обобщающим результатом – решение об изменении и/или сохранении действующей стратегии. Затем, разработка конкретных мероприятий по обеспечению «новой» финансовой политики исследуемого предприятия.

Предварительный расчет показателей финансово-хозяйственной деятельности организации показал, что ООО «Мельница» Нижнеудинского района Иркутской обл. не является убыточным предприятием в течении последнего ряда лет, о чем свидетельствуют данные (табл.1). Можно заключить, что матрица финансовой стратегии Ж. Франсона и И. Романа может быть применена для анализа существующей финансовой стратегии предприятия.

Таблица 1- Показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «Мельница»

Показатели	Единицы измерения	2013 год	2014 год	2015 год	Изменения, тыс.руб.	Темп роста, %
Выручка	тыс.руб.	5202	5778	5821	669	112,86
Прибыль (убыток)	тыс.руб.	-91	-415	-274	-183	66,02
Прибыль до уплаты процентов и налогов	тыс.руб.	2966	1263	1490	-1476	50,24
Чистая прибыль (убыток)	тыс.руб.	2823	1325	1825	-998	64,64
Изменения за период нераспределенной прибыли	тыс.руб.	2823	1201	1155	-1668	40,91

Нами установлено, что финансовая безопасность предприятия должна изучаться как

самостоятельный объект, но в системе экономической безопасности как более общего понятия, что обуславливает принцип системности и целостности.

Стратегия и политика финансовой безопасности предприятия должна рассматриваться и применяться «не по желанию» ответственного лица, а с учетом особенностей самого предприятия, так и с учетом особенностей имеющихся методик.

При разработке финансовой стратегии ООО «Мельница» целесообразно применить оба подхода как взаимодополняющие.

#### Список литературы:

1. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк – К.: Эльга, 2009. – 776 с.
2. Вагина Н.Д. Финансовая безопасность предприятия: практические аспекты // Экономика и социум. – 2016. – №12(31)., URL: [http://www.iupr.ru/domains\\_data/files/zurnal\\_31/Vagina%20ND%20\(Sovremennyye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciei\\_.pdf](http://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_31/Vagina%20ND%20(Sovremennyye%20tehnologii%20upravleniya%20organizaciei_.pdf)
3. Воробьев А. В., Олюнин В. И. Анализ современных зарубежных матричных моделей выбора финансовой стратегии // Управление экономическими системами. – 2011. – № 29 (5)., URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennyh-zarubezhnyh-matrichnyh-modeley-vybora-finansovoy-strategii-1>
4. Запорожцева Л.А., Рябых М.Е. Практические аспекты разработки стратегии обеспечения финансовой безопасности предприятия. - Финансовый вестник. – 2013. – № 2 (28) – С.5 – 17.

### **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА**

*Докучаева М.А.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Озерова М.Г.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Конкурентоспособность производства отражает практически все стороны экономики сельскохозяйственного предприятия, определяет платежеспособность, финансовую устойчивость и место на рынке. Именно поэтому посредством снижения конкурентоспособности, создаются угрозы для безопасности экономики, при этом экономическая безопасность является необходимым условием обеспечения и повышения конкурентоспособности производства.

Объектом исследования выступало ООО «Андриановский».

Исследуемое предприятие ООО «Андриановский» в настоящее время является одним из наиболее модернизированных предприятий Боградского района, которое предлагает потребителю мясо и мясную продукцию, выпускаемую при строгом контроле качества на всех этапах производства и в соответствии с нормативными документами. Но у предприятия имеются свои конкуренты, поэтому первоначальным этапом рассмотрим их и сделаем анализ доли рынка и темпов роста продаж мяса и мясной продукции по основным конкурентам (таблица 1).

Таблица 1 – Анализ основных конкурентов ООО «Андриановский» за 2015 г.

Конкуренты	Доля рынка, %	Темп роста, %
А	1	2
ООО «Целинное»	34	35
ООО «Агро-Инвест»	17	5
АО «Боград-Агро»	21	-12
ООО «Андриановский»	16	22
ООО «Альфа»	5	-6
ООО «Боградский АПК»	7	12

Показателем конкурентоспособности организации является доля предприятия на рынке: чем выше доля рынка хозяйственной единицы, тем выше ее конкурентоспособность.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что наибольшую долю рынка занимают следующие предприятия:

– ООО «Целинное» - 34%, темп роста которого составил 35%;

- АО «Боград-Агро» - 21%, темп снижения которого составил 12%;
  - ООО «Андреиановский» - 16%, темп роста которого составил 22%.
- Наименьший показатель доли рынка у предприятия ООО «Альфа» - 5%.

На основании проведенного сравнительного анализа основных экономических показателей, можно сделать вывод, что исследуемое предприятие ООО «Андреиановский» менее конкурентоспособно, чем предприятия ООО «Целинное» и АО «Боград-Агро», подтверждением чего являются следующие факты:

- прибыль от продаж ООО «Целинное» и АО «Боград-Агро» на протяжении практически всего анализируемого периода больше прибыли от продаж ООО «Андреиановский»;
- численность персонала в ООО «Целинное» и АО «Боград-Агро» значительно больше численности персонала в ООО «Андреиановский»;
- соответственно, показатели производительности труда ООО «Целинное» и АО «Боград-Агро» больше показателей ООО «Андреиановский»;
- себестоимость продукции конкурентов значительно превышает себестоимость исследуемого ООО «Андреиановский».

Далее, в таблице 2 представим сравнительный анализ производства мяса исследуемого предприятия и его основных конкурентов.

Таблица 2 – Сравнительный анализ производства продукции ООО «Андреиановский», ООО «Целинное», АО «Боград-Агро» за 2015 год

Отрасль и вид продукции	ООО «Андреиановский»		ООО «Целинное»		АО «Боград-Агро»	
	Живая масса при реализации, т.	Выручка, тыс. руб.	Живая масса при реализации, т	Выручка, тыс. руб.	Живая масса при реализации, т.	Выручка, тыс. руб.
А	1	2	3	4	5	6
1 Животноводство	97,8	14180	117,5	17033	131,4	19060
1.1 Крупный рогатый скот в живой массе	35,1	5088	28,8	4179	32,6	4724
1.2 Мясо и мясопродукты крупного рогатого скота	62,7	9092	88,7	12854	98,8	14336
Итого	97,8	14180	117,5	17033	131,4	19060

На основании проведенного анализа, можно сделать вывод, что живая масса при реализации на ООО «Андреиановский» составила в 2015 году 97,8 т. при цене реализации 14180 тыс. руб./т. Это наименьший показатель по сравнению с другими конкурентами. Лидирующие позиции занимает АО «Боград-Агро» - 131,4 т. при выручке 19060 тыс. руб.

Предыдущие сравнения и анализ дали наиболее наглядную картину главных конкурентов ООО «Андреиановский», на основании этого, заключительным этапом является оценка конкурентоспособности производства ООО «Андреиановский» (таблица 3), в которой:

- графа 1: лучше, чем кто-либо на рынке, лидирует в отрасли;
- графа 2: выше среднего уровня. Показатели хозяйственной деятельности хорошие и стабильные.
- графа 3: средний уровень. Соответствие отраслевым стандартам. Устойчивые позиции на рынке.
- графа 4: уровень ниже среднего. Отмечено ухудшение показателей хозяйственной деятельности.
- графа 5: положение тревожное. Предприятие находится в кризисной ситуации.[61]

Таблица 3 – Оценка конкурентоспособности производства ООО «Андреиановский»

	1	2	3	4	5
А	1	2	3	4	5
Использование оборудования			+		
Производственные мощности			+		
Численность работников				+	
Системы контроля качества		+			
Производительность труда				+	
Возраст технологического оборудования			+		

Оценка конкурентоспособности производства ООО «Андреиановский» показала, что данное предприятие хоть и не занимает лидирующее место на рынке среди своих конкурентов, но конкурировать способно.

Оценка дала результат в основном среднего уровня, что говорит о соответствии отраслевых стандартов и устойчивой позиции на рынке.

Заключительным этапом являются мероприятия по повышению уровня экономической безопасности на основе конкурентоспособности производства ООО «Андреиановский» (таблица 4).

Но, прежде, следует учесть, что сравнительный анализ конкурентоспособности производства был произведен между разными по своему объему предприятиями-конкурентами, на основании чего и будут даваться рекомендации по повышению экономической безопасности на основе конкурентоспособности производства ООО «Андреиановский».

Таблица 4 – Факторы падения конкурентоспособности производства ООО «Андреиановский» и мероприятия по их устранению

Факторы	Мероприятия по устранению и нейтрализации факторов
А	1
Нехватка в организационной структуре специалиста экономической безопасности	Включить в организационную структуру специалиста экономической безопасности.
Невысокая производительность труда	Повысить производительность труда путем мотивации работников, например, создать помещение для отдыха во время обеденного перерыва с комфортными условиями; производить дополнительную выплату денежных средств лучшему работнику месяца.
Наименьшая живая масса крупного рогатого скота по сравнению с конкурентами	Увеличить живую массу крупного рогатого скота, как следствие, произойдет увеличение выручки.

Мероприятия таблицы 5 ориентированы на расширение объема производства предприятия и расширения масштабов предприятия в целом, как следствие произойдет увеличение значения доли на рынке, а значит, увеличится конкурентоспособность производства и уровень экономической безопасности ООО «Андреиановский».

#### Список литературы:

1. Горбашко, Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности [Текст] : учебное пособие / Е.А. Горбашко - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 47 с.
2. Ежова, Т.Н. Подходы к оценке конкурентоспособности отечественных предприятий и выпускаемой ими продукции. Серия «Высшее образование» [Текст] /Т.Н.Ежова// – М.: ИНФРА-М, 2011. – 232 с.
3. Мазилкина, Е.И. Управление конкурентоспособностью./ Мазилкина, Е.И., Паничкина Г.Г. -М: Омега-Л. - 2011. - 328 с.
4. Суглобов. А.Е. Экономическая безопасность предприятия/ А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 271с.

**ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ  
ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «УЧХОЗ МИНДЕРЛИНСКОЕ»  
СУХОБУЗИМСКОГО РАЙОНА)**

**Катан И. А.**

*Научный руководитель: д-р экон. наук, доцент Филимонова Н. Г.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Экономическая безопасность хозяйствующего субъекта – это состояние его защищенности от неблагоприятного воздействия внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих условий, при котором гарантируется устойчивое осуществление и реализация ведущих коммерческих интересов. Главной целью экономической безопасности хозяйствующего субъекта является обеспечение его устойчивого и предельно эффективного функционирования в настоящее время и обеспечение высокого потенциала становления и подъема фирмы в будущем [1].

Экономическим риском, влияющего на экономическую безопасность, принято называть опасность возникновения непредвиденных потерь и убытков ожидаемой прибыли, дохода или имущества, в связи со случайным изменением условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами [2].

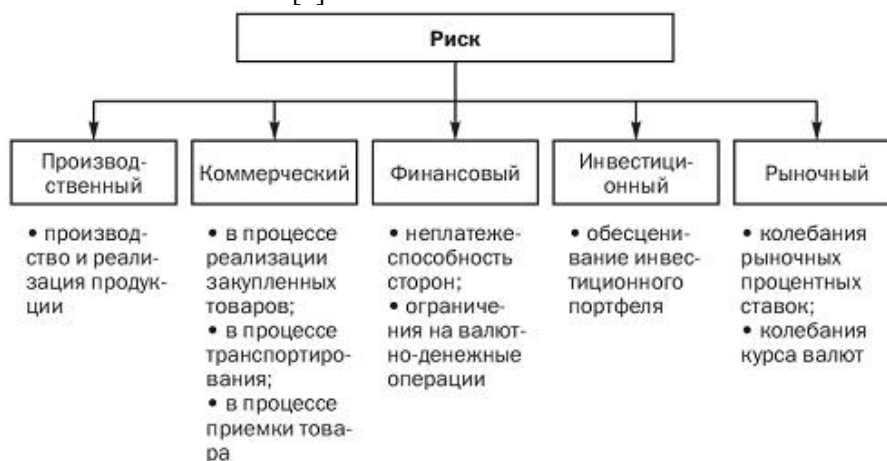


Схема 1 – Классификация основных видов рисков

Одним из самых важных видов риска считаются финансовые риски, так как они предполагают собой опасность потери ожидаемого дохода или получения убытков, когда как каждое предприятие стремится получить максимальную прибыль со своей деятельности.

Финансовые риски проявляются в ходе взаимоотношений предприятий с экономическими институтами (финансовыми, инвестиционными, страховыми фирмами, банками и биржами) [4].



Схема 2 – классификация финансовых рисков

Процедура минимизации рисков фирмы чрезвычайно любопытна и трудоемка. Она начинается с верной и правильной оценки рисков, формирования подходов и принципов. Главными методами уменьшения рисков в экономике вне зависимости с общотраслевой особенностями

считаются автострахование, резервирование (самострахование), страховая сделка (хеджирование), распределение, диверсификация, минимизирование (руководство активами и пассивами) и избежание (отклонение с сопряженной с риском действия) [3].

Нынешний период формирования на современном этапе развития интернационального международного финансового сообщества выставляет задачу управления рисками в число приоритетных. Более этого, на основе опытов прошлых лет и эффективности развития, в регулярно усугубляющемся и взаимосвязанном обществе экономических рынков и товаров, возможность на успех имеют те организации и предприятия, которые могут осуществлять контроль своих рисков и эффективно ими управлять и минимизировать последствия от их влияния[7].

Опираясь на данные отчета и анализируя структуру финансовых показателей ООО «Учхоз Миндерлинское» можно сделать следующие выводы:

- краткосрочные кредиты банков и различные займы за период 2013 - 2015 гг. постепенно снижается, что говорит о способности предприятия выполнять свои основные функции на свои средства и постепенно выплачивать кредит, так же дебиторская задолженность имеет циклический характер, что говорит о некоторых затруднениях с выплатами, но к 2015 году имеется тенденция снижения;
- наблюдается увеличение основных средств, что говорит об увеличении средств труда, благоприятно способствующих развитию хозяйства;
- возрастает продажа продукции и поступление денежных средств, что говорит о своевременном выполнении поставленных задач и способности вовремя выполнять свои обязанности перед заказчиками и работниками, тк от поступления денежных средств зависит своевременная выплата;
- к 2015 наблюдается увеличение выручки, но так же увеличивается и себестоимость производимой продукции, что несколько ухудшило валовую прибыль в два раза по сравнению с прошлым годом, так же увеличиваются прочие расходы, что говорит о появившихся трудностях.
- Чистая прибыль ухудшилась в три раза, но показания все еще остаются положительными и предприятие не прибегает к дополнительным займам, продолжая выплачивать кредиторскую задолженность.

Исходя из этого можно сделать вывод по выявлению финансовых рисков на предприятии ООО «Учхоз Миндерлинское», и так же можно проанализировать, какие мероприятия следует применить по устранению и нейтрализации угроз [5].

Таблица 1 – выявленные угрозы ООО «Учхоз Миндерлинское»

Перечень финансовых рисков	Мероприятия по устранению и нейтрализации угроз
Риск снижения финансовой устойчивости	Минимизирование, контролем оборот активов и сохранять свои средства
Риск неплатёжеспособности	Предприятию следует пересмотреть и сократить свои краткосрочные финансовые вложения, иначе это может оказаться серьезной проблемой в реализации продукции в периоды кризисных ситуаций.
Кредитный риск	Избежание. Кредитные риски предприятию не грозят, но риск имеет место быть, так как у предприятия имеется хорошо выраженный риск ликвидности и финансовой устойчивости, и как только производство начнет испытывать проблемы и трудности в функционировании – будут привлечены новые средства посредством кредита.

Делая вывод исходя из проведенного анализа можно сказать что самым лучшим методом оптимизации экономической устойчивости предприятия является минимизирование, так как предприятие должно держать под контролем оборот активов и сохранять свои средства, так как опыт прошлых лет показывает, что предприятие может снова уменьшить свои показатели и запасы оборотных средств[6,8].

После проведенного экономического анализа хозяйствующего субъекта можно сделать следующие выводы: организация ООО Учхоз «Миндерлинское» имеет высокую платежеспособность, относительно хорошую ликвидность, обладает повышенной степенью финансовой устойчивости,

стабильной нарастающей прибылью продаж, высокой оборачиваемостью текущих активов и ее увеличения. Организации следует пересмотреть свои долгосрочные выплаты и кредитные платежи и взять их под контроль, иначе ликвидность так и не будет налажена и финансовые риски останутся неизменными.

#### Список литературы:

1. Альгин, А. П. Риск в предпринимательстве. [Текст] : учебное пособие для вузов / А. П. Альгин, С.-П., 2015
2. Багаутдинов, А.Т. и др. Экономическая безопасность: Энциклопедия / Рук.проекта А.Г.Шаваев. - М.: Правовое просвещение, 2012. - 510 с.
3. Барышников И.В. Финансовые риски российских компаний-экспортеров и стратегия их минимизации: Автореф. дис. насоиск. уч. степ, к.э.н. М., 2013.
4. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: Учебник. - 2 - е изд. / А.И. Ильин. - Мн.: Новое знание, 2010. - 263 с.
5. Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ / Н.Б. Клишевич. М.: КноРус, 2010. 309 с
6. Коршунова, Л. Н., Проданова, Н. А. Оценка и анализ рисков. [Текст] : учебное пособие для вузов / Л. Н. Коршунова, Н.А. Проданова, М.: Феникс, 2010.
7. О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности: [федеральный закон от 14.09.2012 N ПЗ-9/2012], [Электронный ресурс] // СПС «Консультант-Плюс»: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения 14.07.2016)
8. Парамонов Я.В. Финансовые риски корпораций. Автореф. дисс. насоиск. уч. степ, к.э.н. М., 2015.

### ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА (НА МАТЕРИАЛАХ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

*Красько В.А., Гавриленко Д.О., Виноградов А.А., Болашенко В.А., Мусияка Р.В., Плотин В.В.*

*Научный руководитель: д.э.н., профессор Филимонова Н.Г.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Экономическая безопасность на региональном уровне дает основу для безопасности страны и ориентиры для принятия основных социально-экономических решений. Учитывая важность и специфические особенности региональных проблем целесообразно проведение оценки уровня экономической безопасности. Для этой цели нами предлагается методика, основанная на расчёте интегрального индекса. Методика состоит из четырёх этапов. На первом этапе происходит обоснование состава показателей. В состав показателей были включены девять, отражающие развитие региональной экономики по ключевым сферам: экономика, финансы, внешнеэкономическая деятельность и социальная сфера.

Таблица 1 – Расчет интегрального индекса экономической безопасности Красноярского края.

Показатель	Пороговое значение	2013г.		2014г.		2015г.	
		Фактическое значение	Соотношение фактического и порогового значений	Фактическое значение	Соотношение фактического и порогового значений	Фактическое значение	Соотношение фактического и порогового значений
<b>Экономическая сфера</b>							
Объем инвестиции в основной капитал, % в ВРП	25%	29,98	1,199	25,57	1,023	21,9	0,876
Объем ВРП на душу населения от среднего	100%	117	1,17	123,6	1,236	113,8	1,138



по стране							
Доля в промышленном производстве обрабатывающей промышленности	70%	28,1	0,401	30,6	0,437	32,8	0,46
Финансовая сфера							
Дефицит бюджета, % к ВРП	-5%	-2,6	1,92	-1,6	3,125	-1,17	2,9
Уровень инфляции за год	20%	4,8	4,167	9,5	2,105	10,6	1,886
Социальная сфера							
Уровень безработицы	7%	1,3	5,385	1,2	5,833	1,3	5,385
Доля в населении людей, имеющих доходы ниже прожиточного минимума	7%	15,2	0,46	16,7	0,419	19,1	0,366
Разрыв между доходами 10% самых высокодоходных групп населения и 10% самых низкодоходных	8 раз	16,9	0,473	15,1	0,509	14	0,571
Внешняя торговля							
Доля импорта во внутреннем потреблении	30%	23	1,304	23	1,304	19	1,579
Интегральный индекс			1,365		1,360		1,342

Выбранные показатели имеют пороговые значения, что даёт возможность их сопоставления. На втором этапе была проведена стандартизация показателей (то есть, приведение показателей к сопоставимому виду), путём сравнения фактических значений с пороговыми. Третий этап предусматривал расчёт интегрального показателя, как среднего геометрического частных показателей. Пятый этап заключается в интерпретации интегрального индекса состояния экономической безопасности региона. Если интегральный индекс находится в пределах от 0 до 1 – это свидетельствует о кризисной экономике. Показатель равный единице говорит о том, что экономика находится на пороговом уровне своего развития. По расчётам интегральный показатель в крае за последние три года превысил единицу, что свидетельствует о запасе прочности. Вместе с тем, индекс имеет тенденцию к снижению.

Делая более детальный анализ по сферам деятельности, отметим ключевые проблемы. Сокращается рост объёма валового регионального продукта. Краевое производство отмечается

структурной асимметрии: край ориентируется на добычу полезных ископаемых и обрабатывающее производство, при этом слабо развиты такие сектора экономики, как перерабатывающее производство, финансовая деятельность, сфера услуг и другие. На протяжении трёх последних лет отмечается рост инфляции, в 2015 году она составила 10,3 %. Сокращается объём инвестиций в валовой региональный продукт.

Все последние три года бюджет края является дефицитным. Коэффициенты финансовой устойчивости и самостоятельности бюджета края свидетельствует о предкризисном состоянии.

В социальной сфере отмечается рост уровня безработицы, увеличивается доля населения, имеющих доходы ниже прожиточного минимума. По данному показателю параметры края почти в три раза превышают пороговый уровень. Сохраняется высокий разрыв в уровне доходов населения.

Внешнеэкономическая деятельность Красноярского края характеризуется положительным торговым сальдо. Введение санкций и антисанкций привело к уменьшению торгового оборота: как экспорта, так и импорта. В структуре экспорта лидирующие позиции сохраняются за лесной, целлюлозно-бумажной продукцией, минеральными продуктами. И в тоже время в импорте высокую долю занимает ввоз машин и оборудования. Это свидетельствует о структурной диспропорции экспорта и импорта. В отношении продовольственных товаров отмечается отрицательное торговое сальдо, то есть превышение импорта над экспортом. Край ввозит до 40% мяса и мясопродуктов; 20% молока и молочных продуктов; 40% овощей и фруктов от общего объёма потребления.

Помимо внутренних проблем, на экономику края большое влияние оказывают внешние угрозы. В качестве ключевых мы выделили следующие: сохранение санкционной политики в отношении России, мировой экономической кризис, валютность мировых цен на основные ресурсы, политика дорогих денег ЦБ, отток капитала и высокоинтеллектуальных кадров за границу, а также охлаждение экономических отношений с традиционными странами партнёрами во внешней экономической деятельности.

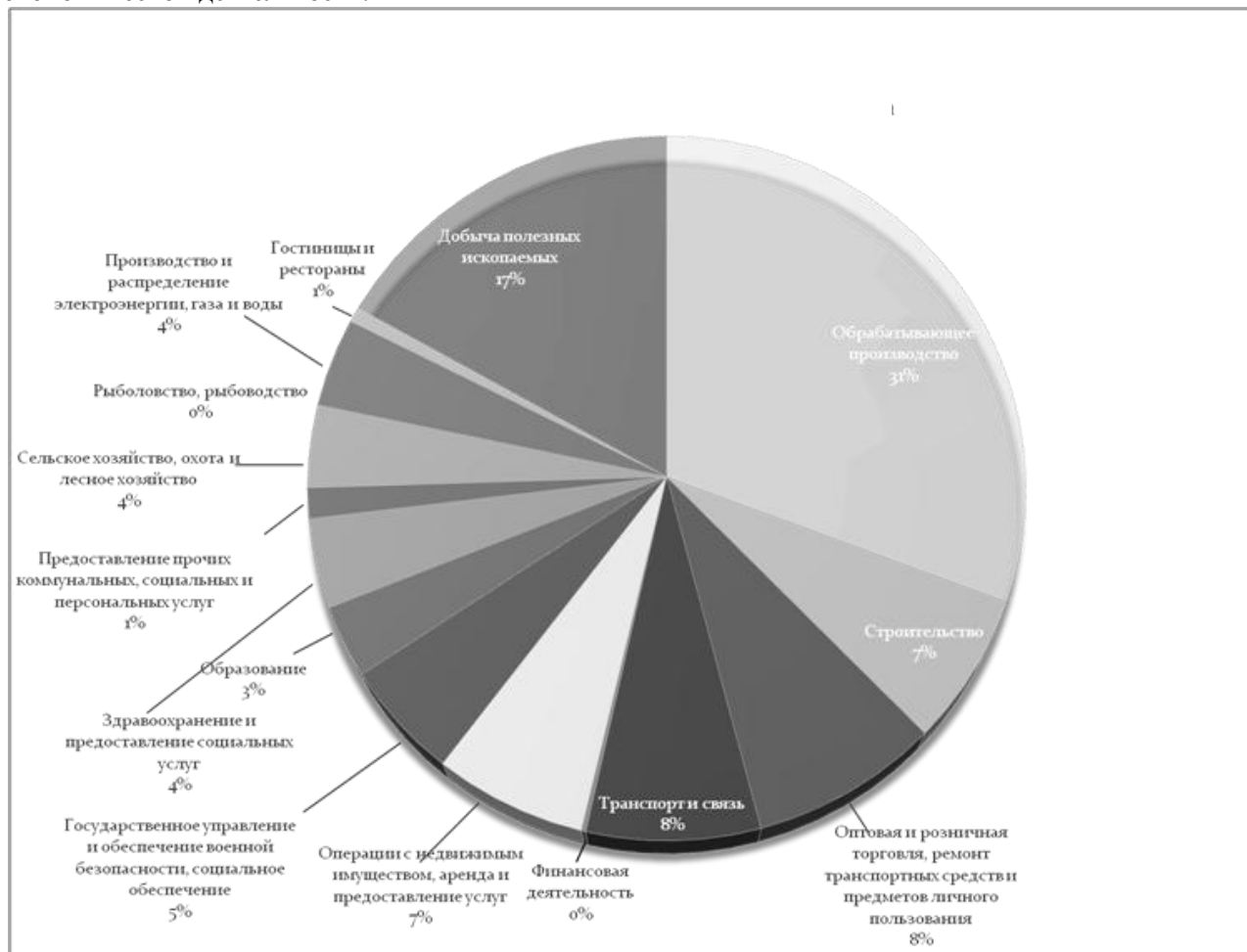


Рис. 1 – Структура валового регионального продукта Красноярского края в 2015г., %.

Учитывая влияние внешних и внутренних факторов возможно два сценария экономического развития. Первый (базовый) базируется на предположении о сохранении существующих

макроэкономических тенденций. Второй (оптимистичный) сценарий развития предполагает развитие краевой экономики в более благоприятных экономических условиях и основывается на траектории роста.

Для обеспечения экономической безопасности края и устойчивого развития предлагается:

1. Развитие перерабатывающих производств (нефтепродуктов, сельскохозяйственного сырья, мусора и т.д.) с целью решения проблемы структурной деформации.

2. Развитие уникальных производств (сбор и переработка дикорастущих трав и растений, искусственного рыбоводства, мараловодства и др.) с целью придания конкурентоспособности края на внутреннем и внешнем рынках.

3. Привлечение инвестиций за счёт активного представления инвестиционных проектов на краудфандинговых площадках, создания регионального агентства стратегических инициатив.

4. Сохранение политики импортозамещения в области продовольствия.

5. Создание молодёжной IT платформы, способствующей развитию и внедрению информационных технологий во все сферы экономики.

Для достижения высоких параметров социально-экономического развития также требуется проведение значительных структурных преобразований в рамках бюджетной политики, предполагающих оптимизацию и повышение эффективности расходов.

#### **Список литературы:**

1. Акулинина Ф.В., Гончаренко Л.П. Экономическая безопасность / Под общей редакцией Ф.В. Акулинина, Л.П. Гончаренко – Учебник для вузов. – М.: 2015. – 478 с. – Серия : Специалист.

2. Богомолов В.А. Экономическая безопасность / В.А. Богомолов – Учебное пособие. – М.: 2009. – 295 с.

### ***СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА***

***Паравян А.С.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Ермакова И.Н.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Эффективность функционирования хозяйствующих субъектов во многом зависит от правильно организованной системы внутреннего контроля, так как она способна выявлять существующие недостатки и нарушения на предприятии и способствовать их устранению. Отсутствие контроля, вне зависимости от направлений деятельности, затормаживает процесс развития организации либо совсем останавливает его.[3]

Система внутреннего контроля – это система бухгалтерского, финансового и другого контроля, организованная руководством предприятия в целях соблюдения упорядоченной и эффективной работы предприятия, следование политике руководства, охраны активов, полноты и точности документов.[1]

Система внутреннего контроля организации включает такие виды контроля как: экономический; административно-управленческий; материально-технический; кадровый; правовой и другие.

Главные цели системы внутреннего контроля заключаются: в минимизации финансовых и материальных расходов, сохранности имущества собственников организации; в выявлении резервов производства; в повышении деловой, инвестиционной привлекательности организации; в возможном уменьшении финансовых санкций со стороны фискальных налоговых органов; в определении финансового положения организации.[2]

Что бы проанализировать систему внутреннего контроля на предприятии, необходимо, провести анализ предприятия в целом, что показано на примере ЗАО «Светлолобовское» Новоселовского района.

Анализ предприятия выявил что, оно занимается животноводством и растениеводством, но имеет специализацию на производстве зерна и зернобобовых и они занимают в структуре реализации продукции в 2013г.- 38,64%, 2014 г. - 40,12%, 2015г - 31,19 %.

По своим размерам предприятие относится к крупным хозяйствам. Финансовый анализ показал что, предприятие по состоянию на 2015 год является полностью платежеспособным и имеет низкую вероятность банкротства. Так же можно сказать, что все показатели финансового положения

и результатов деятельности имеют положительные значения. Предприятие находится в устойчивом финансовом положении, стабильно получает прибыль и расширяет ресурсную и технологическую базы и устойчиво к угрозам и способно сохранять уровень производства на заданном уровне.

Изучение системы внутреннего контроля выявило, что на предприятии есть разного рода недостатки в работе всех структурных подразделений. Выявленные недостатки представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Системы управления внутреннего контроля ЗАО «Светлолобовское»

Виды системы внутреннего контроля	Исполняющие обязанности по проведению контроля	Проводимый контроль на предприятии	Отсутствующие элементы контроля
1	2	3	4
Экономический	Главный бухгалтер, экономист	Проверка фактического наличия имущества путем проведения инвентаризаций; контроль операций с наличными денежными средствами; проверка правильности формирования налогооблагаемой базы; контроль ценовой политики; экономический анализ хозяйственной деятельности.	Нерациональное распределение капитала; анализ экономического состояния предприятия; разработка мероприятий по повышению основных производственных и экономических показателей предприятия.
Организационный и управленческий	Руководитель предприятия, экономист	Сбор, обработка и анализ информации о фактических результатах хозяйственной деятельности предприятия, сравнение их с плановыми показателями, выявление отклонений и анализ причин этих отклонений; разработка мероприятий, необходимых для достижения намеченных целей.	Разработка не всегда эффективных мероприятий по устранению отклонений показателей.
Материально-технический	Экономист	Осуществляет контроль за правильным распределением и эффективным использованием материально-технических ресурсов; осуществляет учет и контроль их распределения.	-
Кадровый	Отдел кадров	Осуществляет работу по подбору рабочих кадров.	Некачественный отбор кадров и некачественное формирование трудового коллектива.
Информационный	-	-	Отсутствует на предприятии, ни кем не контролируется.
Правовой	Юрист	Укрепление законности и предупреждение правонарушений в деятельности предприятия; решение вопросов правового обеспечения; проверка соответствия требованиям законодательства представляемых на подпись руководителю предприятия документов; осуществление контроля за соответствием требованиям законодательства приказов, распоряжений и других актов, издаваемых руководителем.	-

Так же был выявлен перечень угроз грозящих предприятию и его слабые стороны, которые указаны в таблице 2.

Из выявленных угроз можно сделать вывод, что необходимым мероприятием по обеспечению внутреннего контроля экономической безопасности ЗАО «Светлолобовское» является

внедрение в структуру управления внутреннего контроля предприятием службы экономической безопасности.

Положение «О службе безопасности» поясняет, что служба экономической безопасности является самостоятельным структурным подразделением предприятия. В своей деятельности подразделение руководствуется положениями Конституции РФ, ФЗ «О частной детективной и охранной деятельности», «Об оружии», уставом службы безопасности, «Положением о коммерческой тайне», другими соответствующими актами РФ, а также распоряжениями руководителя предприятия. Для ее создания необходим приказ руководителя предприятия. Служба экономической безопасности подчиняется непосредственно руководителю предприятия. Начальник службы назначается руководителем предприятия.

Структура и штат службы экономической безопасности утверждается руководителем предприятия, в зависимости от специфики и особенностей деятельности предприятия, по представлению начальника службы и по согласованию с отделом кадров, отделом организации и оплаты труда. В состав службы входят структурные подразделения и специалисты.

Таблица 2 – Угрозы экономической безопасности и мероприятия по их устранению

Перечень угроз	Мероприятия по устранению и нейтрализации угроз
Внешние угрозы	
1	2
1.Климатические условия 2.Политическая и экономическая обстановка в регионе 3.Макроэкономические кризисы 4.Изменение законодательства 5.Недобросовестная конкуренция 6.Уровень жизни населения 7.Платежеспособность населения 8.Промышленный шпионаж	Сезонная посадка урожая. Постройка сооружений пригодных для изменяющегося климата, в которых хранится урожай и находится скот. Корректировка деятельности предприятия в целях приспособления к изменяющейся политической и экономической обстановке. Нахождение норм законов, которые нарушают конкуренты по отношению к предприятию и сообщение об этом в правоохранительные органы. Производство и реализация товаров по такой цене, которая будет соответствовать платежеспособности населения при этом сохраняя, на сколько это возможно, хорошее качество продукции. Совершенствование ценовой политики в соответствии с платежеспособностью населения. Усиление мер по сохранению коммерческой тайны, документации и других данных о предприятии.
Внутренние угрозы	
1.Отсутствие внутреннего контролирующего отдела экономической безопасности 2.Нарушение режима сохранения конфиденциальной информации 3.Выбор ненадежных партнеров и инвесторов 4.Нерациональное распределение капитала 5.Иные нарушения порядка и правил безопасности на объекте из-за отсутствия контролирующего отдела 6.Низкий уровень работы отдела кадров 7.Низкая квалификация кадров 8.Текучесть кадров 9.Снижение численности рабочих	На предприятии необходимо разработать систему внутреннего контроля, а точнее внедрить отдел экономической безопасности в целях устранения внутренних угроз и контроля за всеми элементами предприятия. Усилить меры по сохранению коммерческой тайны, обязать работников предприятия о заключении договора о ее неразглашении. Более детально изучать деловую репутацию потенциальных партнеров и инвесторов. Усилить экономический контроль и производить более рациональное распределение капитала. Установить контроль за работой отдела кадров, квалификацией и компетентностью кадров. Ужесточить отбор новых кадров на предприятие. Создать сильный, высоко-квалифицированный трудовой коллектив.

На данном предприятии служба экономической безопасности не будет подразделяться на подразделения, а будет осуществлять свою деятельность единым отделом. Это обусловлено спецификой и особенностями предприятия. В состав службы будут входить: начальник, заместитель начальника, специалист в области экономической безопасности. Предприятие способно выплачивать работникам отдела заработную плату, это обосновал финансовый анализ предприятия, показатели которого находятся на высоком уровне.

Начальник службы экономической безопасности распределяет обязанности между сотрудниками отдела и утверждает их должностные инструкции.

Основными функциями службы являются: разработка и осуществление мероприятий по защите финансовых и других операций; сбор, обработка, хранение и анализ официальной и

конфиденциальной информации в отношении контрагентов и деловых интересов предприятия с целью предупреждения сделок с недобросовестными контрагентами; организация и проведение мероприятий по обеспечению безопасности персонала предприятия, основных фондов и финансовых; проведение работ по защите информации; контроль, выполнение требований подразделениями предприятия по вопросам, входящим в компетенцию службы; проведение инструктажа и обучения работников предприятия правилам работы с конфиденциальной информацией.

Создание данной службы на предприятии необходимо для нейтрализации выявленных угроз, улучшения функционирования деятельности предприятия и для выполнения таких функций и мероприятий, выполнение и реализация которых непредусмотрены на предприятии.

#### **Список литературы:**

1. Ишмеева, А.С. Система внутреннего контроля как элемент экономической безопасности хозяйствующего субъекта [Текст] / А.С. Ишмеева // Теория и практика общественного развития. – 2014.
2. Суслов, И.В., Чинахова, С.Е. Система внутреннего контроля с позиции экономической безопасности на предприятии [Текст] / И.В. Суслов, С.Е. Чинахова // Молодой ученый. — 2016.
3. Хмелев, С.А. Создание службы внутреннего контроля в системе экономической безопасности предприятия [Текст] / С.А. Хмелев // Вектор науки ТГУ. – 2011.

### **ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ЕМЕЛЬЯНОВСКОЕ»)**

**Толкачёва А.А.**

*Научный руководитель: д.э.н., доцент Филимонова Н.Г.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В настоящее время, экономическая безопасность как один из разделов экономической науки в целом, завоевывает всеобщий интерес. Если в начале 2000-х годов сам термин «экономическая безопасность» был известен далеко не каждому экономисту, то сейчас большинство крупных предприятий желают иметь в своем штате сотрудника, который сможет обеспечить управление экономической безопасностью организации на высоком уровне.

Процесс обеспечения экономической безопасности на предприятии предусматривает эффективную работу каждой из составляющих, однако, необходимо не только это, но и качественное управление всеми процессами. Именно для этого формируется система управления экономической безопасностью, которая включает в себя и ее обеспечение, и контроль деятельности всего предприятия в целом, предотвращение возможных рисков и угроз, принятие мер по их нейтрализации.[1]

Исследование системы управления проводилось на примере ООО «Емельяновское» Красноярского края. По размерам своей деятельности предприятие относится к классу средних, реализует продукцию обеих отраслей сельского хозяйства, но специализируется на молочном скотоводстве.

В мировой практике существует два основных подхода к определению уровня экономической безопасности предприятия: ресурсно-функциональный и индикаторный. Первый предполагает проведение комплексного анализа на основе составляющих экономической безопасности предприятия, второй – сравнение фактических результатов деятельности предприятия с индикаторами или пороговыми значениями этих показателей.[2] Так как второй метод более затруднен, из-за отраслевых особенностей исследуемого предприятия и уровня точности индикаторов, в процессе исследования был применен ресурсно-функциональный подход, а также методика вероятности банкротства Р.С. Сайфуллина и Г.Г. Кадыкова.

По итогам проведения оценки, были сделаны следующие выводы:

- Состояние финансовой безопасности.

ООО «Емельяновское» не обладает абсолютной ликвидностью, текущих средств предприятия не хватает, чтобы покрыть текущие обязательства. Платежеспособность предприятия на низком уровне, покрыть краткосрочные обязательства предприятие сможет только за счет всех оборотных средств. Что касается финансовой устойчивости, то тут ООО «Емельяновское»

характеризуется как неустойчивое предприятие. В структуре источников формирования имущества организации преобладают собственные средства, соотношение заемных средств к собственному капиталу равно 1:3.

- Техничко-технологическая безопасность.

На предприятии используются классические технологии производства продукции (молока, пшеницы, ячменя и т.д.), инноваций нет. В 2015 году техники на предприятии выбыло больше, чем в предыдущих годах, это связано с устареванием оборудования, и невозможным его ремонтом и восстановлением. По мере возможностей, предприятие старается обновлять технику, внедряя в производство новейшие технологии.

- Информационная безопасность.

Информационная безопасность предприятия обеспечивается шифрованием важной корпоративной информации, хранение такой информации на бумажном носителе допускается лишь при ее хранении в сейфе, доступ к которому имеет руководитель организации и ответственный за содержание информации работник. Защита персональных данных работника обеспечивается хранением личных дел сотрудников в сейфе у начальника отдела кадров.

- Кадрово-интеллектуальная безопасность.

За период с 2013 по 2015 год произошли изменения в составе постоянных и сезонных рабочих. Число постоянных сократилось на 10 человек, а сезонных увеличилось на 12 человек. Такими действиями предприятие сократило затраты на оплату труда работников. Значение коэффициента приема кадров низкое, тем не менее, коэффициент выбытия кадров ниже его, это говорит о том, что выбыло кадров на предприятии за 2015 год меньше, чем принято, более половины кадров предприятия – работники со стажем работы более 15 лет на ООО «Емельяновское». Это и есть основная проблема кадровой безопасности, на предприятии низкий процент молодых сотрудников (23%), и притока новых молодых специалистов нет.

- Экологическая безопасность.

Наиболее важная проблема ООО «Емельяновское» для экологии - это химическое загрязнение и эрозия почв. На предприятии контролируется состав удобрений, с учетом минимизации наносимого вреда почве, однако это не сокращает общего объема их использования.

На основании полученных выводов, а также оценки вероятности банкротства, было определено состояние экономической безопасности ООО «Емельяновское» как предкризисное, следовательно, оно обладает широким рядом рисков и угроз, способных привести предприятие в упадок.

Предупреждение и нейтрализация угроз и рисков предприятия – процесс управления экономической безопасностью, именно поэтому при формировании системы управления необходимо отталкиваться от выявленных проблем предприятия.

В таблице 1, предложена одна из возможных систем управления экономической безопасностью на предприятии, основанная на возложении функций по предотвращению рисков и угроз экономической безопасности на сотрудников предприятия.

Таблица 1 – Система управления экономической безопасностью ООО «Емельяновское»

Угрозы экономической безопасности предприятия	Меры по предотвращению угрозы (функции сотрудника)	Должность сотрудника, ответственного за данную функцию
1	2	3
<i>Угрозы финансового характера</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• дальнейшее снижение ликвидности баланса, и как следствие платежеспособности предприятия;</li> <li>• потеря доли рынка, в связи с серьезной</li> </ul>	Контроль расчетов с покупателями и поставщиками	Главный бухгалтер, экономист
	Контроль правильности исчисления и уплаты налогов в бюджет, а также перечисления страховых взносов	
	Планирование денежного потока организации	
	Мониторинг финансового состояния организации, значения показателей платежеспособности, финансовой устойчивости	
<i>Угрозы финансового характера</i>		
конкуренцией;	Мониторинг местных СМИ в целях получения информации о конкурентах	

<ul style="list-style-type: none"> <li>скупка долгов предприятия нежелательными партнерами.</li> </ul>	Определение наиболее важных источников формирования имущества организации, акцентирования внимания на их состоянии	
<i>Угрозы технологического характера</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>устаревание оборудования, в связи с этим нарушение технологического процесса;</li> <li>использования новых технологий конкурентами.</li> </ul>	Контроль своевременного проведения технического осмотра оборудования	агроном, технолог производства продукции животноводства
	Контроль обновления оборудования	
	Контроль за соблюдением процесса производства	
	Мониторинг рынка технических средств	
	Планирование количественного и качественного состава оборудования предприятия	
	Диагностика состояния технических средств организации	
<i>Угрозы кадровой безопасности</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>утечка кадров;</li> <li>снижение коэффициента постоянства кадров;</li> <li>конфликты в</li> </ul>	Мониторинг текучести кадров	Начальник отдела кадров, юрист
	Контроль постоянства кадров	
	Контроль соблюдения Трудового кодекса Российской Федерации	
<ul style="list-style-type: none"> <li>коллективе;</li> <li>промышленный шпионаж.</li> </ul>	Контроль уровня образования работников,	
	проведение курсов повышения квалификации	
	Планирование численности работников на каждый год	
	Материальное стимулирование работников	
	Разработка положений по приему работников в организацию, квалификационные тесты	
<i>Угрозы информационного характера</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>утечка информации</li> </ul>	Соблюдение ФЗ «О персональных данных», контроль за сохранностью персональных данных	Начальник отдела кадров, главный бухгалтер, главный инженер, агроном
	Контроль допуска к конфиденциальной информации	
<i>Угрозы экологической безопасности</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>увеличение количества выбросов в атмосферу;</li> <li>падение урожайности в связи с засухой</li> </ul>	Контроль загрязнения окружающей среды	Главный инженер, агроном, эколог
	Мониторинг состояния окружающей среды	
	Планирование урожайности будущих периодов, с учетом возможных климатических условий	

Что характеризует любое предприятие? Управление - слаженная и централизованная система управления, управление экономической безопасностью занимает важное место в ней. Именно поэтому все окончательные решения по вопросам управления экономической безопасностью принимает руководитель организации, основываясь на мнении ответственных и квалифицированных сотрудников.

При правильном построении СУЭБ, предприятие избавит себя не только от возможных угроз, но и сможет вовремя суметь распознать их и не дать оказать негативное влияние на деятельность организации.

#### Список литературы:

1. Фирсова, О.А. Экономическая безопасность предприятия // О.А. Фирсова. - МОО Академия безопасности и выживания [цифровая книга], 2014г.
2. Иволга, А.Б. Экономическая безопасность и ее составляющие как основа жизнедеятельности корпорации / А.Б. Иволга. – Молодой ученый. – 2012. - №1 (36). С.113-116



**РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ФАКТОРА ОБЕСПЕЧЕНИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ  
(НА МАТЕРИАЛАХ ЗАО АПХ «АГРОЯРСК»)**

**Черных Н.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Озерова М.Г.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Термин «конкурентоспособность» является часто употребляемым в научной литературе. Среди экономистов, предпринимателей и политиков это понятие также популярно, в особенности, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны в систему современного мирового хозяйства. В рыночной экономике становится ясно, что повышение конкурентоспособности предприятий в частности и национальной экономики в целом является необходимым условием для интеграции страны в глобальную экономику. Исходя из этого повышение конкурентоспособности предприятий – одна из главных задач в современной России.

Под конкурентоспособностью предприятия понимается **обобщающая характеристика деятельности хозяйствующего субъекта, отражающая уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами**[1].

Конкурентоспособность и экономическая безопасность находятся в постоянном взаимодействии. И экономическая безопасность и конкурентоспособность являются характеристиками хозяйствующего субъекта, в том числе и в сельском хозяйстве. Конкурентоспособность является целью и показателем степени развития производственных процессов на предприятии, а экономическая безопасность представляет собой важнейшее условие его существования. Чем больше развиты факторы, определяющие конкурентоспособность – тем более устойчиво и жизнеспособно предприятие перед возникающими внешними и внутренними угрозами. Соответственно, большинство показателей, характеризующих конкурентоспособность, одновременно являются и показателями, характеризующими экономическую безопасность.

На конкурентоспособность сельскохозяйственного предприятия могут оказывать влияние следующие факторы:

1. Ценовая политика и себестоимость. Один из главных факторов влияющих на спрос и предложение, и оказывающих воздействие на конкурентоспособность.

2. Долгосрочный спрос. Данный фактор с одной стороны, является важным фактором при принятии решений по инвестированию для увеличения производственных мощностей предприятия. А с другой, этот же фактор может вызвать отток предприятий из отрасли в силу падения спроса на продукцию. А это в свою очередь приводит к пересмотру методов производства, изменению масштабов производства и обновлению продукта;

3. Технологические нововведения. Инновации и инвестиции позволяют увеличивать значение эффекта жизненного цикла товара;

4. Развитие инфраструктуры – производственной и социальной. За счет этого обеспечивается сохранность и наращивание производства сельскохозяйственной продукции. Для этого требуется улучшить обеспеченность предприятий и фермерских хозяйств техникой, производственными помещениями, энергетическими мощностями, газом, дорогами, а также кадрами;

5. Покупательские предпочтения. Зачастую растущее число покупателей решает, что товары массового потребления по низким ценам вполне удовлетворяют их вкусам и предпочтениям так же, как и товары с более высокими ценами, дающие возможность выбора;

6. Государственное регулирование рынка. Действия государства через свои институты, включая регулирование экономических отношений, а также изменение государственной политики;

7. Эффективный маркетинг. Периодически предприятия предлагают рынку свою продукцию, пользуясь новыми путями и способами, стараясь увеличить покупательский интерес, подтолкнуть спрос, уменьшить затраты на единицу продукции. Таким образом, они приводят в движение новые силы, которые изменяют условия конкуренции и позиции фирм соперников;

8. Диффузия достижений. Если новая технология становится известной соперникам, поставщикам, дистрибьюторам, потребителям, то снижаются барьеры для вхождения в отрасль;

Стоит отметить, что факторы конкурентоспособности напрямую становятся задачами экономической безопасности предприятия. Например, подготовка кадров. Служба экономической

безопасности не занимается как таковой подготовкой, но может провести на стадии приема на работу тщательную проверку кандидатов и вынести свое заключение. Также основной задачей экономической безопасности становится защита интересов предприятия, ее разработок и технологий. Развитие патентных технологий является козырем в конкурентной среде и необходимо, чтобы конкурентам не было о них известно.

Существует множество подходов к оценке конкурентоспособности предприятия. Методы различны и могут быть направлены с различных сторон хозяйствования предприятия. Наиболее известными методами оценки конкурентоспособности предприятия являются:

- матричный метод;
- метод, базирующийся на теории конкурентоспособности товара;
- методы, основанные на теории эффективной конкуренции.

Методы, базирующиеся на теории эффективной конкуренции, дают более полную оценку конкурентоспособности предприятия. Согласно этой теории более конкурентоспособными являются те предприятия, которые наилучшим образом организовали производство и сбыт товаров и эффективное управление финансовыми ресурсами.

Конкурентоспособность предприятия на базе этой теории может оцениваться на основе методики комплексной оценки конкурентоспособности. В этом случае оцениваются показатели эффективности: а) производственной; б) сбытовой; в) финансовой деятельности предприятия г) конкурентоспособность продукции

Проведем анализ по данной методике на примере реального хозяйствующего субъекта ЗАО АПХ «АгроЯрск».

Агропромышленный холдинг «АгроЯрск» - это предприятие, объединяющее разноплановые сельскохозяйственные активы на основе полного технологического и производственного цикла, включающего в себя: производство сельхозпродукции (молоко, мясо, зерно), его переработку (молочная продукция, мясные полуфабрикаты, мука и хлебобулочные изделия), хранение и сбыт.

В настоящее время агропромышленный холдинг «АгроЯрск» включает в себя два обособленных структурных подразделения – «Шилинское» и «Маяк» и имеет тип собственности закрытое акционерное общество.

ЗАО АПХ «АгроЯрск» является крупным по размерам предприятием в Сухобузимском районе. Стоимость валовой продукции, произведенной в хозяйстве в отчетном году, почти в 4,5 раза превышает уровень 2013 г. и ежегодно увеличивается. Величина всех производственных ресурсов в 2015 году больше, чем в 2013 году.

Рассчитаем коэффициент конкурентоспособности по данным ЗАО АПХ «АгроЯрск». Суть оценки состоит в расчете комплексного показателя конкурентоспособности с учетом дифференциации важности отдельных критериев и показателей, характеризующих различные стороны деятельности хозяйствующего субъекта.

Расчет коэффициента проводится по четырем критериям, первые три из которых включают в себя расчет по четырем показателям хозяйственной деятельности предприятия. Полученные при расчетах значения переводятся в бальную систему и сравниваются с базисным значением коэффициента в 2013г. .

Таблица 1- Коэффициент конкурентоспособности ЗАО АПХ «АгроЯрск»

Показатель	Год		
	2013	2014	2015
А	1	2	3
критерий эффективности производственной деятельности организации (Эп)	10	11,40	11,90
критерий финансового положения организации (Фп)	10	12,55	8,55
критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке (Эс)	10	9,80	13,65
критерий конкурентоспособности товара(Кт )	10	10	15
<b>коэффициент конкурентоспособности организации(Кко)</b>	<b>10</b>	<b>10,90</b>	<b>12,35</b>

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что наивысший коэффициент конкурентоспособности ЗАО АПХ «АгроЯрск» наблюдается в 2015 году. По сравнению с базисным 2013 годом он вырос на 2,4 балла. В 2014г. общий критерий снизился за счет низких показателей сбыта и продвижения товара на рынке, но в 2015г этот же критерий вырос уже на 3,85 балла, что

говорит о эффективной маркетинговой политике. На данный момент конкурентоспособность продукции ЗАО АПХ «АгроЯрск» находится на достаточно высоком уровне.

При прочих равных условиях важнейшую роль играет маркетинговая стратегия сохранения и повышения конкурентоспособности предприятий.

Одним из главных конкурентных преимуществ ЗАО АПХ «АгроЯрск» является эффективный менеджмент, благодаря чему разработана стратегия развития агрохолдинга с учётом использования пяти основных ресурсов: земля, деньги, современные технологии, труд (персонал), менеджмент.

Основа агрохолдинга это не столько концентрированное владение сельхозактивами, сколько эффективное управление ими. Ограничивать размеры агробизнеса сегодня могут только деньги, труд и менеджмент. При этом самым важным ресурсом является высококвалифицированный труд - как механизаторов и операторов в животноводстве, растениеводстве, так и менеджеров, особенно высшего звена.

В 2015 году Федеральная служба по интеллектуальной собственности (РОСПАТЕНТ) предоставила ЗАО АПХ «АгроЯрск» свидетельство о регистрации товарного знака, что повысило значимость и узнаваемость предприятия на рынке..

Существует несколько путей повышения конкурентоспособности предприятия:

1. Постоянное использование нововведений.
2. Поиск новых, более совершенных форм выпускаемого товара.
3. Использование только высококачественного сырья.
4. Постоянное обучение и переподготовка кадров.
5. Повышение материальной заинтересованности работников и улучшение условий труда.
6. Проведение маркетинговых исследований рынка, с целью установления потребностей покупателей.

Используя эти мероприятия, предприятие сможет повысить как свою конкурентоспособность, так и укрепить свою финансовую устойчивость. При стратегическом управлении предприятием любой отрасли необходимо учитывать, что устойчивое развитие должно быть тесно взаимосвязано с обеспечением экономической безопасности и повышением конкурентоспособности на долгосрочную перспективу. Обеспечение экономической безопасности - весьма эффективный инструмент, позволяющий провести необходимые процедуры сохранения платежеспособности путем внедрения новых, более эффективных, процедур управления, изменения существующей бизнес-модели либо корректировки финансовой политики предприятия[2]. Также необходим полный глубокий анализ всех сторон деятельности предприятия, предусматривающий анализ возможных условий кризиса, инфляции, нестабильности внешней среды предприятия.

#### **Список литературы:**

1. Конкуренция и конкурентоспособность :учебник / А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с
2. Суглобов. А.Е. Экономическая безопасность предприятия/ А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 271с.

### ***РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В 2017 ГОДУ***

***Ломилкин Д.А.***

*Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Согласно мнению большинства крупнейших аналитических изданий, мировая экономика в 2017 году будет зависеть от главного фактора - повышения роста экономики в странах с формирующимся (развивающимся) рынком и развивающихся странах. А также от событий, которые привели к резкому снижению объемов международной торговли, вызванных введением различных санкций Соединёнными Штатами Америки и Евросоюза в отношении РФ и ответными санкциями РФ по отношению к ним, а также военными действиями в Сирии и противодействию группировке Исламское Государство.

По прогнозам Международного Валютного Фонда, экономическая активность, как в странах с развитой экономикой, так и в странах с формирующимся рынком и развивающихся странах, усилится в 2017 году, и ожидаемый мировой рост экономики составит 3,4%, то есть вновь останется без

изменений, в сравнении с предыдущим годом. Экономика Соединённых Штатов Америки, при этом, вырастет на 2,3%, Экономика Евросоюза — повысится на 1,6%. А в Китае рост экономики в 2017 году, по оценкам Международного Валютного Фонда, составит 6,5%. Наиболее малые темпы роста экономики будут наблюдаться в странах, у которых экономика формируется преимущественно за счет продажи сырьевых товаров и природных ресурсов. Это такие страны как: Бразилия, Венесуэла и Россия. Так же отмечалось, что этот прогноз сопряжён с особенно высокой неопределенностью по причине возможных изменений политического курса Соединённых Штатов Америки при будущей администрации, отмечается в докладе Международного Валютного Фонда.

По оценкам Всемирного Банка, темпы глобального экономического роста в 2017 году ускорятся до 2,7% на фоне ослабления факторов, сдерживающих экономическую активность в развивающихся государствах-экспортерах сырья, при сохранении устойчивого внутреннего спроса в развивающихся странах-импортерах сырья. Также эксперты и аналитики Всемирного Банка ухудшили прогнозы на 2017 год, как для развитых стран, так и для государств с развивающейся экономикой. Так, в уже развитых странах, ожидаемый экономический подъем составит - 1,8% в текущем году (предыдущий прогноз - 1,9%), а в странах с ещё развивающейся экономикой - 4,2% (предыдущий прогноз - 4,1%).

По мнению экспертов-аналитиков, одного из крупнейших международных финансовых конгломератов - Citigroup, экспортёры сырья уже столкнулись с экономическими проблемами, и в скором времени проблемы появятся и у импортёров сырья. Прогноз развития экономики показывает, что может понадобиться не менее 2-3 лет, для того, чтобы предложение и спрос на сырьевые товары вернулись к балансу.

Главным риском дальнейшего снижения цен на сырьё эксперты-аналитики считают - снижение спроса со стороны Китайской Народной Республики. Потому что Китай является одним из крупнейших потребителей промышленного сырья и природных ресурсов. Снижение темпов экономического развития Китайской Народной Республики обусловлено замедлением строительства на рынке недвижимости, уменьшением объемов кредитования и инвестиций. Это подтолкнуло китайских лидеров к реформации модели экономики с приоритетом на инвестиции и экспорт к модели, ориентированной на внутренний спрос и потребление. По-видимому, потенциал экстенсивного роста экономики Китая себя исчерпал. С большой вероятностью мировая экономика в 2017 году будет ориентирована на потребительский спрос граждан Соединённых Штатов Америки.

Особенно сильно колеблются цены на нефть, металлы и сельскохозяйственную продукцию. Стоимость нефти, по мнению большого числа экспертов-аналитиков, в ближайшие годы будет варьироваться в диапазоне от тридцати до шестидесяти долларов за баррель и вряд ли вернется к ценам последних 5 лет.

По данным Всемирного Банка в 2017 году, в условиях повышения спроса и сокращения предложения, заметно увеличатся цены на товары промышленного назначения и сырьевые товары, (такие как: металлы и энергоносители). В 2017 году прогнозируется повышение цен на металлы в среднем на 11 %.

Ожидается, что цены на с/х продукцию в 2017 году должны вырасти на 1%. В частности, прогнозируется небольшое повышение цен на масло и семена масличных культур, а также на с/х сырьё, в то время как ожидаемые цены на пшеницу должны понизиться на 3%, учитывая прогнозируемый рост предложения.

Также, многое будет зависеть от того, как будут «вести» себя основные мировые валюты - Доллар и Евро. А это, в свою очередь, зависит от политики Федеральной Резервной Системы Соединённых Штатов Америки и Центрального Банка Европейского Союза (ЕЦБ).

Если Федеральная Резервная Система Соединённых Штатов Америки будет продолжать проводить жёсткую политику и в 2017 году поднимет ставку до 0.75%-1% (что собственно и произошло) - это укрепит доллар США по отношению к другим валютам, что приведет к дальнейшему снижению цен на сырьё и товары, котирующиеся в долларах, и усилению давления на сырьевые валюты, в том числе и на рубль.

Также, необычайно влияющими на мировую экономику являются решения Центрального Банка Европейского Союза (ЕЦБ). Центральный Банк Европейского Союза отвечает за эмиссию евро, управляет золотовалютными запасами в еврозоне и определяет ключевые процентные ставки. Основная процентная ставка Центрального Банка Европейского Союза - это ставка рефинансирования для коммерческих банков, которая оказывает влияние на кредитную активность и объём денежной массы в экономике. Весной 2016 года ставку рефинансирования ЕЦБ оставил на уровне 0%.

Если же европейский регулятор продолжит свою политику денежного стимулирования и роста кредитования, то мы, возможно, станем свидетелями оживления экономики Европы, которая в данный момент испытывает серьезные трудности, в частности, с уровнем безработицы, которая на данный момент составляет 9,6%. И конечно, всё таким же серьезным дестабилизирующим фактором экономики Евросоюза в 2017 году будет оставаться миграционный вопрос.

К факторам, которые могут оказать положительное влияние на темпы роста мировой экономики относится экономика Индии. По данным Международного Валютного Фонда индийская экономика в 2017 году увеличится на 7,3%, то есть, выше прогнозируемых показателей Китая. Наименее технологически развитая и относительно молодая экономика Индии имеет все необходимые предпосылки, чтобы превзойти своего могущественного восточного соседа и стать наиболее быстрорастущей экономикой в мире. Государство имеет огромное преимущество - высокие темпы роста демографических показателей. Это значит, что на протяжении последующих 10 лет численность рабочей силы Индии по численности превзойдет число рабочих в Китае, даже несмотря на то, что население Китая в целом останется самым большим в мире. В отличие от Китайской Народной Республики, Индия наиболее демократична и имеет более благоприятные условия для развития бизнеса. Все эти имеющиеся признаки указывают на значительный потенциал роста экономики Индии, которая может стать, своего рода, локомотивом в мировой экономике.

Таким образом, для мировой экономики 2017 год будет не самым приятным. По личному мнению директора Международного Валютного Фонда - Кристин Лагард, эти годы будут разочаровывающими, а существующие военные конфликты несут в себе огромные риски дестабилизации в торговых и финансовых сферах.

#### **Список литературы:**

1. В 2017 году ожидается повышение темпов роста мировой экономики до 2,7 процента несмотря на низкий уровень инвестиций/ <http://www.vsemirnyjbank.org>
2. Мировая экономика 2016-2017 года: нефть, металлы и доллар/ <http://www.rognowsky.ru>
3. Уровень безработицы в еврозоне. <https://ru.investing.com>
4. Перспективы развития мировой экономики, Пониженный спрос, Симптомы и лечение, октября 2016 года (ПРМЭ). <http://www.imf.org/>
5. Чеботарев, Н. Ф. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник для бакалавров / Н. Ф. Чеботарев. - М.: Дашков и К, 2013. - 352 с.

### ***РЕЗУЛЬТАТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ ЛОНДОНСКОЙ И ФРАНКФУРТСКОЙ ФОНДОВЫХ БИРЖ***

***Логинов В. В.***

*Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Фондовая биржа – организация, предметом деятельности которой является обеспечение необходимых условий нормального обращения ценных бумаг, определение их рыночных цен и распространение информации о них, поддержание высокого уровня профессионализма. Кроме этого, она устанавливает регламент взаимоотношений участников рынка, давая определенные гарантии и взимая комиссионное вознаграждение.

Фондовые биржи являются важнейшим элементом рыночной инфраструктуры, без которого функционирование рыночной экономики невозможно.

Для того, чтобы лучше приспособиться к потребностям рынка фондовый биржевой рынок находится в постоянной динамике, биржи подвержены как разделением, так и слияниям. Целью данного исследования является анализ причин и результатов объединения двух крупнейших мировых бирж Лондонской и Франкфуртской.

Лондонская фондовая биржа (London Stock Exchange) – одна из крупнейших и старейших бирж Европы и один из наиболее известных мировых рынков ценных бумаг. Она считается самой интернациональной – на неё приходится около 50 процентов международной торговли акциями, так как размещают свои акции на бирже, в большинстве случаев, огромные компании – гиганты. В данной бирже реализована упрощенная купля – продажа акций компаний, то есть все финансовые операции проходят в долларах США. LSE обеспечивает полную защиту инвесторов.

Франкфуртская фондовая биржа (Deutsche Bourse) – считается одной из крупнейших фондовых бирж Германии, – всего их насчитывается восемь, и, соответственно, одной из крупнейших мировых бирж. Её отличительной особенностью является то, что она занимает двенадцатую позицию по капитализации среди остальных фондовых бирж. В листинг входит более 300 компаний. Половина – это корпорации иностранные (есть представители из Азии, РФ, Австралии). На бирже ежедневно проходит огромное количество сделок. Такая загруженность во многом не позволяет проектам с некачественным программным обеспечением выполнять свою работу правильно. Здесь подобного увидеть не придется.

Франкфуртская (Deutsche Bourse) и Лондонская фондовая биржа LSE (London Stock Exchange) договорились о своём объединении. В результате их объединения, появится третья в мире по капитализации торгующихся компаний торговая площадка. Франкфуртская и Лондонская фондовая биржа в среду, 16 марта, 2016 года, объявили всему миру, что они пришли к соглашению о своём слиянии. В результате их слияния, это событие станет крупнейшей сделкой между биржевыми операторами с 2013 года.

Это уже третья попытка их объединения, две попытки их предыдущего объединения были провальными. Франкфуртская биржа дважды делала предложение Лондонской – в 2000 и 2004 годах. Причиной провальных попыток объединения стали выступления против сделки акционеров Лондонской биржи, потому – что у них возникало много вопросов, как будет проходить управление объединенной структуры. В 2005 году, когда провалилось вторая попытка их слияния, во Франкфуртской бирже Вернер Зайферт лишился своей должности гендиректора.

Глава немецкой биржи Карстен Кенгетер пояснил, для чего понадобилось слияние бирж. Он говорит, что на европейском, глобальном рынке финансовых услуг очень растущая конкуренция. Отсюда следует вывод, что объединение двух бирж нацелено на максимальное эффективное использование своих факторов производства.

После слияния великобританской и немецкой бирж появится новая площадка, которая, станет самой крупной в Европе. Две биржи смогут конкурировать по размеру и масштабу операций с американскими биржами (GME Group и ICE). Объединенная биржевая группа станет первой в мире по выручке и второй в мире по капитализации. На данный момент, общая биржевая стоимость Франкфуртской и Лондонской бирж составляет свыше 30 млрд. долларов. Это на втором месте, после общей биржевой стоимости бирж в Нью-Йорке и Чикаго (CME Group). Общая стоимость торгующихся на двух биржах компаний составляет практически 6,1 трлн. долларов. По данному показателю, их общая стоимость займет третье место в мире.

Доходы объединенной группы (LSE и Deutsche Bourse Group) составят 4,7 млрд. евро или 3,5 млрд. фунтов, что больше, чем доходы каждой из десяти крупнейших мировых бирж: Intercontinental Exchange (4,2 млрд. евро, 3,1 млрд. фунтов), NASDAQ (3,1 млрд. евро, 2,2 млрд. фунтов), GME Group (Chicago) (3 млрд. евро, 2,2 млрд. фунтов), Deutsche Bourse Group (2,8 млрд. евро, 2 млрд. фунтов), LSE (2 млрд. евро, 1,4 млрд. фунтов), Hong Kong Exchanges and Clearing (1,6 млрд. евро, 1,1 млрд. фунтов), Australian Securities Exchanges (0,6 млрд. евро, 0,4 млрд. фунтов), Chicago Board Options Exchanges (0,6 млрд. евро, 0,4 млрд. фунтов), Singapore Exchanges (0,5 млрд. евро, 0,4 млрд. фунтов), Euronext (0,5 млрд. евро, 0,4 млрд. фунтов).

По количеству контрактов на мировом рынке - деривативов, объединенная группа выйдет на 2-ое место (2321), уступив лишь GME Groupe (3532), далее идут: Deutsche Bourse Group (2272), Intercontinental Exchange (1999), Chicago Board Options Exchanges (1174), NASDAQ (1046), Hong Kong Exchanges and Clearing (359), Australian Securities Exchanges (234), Singapore Exchanges (183), Euronext (136), LSE (49).

По объему торгов акциями, объединенная группа выходит на первое место в количестве 5245, что больше, чем объем торгов акциями других восьми крупнейших мировых бирж: Bats Exchanges (3771), Euronext (2120), LSE (1702), XETRA (1506), Turquoise (1094), Bolsas Y Mercados Espanoles (962), Borsa Italiana (944), NASDAQ (903).

Так же, объединенная группа выйдет на пятое место по листингованным компаниям, в количестве 3283, уступив лишь четырем крупнейшим мировым биржам: Bombay Stock Exchange (5860), Bolsas Y Mercados Espanoles (3651), TMX Groupe (Toronto) (3553), Japan Exchange Groupe (3509). Послеобъединенной группы находятся: NASDAQ (2843), LSE (2668), NYSE (2403), Australian Securities Exchanges (2080), Hong Kong Exchanges and Clearing (1873), Euronext (1067), Deutsche Bourse Group (615).

Бизнес бирж изменится для них в лучшую сторону. Аналитики Ситибанка Джонс Оуэн и Том Хели считают, что объединенная площадка сможет претендовать на долю в 35 % клиринга в Европе.

Так же, клиринг и торговля деривативами останутся основной статьей доходов объединенной биржи, заняв в ней менее 37%. Второй по значимости статьей доходов для бирж будет оказание информационных услуг (28%). На торговлю акциями, валютой, облигациями придется в структуре доходов 14%.

Большие выгоды сулит сделка участникам рынка. Слияние бирж позволит помочь своим клиентам сэкономить весьма значительные средства на сделках с производственными финансовыми инструментами. Так же, брокеры смогут сэкономить на клиринге: есть небольшая вероятность того, что на новую площадку откроется доступ другим клиринговым организациям, что может повысить конкуренцию между ними и увеличить число участников.

По совокупной стоимости торгующихся компаний, объединенная группа займет третье место, совокупная стоимость которой составляет 6,1 трлн. долларов. Объединенная группа уступает лишь двум крупным мировым биржам по совокупной стоимости: NYSE – Euronext (20 трлн. долларов), NASDAQ (7,5 трлн. долларов).

Исходя из всего выше сказанного, можно сказать, что объединенной группе сулит огромная выгода. Как и сказано ранее, объединенная группа вырвется на первую позицию среди мировых бирж по доходу, на первое место по торгам акциями компаний и на второе место по количеству контрактов на мировом рынке. Объединение бирж влечёт за собой увеличение ликвидности, а это приводит к приходу новых инвесторов, а новые инвесторы привлекают всё больше новых эмитентов, ищущих денег. Возможно объединение денежной и бумажной ликвидности бирж в рамках единой организационной структуры. Крупные биржи за счет своего «эффекта масштаба» могут снижать размер комиссии за одну сделку. Deutsche Boerse было объявлено, что поглощение Лондонской биржи выгодно за счет снижения издержек и более высокого дохода: Deutsche Boerse могла бы ежегодно экономить 100 млн. € (\$130,3 млн.). После перевода 2-х фондовых рынков на единую систему торгов появляется возможность работать с новыми видами ценных бумаг, благодаря чему через 3 года затраты снижаются на 75 млн. € (\$98 млн.). Наконец, Deutsche Boerse может запускать опционные контракты на британские акции, что в последующие 3 года принесло бы ей 25 млн. € (\$32,6 млн.) – основным рынком для таких контрактов сейчас служит лондонская срочная площадка LIFFE, принадлежащая панъевропейской бирже Euronext.

#### **Список литературы:**

1. Киян Т.В. Экономическая теория (экономика)/ Киян Т.В., Плотникова С.П. - Красноярск: 2017.- 352с.
2. Ключников О.И. Фондовые биржи: вводный курс.// О.И Ключников, И.К. Ключников, О.А. Молчанова – Москва: 2009. –362с.
3. Макаров О. Слияние двух бирж: к чему приведет объединение Deutsche Boerse и LSE / О.Макаров, А.Кошкаров. – <http://www.rbc.ru>: 2016.

### ***ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ***

***Валихматова Т.Н.***

*Научный руководитель: д.э.н., профессор Филимонова Н.Г.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Одной из сильных сторон рынка экологической продукции является рост спроса населения на экологическую продукцию. О зарубежном росте спроса свидетельствует, в первую очередь, ежегодные отчёты о состоянии рынка экологической продукции. В России это подтверждается развитием торговли органическими продуктами через интернет, появление специализированных магазинов, а также опросы населения [1].

Согласно анализам российских экспертов, емкость российского рынка сбыта экопродуктов оценивается не более чем в 1%. Основные сдерживающие факторы в производстве экологических продуктов, слабый спрос и нехватка средств для мероприятий по продвижению продукции. Такая ситуация обуславливает необходимость изучения причин низкого спроса на экологически ориентированные продукты и определения направления их увеличения [2].

Причины низкого спроса на экологическую продукцию:

1. Россия только начинает вводить систему производства и реализации экологически ориентированных продуктов питания. Основной акцент в производстве был сделан на полезности

потребляемых продуктов для здоровья населения, поэтому в розничной торговле стали предусмотрены отдельные полки для диетических продуктов.

2. Высокая стоимость органической продукции. Сравнивая органическое и обычное производство, зарубежные исследователи показывают, что урожайность, то есть сбор продукции с 1 га. площади при экологических технологиях хозяйствования ниже на 20%. Следовательно, цена на экологически чистую продукцию выше примерно на 20 -30%.

3. Спрос в большей степени начинает формироваться в крупных городах, в связи с их удаленностью от сельской местности, высокой плотностью населения, плохой экологической обстановкой и высокой платежеспособностью населения [3].

4. Большинство потребителей не концентрируются на экологичности продуктов, так как основные продукты в потребительской корзине (овощи, картофель, мясо и молоко) выращены самостоятельно на дачных и приусадебных участках, что подразумевает натуральность произведенных продуктов. В то же время относительная доля производства молока (около 50%) и мяса (около 30%) в ЛПХ в общем объеме произведенной продукции в сельском хозяйстве остается довольно высокой.

5. Низкая информированность населения об органических товарах и потребительская некомпетентность также препятствует формированию спроса. Проведенные исследования показали, что потребители больше доверяют таким источникам информации об экологии продуктов, как информация в экологическом сертификате и информация на упаковке.

Отсутствие единой экомаркировки и единых национальных стандартов для экопродукции также сдерживает спрос на эту категорию товаров. Экологический сертификат является своего рода пропуском на рынок экологических продуктов и служит официальным признанием экологического качества продукции предприятия со стороны целевого рынка. В ситуации, когда конкуренция на рынке переместилась с ценовой сферы на качество продукции, сертификация стала неотъемлемой частью эффективного функционирования на привлекательных по спросу рынках для экопродуктов.

Именно на сочетании таких компонентов, как сформированный уровень спроса и существующее государственное регулирование рынка в области стандартов, К. Гурау и А. Ранхольд, предлагают импортерам продуктов определить конкретную маркетинговую стратегию по типу сложившегося рынка (табл. 1).

Таблица 1. Стратегическое поведение экофирм по отношению к различным типам рынков

Тип рынка	Уровень спроса	Уровень регулирования экологических стандартов	Стратегическое поведение
Развитый экорынок	Высокий	Высокий	Оценка возможностей выйти на рынок с учетом емкости рынка и уровня конкуренции, при условии достижения необходимого уровня рентабельности.
Развивающийся экорынок	Высокий	Низкий	Высокий потенциал. Возможность выйти на целевой сегмент потребителей с использованием стратегии позиционирования как эколидера.
Слаборазвитый экорынок	Низкий	Низкий	Рынок не является доходным, но для его развития необходимо использовать маркетинговые мероприятия по формированию спроса.
Неблагоприятный экорынок	Низкий	Высокий	Абсолютно непривлекательный рынок. Высокий уровень регулирования окружающей среды представляет не прямые барьеры для выхода на рынок. Любые операции будут сопровождаться высокими затратами и незначительным доходом на вложенные инвестиции.

Исходя из данного подхода, российский рынок можно отнести к слаборазвитым рынкам, и для успешной работы необходимо использовать весь комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, что является очень дорогостоящей статьей для сельхозпроизводителей. В сложившейся ситуации импортеры органических продуктов в краткосрочной перспективе займут лидирующие позиции на рынке. Это подтверждается ситуацией в таких городах, как Москва и Санкт-Петербург, где появились первые магазины и рестораны с экологически ориентированной продукцией, но почти вся продукция является импортной [5].



Для повышения конкурентоспособности российских сельхозпроизводителей в долгосрочной перспективе необходимо разработать ряд направлений для формирования спроса. Например, в 2006 г. Министерство сельского хозяйства Польши официально анонсировало трехгодичную программу популяризации органического земледелия и органической продукции с бюджетом 4 млн долл. Средства будут потрачены на рекламу в СМИ, тренинги для фермеров, оплату услуг консультантов [4].

Опыт показывает, что комплексная маркетинговая деятельность, обычно является довольно дорогостоящая, как правило, доступная для крупных предприятий. Проблема расширения доступности и реализации комплексных маркетинговых мероприятий может быть решена (или в значительной степени, смягчена ее острота) путем кооперации предприятий. Поэтому основной акцент делается на развитие маркетинговых кооперативов в производстве и реализации экологически ориентированной продукции.

#### **Список литературы:**

- 1 Григорук В.В. Развитие органического сельского хозяйства в мире и Казахстане/ В.В. Григорук, Е.В. Климов. - Анкара.: Изд-во ФАО, 2016. С. 3-5.
- 2.Воронкова О.Ю. Организационно-экономический механизм перехода к экологически ориентированному производству крупных и малых предприятий агробизнеса / О.Ю. Воронкова // Современные проблемы науки и образования. 2014. – № 4
- 3.Егорова М. С., Фролова Т. А. Производство экологически безопасных товаров и услуг в России // Молодой ученый, 2015. №8. С. 381-384.
- 4.Перспективы России в органическом сельском хозяйстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sozrf.ru/perspektiva-k-2020/> (дата обращения 20.03.2017).
5. Gurau, C., Ranchhod, A. International green marketing / C. Gurau, A.Ranchhod. Retrieved from the World Wide Web: [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com), 2013.

### ***ВОПРОСЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ***

*Абашина С.А.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сабиржанова З.Т.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Красноярский край – один из крупнейших регионов Сибири с развитым сельским хозяйством и перерабатывающей промышленностью. В специализации краевого АПК имеет федеральное значение – зерновое производство; региональное значение – животноводство, птицеводство, производство картофеля и овощей, остальные подотрасли имеют внутрикраевое значение.

Агропромышленный комплекс занимает важнейшую социальную роль, обеспечивая большую часть занятости населения в сельскохозяйственных районах края. А также уровень продовольственной безопасности, производство сельскохозяйственной продукции, ее переработку и выпуск продуктов питания. Главной проблемой, на сегодняшний день, является снабжения населения продуктами питания собственного производства, а значит и развития сельского хозяйства. Современный воспроизводственный процесс в сельском хозяйстве края, и страны в целом сопровождается рядом проблем:

- моральный и физический износ техники и оборудования;
- отсталость инфраструктуры семеноводства и племенного животноводства;
- небольшая производительность труда в отрасли;
- дефицит собственных источников финансирования;
- низкий уровень заработной платы по сравнению с другими отраслями;
- снижение почвенного плодородия;
- технико-технологическое отставание отрасли сельского хозяйства
- низкий уровень доходности сельскохозяйственных товаропроизводителей для осуществления модернизации и перехода к инновационному развитию;
- низкий уровень глубокой промышленной переработки;
- несовершенство рыночной инфраструктуры;
- низкий уровень развития кооперации и интеграции;
- несовершенство системы подготовки кадров;
- медленные темпы социального развития сельских территорий;

- сокращение занятости сельских жителей при слабом развитии альтернативных видов деятельности [2].

Развитие АПК не может происходить без прямых вложений денежных средств, активизации и совершенствования инвестиционной деятельности. Инвестирование является важной частью для благополучного функционирования как отдельного предприятия, так и отрасли в целом.

Общий объем краевого финансирования в сельское хозяйство в 2017 году предусмотрен 5 млрд 241,2 млн рублей. Из них на прямую поддержку с.-х. товаропроизводителей края в 2017 году будет направлено 3 млрд 831,3 млн рублей, что на 10,4% превышает уровень 2016 года и на 22,5% больше, чем в 2015 году[1].

На данный момент действуют отраслевые программы такие как:

1. Развитие производства и переработки сельскохозяйственной продукции в Красноярском крае на 2017-2019 годы.

2. Устойчивое развитие сельских территорий с 2017 года.

3. Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия 2017-2019 годы.

4. Развитие мелиорации земель сельскохозяйственного назначения. На ее будет выделяться отдельное финансирование, в 2017 году планируется направить более 34 млн рублей.

Программы объединяют задачи такие как, целевые индикаторы и мероприятия федеральных государственных программ направленные на реализацию государственной политики в сфере агропромышленного комплекса Красноярского края и решение главных проблем развития отрасли. Они стремятся достигнуть две цели: первая - поднятие конкурентоспособности продукции сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности, производимой в крае, а также обеспечение продовольственной безопасности региона, вторая - развитие сельских территорий, рост занятости и уровня жизни сельского населения.

Основные принципы развития Агропромышленного комплекса Красноярского края:

- Приоритетность сельского хозяйства;
- Сохранение земельного фонда как природного объекта, основы жизни и деятельности людей, предусматриваются сохранение, защита и восстановление плодородного слоя земли;
- Развитие малых форм хозяйствования в АПК;
- Продвижение сельских территорий на основе комплексного подхода к формированию производственной и социальной сфер;
- Эффективная государственная поддержка аграрных организаций;
- Организованное и качественное развитие кооперативного движения;
- Создание и внедрение высокоэффективного механизма кредитования сельскохозяйственных товаропроизводителей, и правовое регулирование их деятельности;
- Рост политики предприятий АПК, в части ресурсосбережения, при котором уменьшается себестоимость сельскохозяйственной продукции, вследствие эффективного использования производственных мощностей предприятия;
- Совершенствование системы подготовки высококвалифицированных кадров для АПК края, и стимулирование их привлечения и закрепления для работы в социальной сфере и других секторах сельской экономики;
- Сохранение национальной истории, культуры, духовности, ментальности сельского населения.

Результаты реализации стратегии развития Агропромышленного комплекса Красноярского края:

1. Улучшение качества жизни сельского населения, увеличение занятости и доходов сельского населения;

2. Создание эффективного аграрного сектора, способного обеспечить потребности региона в основных видах сельскохозяйственного сырья и продовольствия;

3. Преобразование организаций агропромышленного комплекса в кредитоспособные и инвестиционно активные субъекты рыночной экономики, имеющие выход на краевую, внутри российский и мировой рынки.

В Красноярском крае действует определенная система государственной поддержки агропромышленного производства и инвестиционной деятельности. Благодаря законодательным актам, регулирующим инвестиционную политику края, действуют следующие меры для повышения инвестиционного климата:

– государственные гарантии Красноярского края;

- предоставление субсидий на возмещение части затрат по уплате процентных ставок по кредитам, полученным на реализацию инвестиционных проектов, а также лизинговых платежей за имущество;
- полученное от лизинговых компаний по договорам лизинга на реализацию инвестиционных проектов;
- предоставление бюджетных инвестиций;
- налоговые льготы по налогу на прибыль организаций;
- налоговые льготы по налогу на имущество организаций.

По федеральным программам красноярские фермеры смогут получить субсидии в сфере картофелеводства и овощеводства, мясного, молочного и племенного скотоводства. Выделяются бюджетные средства на компенсацию части затрат на строительство новых плодоовощных хранилищ, оптово-распределительных (логистических) центров в АПК, селекционно-генетических центров, строительство теплиц на закрытом грунте, животноводческих ферм молочного направления или тонко- и полутонкорунного овцеводства [3].

Депутаты Красноярского края обговорили готовящиеся изменения в закон о государственной поддержке субъектов агропромышленного комплекса. В настоящее время изменяются нормы и подходы на федеральном уровне. В 2017 году в крае насчитывается 75 направлений господдержки АПК. Финансирование АПК Красноярского края в 2017 году вырастет до 6,084 млрд рублей. К 2018 году министерство сельского хозяйства края надеется определить новые условия государственной поддержки [1].

По растениеводству с 2017 года предлагается изменить подходы несвязанной поддержки, то есть субсидия будет выдаваться на фактическую посевную площадь прошлого года. Это позволит возвысить ответственность руководителей хозяйств, которые берут государственную помощь. В целях поддержки и развития отрасли животноводства в целом и животноводческих предприятий проектом закона предлагается при разбивание средств определить приоритетом государственной поддержки субъектов агропромышленного комплекса края, занимающихся животноводством.

Большинство внимания будет уделяться малым формам хозяйствования. В преоритете остаются развитие фермерства, семейные хозяйства. Что касается устойчивого развития сельских территорий, то устанавливаются новые статьи, которые позволят гражданам старше 35 лет участвовать в муниципальных программах, направленных на улучшение жилищных условий на селе. Конечно, местные власти большое внимание уделяют молодым специалистам, вместе с тем есть немало заявок и от старших людей, планирующих переехать в сельскую местность. Все это позволит уравнивать условия участия в данных программах.[1]

В проекте закона увеличивается перечень получателей господдержки за счет тех, кто занимается несельскохозяйственными видами деятельности. Например, речь идет о промысловой охоте на дикого северного оленя и переработке его мяса. Из общего перечня 18 направлений государственной поддержки 13 были приостановлены или фактически не финансировались в 2016 году в связи с тем, что расходы по ним в законе о краевом бюджете не были предусмотрены, а 5 направлений приостанавливаются до 1 января 2018 года в целях оптимизации бюджетных расходов по инициативным мероприятиям. Внесение изменений даст возможность субъектам агропромышленного комплекса края, ранее получившим грант на развитие направления несельскохозяйственных видов деятельности, заявиться на иное направление в последующие годы. Это даст возможность развивать в сельской местности края разные виды деятельности, альтернативные сельскохозяйственным, что особенно актуально для депрессивных районов края, и в свою очередь приведет к созданию дополнительных рабочих мест в сельской местности.

#### **Список литературы:**

- 1.<http://www.mcx.ru/news/news/show/55283.htm>
- 2.Сабиржанова З.Т. Трудности инвестирования в АПК //Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития: мат-лыXIVмеждунар. науч.-практ. конф. Часть II. Наука: опыт, проблема, перспективы развития/ Краснояр. гос. аграр. Ун-т. – Красноярск, 2015. – С. 327–330.
- 3.Сабиржанова З.Т. Инвестиционная политика в АПК Красноярского края//Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития: мат-лыXIVмеждунар. науч.-практ. конф. Часть II. Наука: опыт, проблема, перспективы развития/ Краснояр. гос. аграр. Ун-т. – Красноярск, 2016. – С. 356–359.

## **ИННОВАЦИИ В ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ**

**Шмидт Н. А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Ермакова И. Н.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

От изучения инновационных технологий зависит эффективность производства в сельском хозяйстве. Чтобы удовлетворять спрос и составлять конкуренцию импортным товарам, нужно заниматься организацией модернизации и инновационным развитием. Для покупателя важны качество продукта, его питательные свойства, условия производства, хранения и транспортировки. Поэтому чтобы повышать конкурентоспособность Российской промышленности, нужно внедрять инновации на всех этапах реализации товара.

Одной из главных отраслей в агропромышленном комплексе России является хлебопекарная промышленность. Она включает более 1850 достаточно крупных хлебозаводов и около 6000 предприятий малой мощности, из-за чего ежегодная выработка составляет 22 миллиона тонн. Для развития необходимо внедрять новые инновационные технологии, которые позволят увеличить выработку хлебобулочных изделий с новыми вкусами и улучшенными свойствами, повысят качество и пользу для потребителя. Одной из важнейших задач предприятия является улучшения качества и минимизация брака продукции.[1]

Продуктовые инновации в пищевой промышленности состоят из разработки продукции особенных групп населения и детей; выпуска продуктов лечебно - профилактического назначения с учетом современных медико-биологических требований; создание экологически безопасных продуктов. Инновации технологического характера состоят из разработки ресурсосберегающего оборудования; оптимизации технологических процессов для уменьшения времени производственных работ; улучшения упаковки и транспортировки. Организационными инновациями принято считать инновации в новых методах ведения бизнеса, организации рабочих мест и организации в поисках новых связей. Маркетинговые инновации заключаются в поиске нового сегмента рынка, изучении новых методов продаж, исследовании новых рынков, изучения товара конкурентов и формирования новой политики цен.

В России не выпускаются автоматические технологические системы для высокой производственной выработки. Для выработки одной тонны хлебобулочной продукции 10 наименований в России заняты 6 – 8 человек, а на зарубежной технике заняты 3 человека, при том что у нас более высокий расход электроэнергии и топлива.

Главным источником финансирования в капитальные вложения являются амортизационные отчисления, которые составляют более 50%. Это говорит о материально - техническом истощении хлебопекарной промышленности.

Так же можно сказать о низком производственном потенциале машиностроения. Несмотря на то, что в России имеются такие предприятия, как ООО «АГРО-3», ОАО «Шебекинский машиностроительный завод», ЗАО НПП «Фирма Восход», импортная техника занимает 50% от приобретаемого оборудования.

На финансовое состояние отрицательно влияет высокий удельный вес хлебобулочных продуктов с низкой добавленной стоимостью и цены в большинстве регионов выставляются самовольно.[2]

Одним из основных направлений модернизации является экологическое улучшение производства, чему способствовала тенденция к здоровому образу жизни и питанию.

Модернизация в хлебопекарной промышленности должна иметь системный характер и включать в себя:

- увеличения выбора ассортимента;
- улучшения организации системы управления, которая включает в себя маркетинг, экономику, логистику;
- усовершенствование инвестиционного регулирования;
- повышение квалификации работников;
- улучшение экологической безопасности.

Методы по улучшению состояния хлебопекарной отрасли должны быть ориентированы на:

- на формирование норм расхода топлива, энергетических, сырьевых ресурсов;
- на оснащение отечественным оборудованием конкурентоспособные предприятия;
- на создание условий труда, которые помогут сохранять здоровье;

- на увеличение объемов производства продукции для детей и профилактического назначения.

В холдингах, финансово-промышленных группах, транснациональных корпорациях в большей степени происходит введение инноваций. Они имеют больше финансовых ресурсов, которые обеспечивают создание и внедрение новых научных идей. В России большое количество предприятий инновационную деятельность, целью которой является получение дополнительного дохода. Инновационная деятельность включает в себя:

- подготовку и переподготовку сотрудников;
- техническую модернизацию производства;
- научно-исследовательские и конструкторские работы
- проведение испытаний, стандартизации и сертификации новых технологий и оборудования;
- приобретение и передача прав на объекты интеллектуальной собственности.

Качество хлебобулочной продукции можно улучшать различными способами, использовать добавки и новые виды сырья, применять в рецептуре хлеба высокобелковые продукты или новые сахарозаменители; использовать функциональные добавки при переработке ржаной муки, которая имеет повышенную автолитическую активность, можно использовать муку новых помолов.

Так же можно рассказать и об инновационных разработках, которые можно применить при производстве хлебобулочных продуктов. Повысить биологическую и пищевую ценность кондитерских и хлебобулочных изделий можно вводить в рецептуру белковые концентраты из семян сои и гороха, высокобелковую люпиновую муку. Повысить качество хлеба можно с помощью введения пшеничной и люпиновой муки с добавлением в рецептуру сахара, жира и хлебопекарных улучшителей. Для укрепления структуры и свойств хлеба можно применять соевые концентраты. От попадания бактерий можно защитить хлеб с помощью добавления пропионовой кислоты.[3]

Одной из крупных компаний, занимающихся инновационными разработками сырья для хлебобулочного производства является ООО «РУСХЛЕБ». В их ассортимент входят: смеси с семенами подсолнечника, тыквы и льна для продукции с низким содержанием гликемического индекса; смеси для производства овсяной продукции новых сортов; смеси для мультизлакового хлеба; смеси для декорирования хлебобулочной продукции и. т. д. [4]

Так как одной из основных отраслей агропромышленного комплекса является пищевая промышленность, внедрение инноваций в эту область является необходимым. Это обеспечит переход к техническим прогрессивным процессам. При освоении инновационной деятельности будут решены многие проблемы производства пищевой продукции. Это обеспечит охрану продовольственной продукции и охрану окружающей среды. Оптимизирует переработку и хранение сельскохозяйственной продукции и повысит качество продуктов питания.

#### **Список литературы:**

1. Сборник рецептов и технологических инструкций по приготовлению хлебобулочных изделий.- Учебное пособие - М.: Пищепромиздат, 2010 - 267 с.
2. Вискребцев В. А. Правовые основы маркетинга в предпринимательской деятельности./ В. А. Вискребцев, В. Н. Иванов. Учебное пособие. - М.: Макцентр 2011.
3. Горощенко Л. И. Хлеб и хлебобулочные изделия./ Л.И. Горощенко. - Учебное пособие. -М.: 2010. - 200с.
4. <http://www.ruhleb.ru/>

### ***ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ***

***Корощенко М.А., Хандогина Д.С.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Ермакова И. Н.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В России в современных условиях важное значение приобретает задача обеспечения экономической безопасности (ЭБ). Система обеспечения ЭБ связана с решением правовых, политических и экономических задач.

Оценка уровня ЭБ с каждым днем набирает все большую актуальность и привлекает внимание значительного круга ученых. Российские предприятия и организации подвержены внутренним и внешним угрозам, что может привести к негативным последствиям для народного хозяйства, поэтому обеспечение экономической безопасности предприятия (ЭБП) является важным направлением в системе ЭБ России.

Между тем, существует проблема, связанная с определением подходов экономической безопасности предприятия. В настоящее время большинство научных исследований посвящено

проблемам общегосударственной экономической безопасности, несмотря на то, что вопросы экономической безопасности на микроуровне давно исследуются в экономике, но отдельное научное направление, рассматривающее проблемы экономической безопасности предприятий в комплексе, еще не сформировано.

Целью данной статьи является изучения разных подходов для определения и выявления проблем оценки уровня ЭБП

Ученые разработали множество подходов для определения уровня ЭБП. Каждый руководитель предприятия пытается достичь финансовой стабильности и обезопасить свой бизнес от большинства угроз, для этого необходимо знать, как оценить свое предприятие. У руководителя может появиться проблема в выборе подхода, так как в законодательства РФ есть закон « О безопасности», но нет акта об экономической безопасности предприятия, который смог бы облегчить экономическую оценку

Существует множество определений экономической безопасности предприятия, самые распространенные, по нашему мнению, является:

ЭБП - это система обеспечивающие конкретные преимущества предприятия по средствам эффективного использования ресурсов, на основе изучения всесторонней информации формулируемой в комплексной учетно-информационной системе. [6]

ЭБП - это состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и для обеспечения стабильного функционирования предприятия характеризующееся совокупностью качественных и количественных показателей, важнейших из которых является уровень ЭБ. [6]

ЭБ - это такое состояние экономики и институтов власти, при котором обеспечивается гарантированная защита национальных интересов. Социально направленное развитие страны, достаточно экономических и оборонный потенциал, неуязвимость и независимость экономических интересов государства по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам. [5]

Каждый ученый по-разному трактует, на чем основывается оценка экономической безопасности предприятия, поэтому в каждом определении существует свой подход, исходя из него, созданы показатели и коэффициенты для расчета ЭБП.

Самые популярные методы оценки, по нашему мнению, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Классификация подходов экономической безопасности предприятия.

№	Ученые	Подход	Сущность, характеристика
1	Б.Б. Леонтьев, Х.А. Мамаджанов и Г.Б. Клейнер, С.А. Чумарина, С.А. Бугаян, В. А. Кущева, М. В. Бгашева.	Кадровая безопасность [3]	Ключевым фактором успешного развития предприятия, по мнению большинства ученых, является грамотный и профессиональный менеджмент. Безопасность персонала или кадровая безопасность предприятия - это процесс предотвращения негативных воздействий на ЭБП за счет рисков и угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом.
2	И. А. Бланка, О. Н. Сорокина, И. Г. Яндулова.	Финансовая безопасность	Финансовая безопасность предприятия – это комплексное понятие, отражающее финансовое состояние, при котором предприятие способно стабильно развиваться, противостоять внешним и внутренним угрозам, возникновение которых может причинить финансовый ущерб, нежелательно изменить структуру капитала, или принудительно ликвидировать предприятие.
3	Довбня С.Б., Гичова Н.Ю.	Временной параметр [1]	Он позволяет осуществить расчеты в текущей, тактической и стратегической составляющей ЭБП. Текущую безопасность понимается как состояние отсутствия угроз, которые могут оказать неблагоприятное воздействие на функционирование предприятия в данный момент времени, уровень текущей безопасности предприятия определяется как интегральная оценка его платежеспособности (финансово-экономическое состояния). Тактической безопасностью объясняют состояние предприятия, характеризуют его способность достигать, при определенном производстве, эффективность использования ресурсов предприятия. Отсутствие симптомов кризиса – это основная характеристика тактической безопасности. При определении уровня тактической безопасности предлагают учитывать производственно-техническую, интеллектуально-кадровую и коммерческую составляющие. Общий уровень экономической безопасности ученые определяют как средневзвешенное значение показателей текущей, тактической и стратегической безопасности.

4	А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлов.	Финансовая безопасность, безопасность ресурсов, конкурентные преимущества, постоянное обновление технологий. [6]	Экономическую безопасность предприятия составляют: обеспеченность необходимыми средствами, их рациональное размещение и эффективное использование, финансовые взаимоотношения с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособность и финансовая устойчивость. Для того чтобы обеспечить самосохранение организации и ее устойчивое развитие, необходимо определить уровень экономической безопасности, и на его основе подобрать инструменты, позволяющие эффективно использовать имеющийся капитал и способствующие повышению качества управления, постоянному обновлению технологий и совершенствованию информационной базы.
---	---	--	---

Для каждого подхода используются свои показатели:

1. Кадровая безопасность:

- а) коэффициент кадровой безопасности;
- б) коэффициент риска. [2]

2. Финансовая безопасность:

- а) показатели ликвидности;
- б) показатели финансовой устойчивости;
- в) показатели эффективности деятельности;
- г) показатели деловой активности. [4]

3. Текущую безопасность:

- а) уровень экономической безопасности предприятия;
- б) коэффициенты значимости текущей, тактической и стратегической безопасности.

4. Финансовая безопасность, безопасность ресурсов, конкурентные преимущества, постоянное обновление технологий:

- а) показатель экономической действенности;
- б) показатель производительности;
- в) коэффициент автономии;
- г) коэффициент эффективности предпринимательства;
- д) коэффициент покрытия;
- е) коэффициент абсолютной ликвидности;
- ж) удельный вес мобильности средств.

Каждый подход имеет свои преимущества и недостатки, по нашему мнению, наиболее оптимальный подход предоставили А.Е. Суглобов., С.А. Хмелев., Е.А. Орлов, потому что их метод оценки ЭБП охватывает все ключевые факторы, которые значимо влияют на предприятия и организации. Минус остальных подходов заключается в том, что они рассматривают только отдельные факторы предприятия.

В завершении следует сказать, универсального показателя оценки эффективности деятельности не существует, ибо разные организации, отрасли экономики могут использовать разные критерии. На наш взгляд, эффективность можно определить с позиции удовлетворения определенных требований с точки зрения финансовых результатов, бизнес-процессов, потребительской эффективности, инновационной деятельности, что в совокупности позволит составить сбалансированную систему показателей, отражающую результаты предпринимательской деятельности предприятия и характеризующую уровень его экономической безопасности.

#### Список литературы:

1. Довбня С.Б., Гичова Н.Ю. Диагностика экономической безопасности предприятия как инструмент определения направлений его инновационного развития // Экономический вестник НГУ. — 2008. — №3. — С. 36-42.
2. Дорофеев К. Н., Гараева Е. В. Кадровая безопасность в системе экономической оценки деятельности фирмы // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 327-331.
3. Запорожцева Л.А., Агибалов А.В. Экономика и экономические науки // Социально-экономические явления и процессы. — 2014. — Т. 9, № 11. — С. 80-81.
4. Овечкина О.Н. Понятие и методика оценки финансовой безопасности предприятия // Финансы, денежное обращение и кредит. — 2013. — №3. — С. 89-91.
5. Богомолова В.А. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления. — 2009. — 2-е изд. — 295 с.
6. А.Е. Суглобов., С.А. Хмелев., Е.А. Орлов. Экономическая безопасность предприятия. — 2015. — 271 с.

## **КРУПНЫЕ КОРПОРАЦИИ И ИХ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ**

**Великанова М.В., Кравченко Д.С.**

*Научный руководитель: доцент Киян Т.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

В большинстве развитых стран мира корпоративному бизнесу принадлежит ведущее место в экономике. Как правило, на него приходится более 50% ВВП. Корпорации доминируют во многих отраслях машиностроения, в химической и добывающей промышленности, в металлургии, в топливно-энергетическом комплексе. Увеличивается концентрация производства и в отраслях сферы услуг, таких как высшее профессиональное образование, медицина, финансовые и информационные услуги, производство программного обеспечения, транспорт и торговля.

В настоящее время крупные корпорации - это особый экономический институт, который обладает властью, распространяющейся не только на других экономических агентов, но и затрагивающей практически все стороны жизни общества: политику, культуру, социальные процессы. На фоне постоянно ускоряющегося процесса глобализации в мировой экономике влияние корпораций ощущается все сильнее, складывается особый корпоративный сектор, объединяющий корпорации различных размеров и видов деятельности. Каждая корпоративная структура в процессе своего развития стремится реализовать собственные интересы посредством концентрации людских и финансовых ресурсов, политического и экономического воздействия. Целью конкурентной борьбы крупнейших корпораций на сегодняшний день является не обладание максимальной рыночной властью в отдельных отраслях экономики, а получение максимальной власти во всех отраслях деятельности корпорации, в которых у нее есть активы, то есть экономической власти.

Реализация экономической власти корпорации осуществляется на нескольких уровнях: сама корпорация – это система соподчиненных отношений, складывающихся между акционерами, между управленцами и трудовым коллективом, обладающих разной степенью экономического и правового равенства.

Экономическая власть корпорации на рынке дает ей возможность господствовать на рынке, поглощать мелкие, а иногда и средние фирмы, приспосабливаться к любой меняющейся рыночной конъюнктуре, использовать свои колоссальные информационные источники. Концентрация ресурсов и финансов помогают крупным корпорациям достичь желаемых результатов деятельности, увеличить прибыли.

К особо опасным процессам в настоящее время можно отнести слияние власти и бизнеса в законодательных органах, где принимаются законы. Практика подтверждает, что крупные корпоративные структуры добиваются принятия таких законов, которые выгодны только им, хотя и приносят вред экономике страны. Общество настойчиво требует отделения власти от бизнеса и развития процессов демократизации.

Экономическая власть крупного бизнеса увеличивается и вследствие растущей власти ТНК, которые в настоящее время превратились из субъектов международной политики в ее объекты. ТНК активно участвуют во всех глобальных процессах, происходящих в мировой экономике, наравне с промышленно развитыми странами они достаточно "агрессивно" ведут себя в политике, в финансовой и информационной, научно-технической, военной и технологической, экологической и других сферах. Крупные корпорации также проводят собственную дипломатическую деятельность, разработали собственную офисную идеологию, финансируют корпоративные военные формирования.

Таким образом, корпоративные структуры превращаются из эффективных экономических образований и конкурентоспособных производителей в угрозу экономической безопасности стран. Для того, чтобы препятствовать этим негативным процессам необходима разработка стратегии партнерских отношений между государством и корпорациями, сбалансированности распределения государственной и корпоративной власти.

### **Список литературы:**

1. Нефедкин В. Экономическая власть крупных корпораций и развитие регионов //Вопросы экономики. 2013. №3. С.99-114.
2. Перегудов С.П. Крупная российская корпорация в системе власти.— URL: // <http://coolreferat.com/>



## **МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

**Гребенникова А.**

*Научный руководитель: доцент Киян Т.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Для ускоренного выхода экономики России из кризиса становление и развитие малых предприятий является важным фактором повышения ее гибкости. Общеизвестным считается положение о том, как развивается малый бизнес в стране, можно судить о способности экономики приспосабливаться к быстроизменяющейся рыночной ситуации. В последние десятилетия малый бизнес превратился во многих странах в один из важных секторов экономики.

На сегодняшний день к малому предприятию в России относится коммерческая организация в любой сфере деятельности, соответствующая критериям ФЗ от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Одним из основных нововведений, которые установлены в этом ФЗ, является новый подход к критериям выделения субъектов малого и среднего предпринимательства: средняя численность сотрудников предприятия, независимо от вида деятельности, и предельные значения выручки от реализации или балансовой стоимости активов предприятия. Малые предприятия в России – это коммерческие организации с количеством сотрудников от 16 до 100 человек, юридические лица и индивидуальные предприниматели. Предприятия с количеством работающих до 15 человек относятся к микропредприятиям, от 101 до 250 человек относятся к среднему бизнесу.

В Постановлении Правительства РФ от 9 февраля 2013 г. № 101 были определены предельные значения выручки от реализации товаров за предшествующий год для микропредприятий в размере 120 млн. руб., для малых – 800 млн. руб. и для средних – 2 млрд. руб. Использование этих двух критериев помогает точнее определить те предприятия, которые можно отнести к малому бизнесу или нет. Так, например, существуют некоторые компании с оборотом в несколько миллионов рублей в день, а в штате могут находиться всего 2-3 человека. Это биржевые трейдерские компании по торговле акциями, ценными бумагами и т.д.

В 2013 году среднесписочная численность занятых в малом бизнесе в экономике России выросла на 8,7%, а удельный вес работающих на малых предприятиях составил 13,6% в среднем по стране. Самый большой рост занятости в малом бизнесе наблюдается в Уральском и Центральном федеральных округах. Падение занятости отмечено в Дальневосточном федеральном округе.

Обороты малого бизнеса в среднем по России в 2015 году выросли на 22%, с учетом индекса потребительских цен этот рост составил только 17%. В период с 2013 по 2015 год число малых предприятий уменьшилось на 46 тыс. ед. (2,23%), мелкий бизнес неохотно открывает предприятия в реальном секторе экономики, в сельском хозяйстве, что является серьезной проблемой экономики России. Большое количество малых предприятий на протяжении последних десяти лет возникает и активно функционирует в оптово-розничной торговле (35–49%) вследствие применения простых методов сокрытия валовой выручки и роста прибыльности фирм.

Проблемы развития малого бизнеса в России связаны с рядом причин:

- сложности в организации малого предприятия, связанные с юридическим оформлением и регистрацией, открытием счета в банке;
- материально-технические проблемы, связанные с недостатком производственных помещений и оборудования, низкой квалификацией персонала;
- денежные проблемы и проблемы капитализации сбережений индивидуальной ликвидности: сложности в легализации капитала при регистрации предприятия, проблема накопления начального капитала, установление связей с поставщиками;
- кредитная необеспеченность. Высокие риски и неустойчивость на рынке, делают мелкий бизнес слабо привлекательным для банков. Кредитная необеспеченность принуждает мелких предпринимателей уходить в тень или оформлять низкую рентабельность для прикрытия теневого бизнеса.
- нестабильная экономическая обстановка: инфляция, разрыв хозяйственных связей, ухудшение платежной дисциплины, высокий уровень процентных ставок, слабая правовая защищенность предпринимателей - все это не стимулирует развитие мелкого бизнеса в России.
- невысокий уровень организационно-экономических и правовых знаний и умений предпринимателей, незнание деловой этики, хозяйственной культуры, негативное отношение части населения, связывающей мелкий бизнес только с посредничеством, куплей-продажей.

- неразвитость организационных и правовых основ регулирования предпринимательства на региональном уровне.
- слабость действия механизма государственной поддержки малого предпринимательства на федеральном и региональном уровнях.

Низкий уровень развитие малого бизнеса в России во многом связано с неразвитостью механизмов его государственной поддержки. Во многих развитых странах существует развитая система государственной поддержки малого предпринимательства.

Многие характерные особенности малого бизнеса в России непосредственно связаны с основными проблемами, препятствующими развитию нормальных рыночных отношений и частного предпринимательства в целом.

По данным исследования института стратегического анализа, около 75% малым предприятиям требуется финансовая поддержка со стороны федеральных, региональных, местных органов, около 83% нуждаются в предоставлении налоговых льгот, и около 57% – в получении льготных кредитов для осуществления конкретных проектов.

В 2017 году в России действуют различные программы государственной поддержки малого бизнеса (малого предпринимательства). Поддержка может предоставляться в форме:

- денежных субсидий;
- обучения (на безвозмездной основе, либо с частичным, обычно символическим, покрытием расходов);
- стажировок;
- льготного лизинга;
- бизнес-инкубаторов (например, возможность снять хороший офис за небольшую плату);
- льготного/бесплатного аутсорсинга (внешнее бухгалтерское и/или юридическое обслуживание);
- льготного/бесплатного участия в выставках и ярмарках;
- грантовой поддержки.

В Красноярском крае поддержка малого и среднего бизнеса идет по трем основным направлениям: через развитие центров поддержки малого предпринимательства; через КРИТБИ (Красноярский Региональный Инновационно -Технологический Бизнес-Инкубатор); через агентство инвестиционного развития. Эти институты предоставляют полный набор услуг для начинающих и уже состоявшихся предпринимателей – дают консультации о том, как оформить бумаги, составить или улучшить бизнес-план и найти инвесторов, подать заявку для участия в федеральных программах поддержки и развития малого и среднего бизнеса на территории края. Программы рассчитаны на поддержку предпринимательских проектов на сумму более чем 340 миллионов рублей.

#### **Список литературы:**

1. Старт бизнес с пустым карманом. — URL: // <http://ip-nalog.ru/gospodderzhka.html>

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ**

*Дурасова А.Д., Степанова Э.И.*

*Научный руководитель: доцент Киян Т.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Проблема энергетической безопасности становится в последнее время все более актуальной. Об этом свидетельствует пересмотр энергетической стратегии развития США, Евросоюза, Японии и ряда других стран. Вопрос энергетической безопасности остро стоит и в России. Такое внимание вполне обосновано, так как энергетика является одной из основных отраслей в экономике любой страны, от состояния и развития которой зависит производительность всего хозяйственного механизма. В Российской Федерации топливно-энергетический комплекс не только обеспечивает потребности страны в топливе и энергии, но и является одним из главных источников наполнения государственного бюджета. В данный момент инерционный потенциал развития топливно-энергетического комплекса исчерпал свои возможности. Это связано с качественным ухудшением сырьевой базы, рядом технологических и финансовых ограничений в отрасли. В связи с этим для российской экономики, во многом зависящей от энергетического фактора, энергетическая безопасность становится условием обеспечения экономической и национальной безопасности.

Под энергетической безопасностью понимается защищенность государства и его экономики от возникновения дефицита в обеспечении потребностей в энергии экономически доступными энергоресурсами необходимого качества. Недостаточность обеспечения экономики доступной и дешевой энергией приводит к ухудшению экономической или политической стабильности в стране, к замедлению или полному прекращению экономического роста.

На практике энергетическая безопасность достигается путем роста предложения топливно-энергетических ресурсов, и умеренностью спроса, обеспечиваемой эффективной системой энергопотребления. По предварительным прогнозам Мирового энергетического агентства, к 2030 году мировое потребление первичных энергоресурсов возрастет до 25 млрд. тонн.

Важнейшие стратегические угрозы энергетической безопасности России включают в себя:

- отставание прироста разведанных запасов углеводородов от объемов их добычи;
- ориентация на экспорт углеводородов, вследствие низкого внутреннего потребления и неразвитости реального сектора экономики;
- недостаточный уровень инвестиций и требующие увеличения темпы обновления оборудования в отраслях топливно-энергетического комплекса. Обеспеченность народного хозяйства энергоресурсами зависит от технического состояния основных производственных фондов ТЭКа. Во всех отраслях энергетики неуклонно растет доля оборудования, выработавшего свой ресурс. Это приводит к росту себестоимости и энергоемкости производства топливно-энергетических ресурсов;
- высокая энергоемкость ВВП России, которая обусловлена использованием энергозатратных технологий и оборудования, большими потерями при транспортировке и хранении, нерациональной структурой экономики;
- искаженное ценообразование на рынке топливно-энергетических ресурсов. В России ценообразование на энергоресурсы в основном свободное, государственное регулирование минимально: государство регулирует внутренние цены на нефть, отпускаемую Газпромом, и тарифы на электроэнергию, устанавливаемые региональными органами власти. В результате неразвитости отечественного рынка внутренние цены на топливно-энергетические ресурсы в России выше, чем цены за рубежом.

Для обеспечения более эффективного обеспечения энергетической безопасности необходимо переход от энергосырьевого сценария развития экономики к инновационному, в котором энергетический сектор должен играть обеспечивающую роль:

– поставлять сырье новым направлениям развития, основанным на прогрессивных технологиях в промышленности, транспорте, сфере услуг, сельском хозяйстве. Для этого необходимо снижение экспорта топливно-энергетических ресурсов, увеличение внутреннего спроса на топливно-энергетические ресурсы в больших масштабах; производство товаров конечного потребления с высокой добавленной стоимостью.

- использовать возобновляемые источники энергии, которые становятся одним из приоритетных механизмов. Объем технически доступных ресурсов возобновляемых источников энергии в Российской Федерации составляет не менее 24 млрд. тонн условного топлива. Необходимо также создавать и внедрять технологии, помогающие использовать данный резерв.

- вводить ценовое регулирование на топливно-энергетические ресурсы и электроэнергию. Современная экономика не способна эффективно развиваться при высокой стоимости энергии. Российская экономика, характеризующаяся низким внутренним спросом на топливно-энергетические ресурсы, в результате дальнейшего развития экономического кризиса будет неуклонно сокращаться. Необходимо вводить федеральное ценовое регулирование для расширения внутреннего спроса на энергоресурсы.

Предложенные мероприятия должны способствовать увеличению уровня обеспечения энергетической безопасности России, благоприятно сказаться на росте конкурентоспособности страны и достижении интенсивного экономического роста.

#### **Список литературы:**

1. Обеспечение энергетической безопасности России. - URL:<http://www.dkvadrat.ru/dk/info/16759.html>
2. Плужник М.В., Сапрыкина М.А. Энергетическая безопасность и угрозы ее обеспечения в современной экономике России // Российское предпринимательство. — 2013. — № 16 (238). — с. 41-50. — URL: <http://bgscience.ru/lib/8227/>

## БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НЕЙ

*Зверева А.А.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сабиржанова З.Т.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Тема безработицы волнует государство и население страны с давних времен и, пожалуй, будет волновать еще очень долгое время. Она представляет собой большую макроэкономическую проблему, которая оказывает воздействие на каждого из нас. Потеря работы, экономические кризисы, устаревание каких-либо профессий- это то, от чего не застрахован любой человек. Именно поэтому проблема безработицы в России и направления повышения занятости в экономике всегда актуальны и своевременны.

Безработица в России в течении последних лет имела тенденцию к снижению. Максимальный уровень безработицы наблюдался в декабре 2009 года- 8,3 %, но начиная с этого периода уровень безработицы начал падать. Минимальный уровень безработицы отмечился в декабре 2014 г., он составлял 5,2% [1].

Анализ данных Росстата на конец 2016 года представлен следующими показателями, характеризующих уровень безработицы в России:

- Безработных: 4,1 млн. человек или 5,4 %
- Работающих: 72,6 млн. человек или 94,6%
- Экономическое активное население: 76,7 млн. человек или 52% от общей численности населения страны

Динамика и структура уровня занятости населения по месяцам за 2016 г. и начало 2017г. в стране приведена в таблице.

Таблица. Динамика уровня занятости населения в возрасте 15-72 лет

	Уровень занятости					Удельный вес женщин
	всего	мужчины	женщины	город	село	в численности занятого населения
<b>2016г.</b>						
Январь	64,7	70,6	59,5	66,6	59,1	48,6
Февраль	64,9	70,5	59,9	66,7	59,3	48,7
Март	64,9	70,5	59,9	66,7	59,6	48,8
Апрель	65,1	70,8	60,0	67,0	59,5	48,7
Май	65,5	71,3	60,4	67,2	60,5	48,7
Июнь	65,9	72,0	60,5	67,2	62,0	48,5
Июль	66,4	72,7	60,7	68,0	61,5	48,4
Август	66,6	72,5	61,4	68,1	62,2	48,7
Сентябрь	66,3	72,1	61,2	68,0	61,3	48,8
Октябрь	65,8	71,9	60,4	67,3	61,4	48,5
Ноябрь	65,9	72,0	60,4	67,4	61,2	48,5
Декабрь	66,0	72,0	60,7	67,7	60,8	48,6
<b>2017г.</b>						
Январь	65,0	70,9	59,8	67,3	58,0	48,6

Анализ данных таблицы показывает, что если сравнивать январь 2017 г. по сравнению с тем же периодом 2016 г., то уровень занятости увеличился на 0,3%. Уровень занятости среди женщин ниже, чем среди мужчин на 11,1% и эта ситуация в среднем сохраняется в течении рассматриваемого периода. Занятость в сельской местности ниже, чем в городах. За анализируемый период этот разрыв увеличился с 7,5 до 9,3%, что свидетельствует об ухудшении ситуации на селе.

Самыми распространёнными причинами безработицы в России являются: экономический кризис, демографический спад, низкие темпы роста экономики, низкая производительность труда, невысокий спрос на рынке занятости и различные социальные причины. Причин много, при этом они носят характер не только политический и экономический, но и социальный.

Циклическая и структурная безработица- это то, что характерно в первую очередь для 2017 года. Связано это со структурными изменениями в экономике, на что также накладывают особенности еще действующие двухсторонние санкции. Из положительных моментов в 2017 г.

можно отметить тот факт, что экономика направлена на создание новых рабочих мест, через открытие заводов и производств. В России огромная сырьевая база, но по части переработки и выпуска новой продукции наблюдается дефицит.

Ещё одна особенность наблюдается в России по данной проблеме. Заключается она в сильной дифференциации уровня безработицы по различным регионам страны. На начало года, к примеру, уровень безработицы составил для Ингушетии практически 29%, вторыми по уровню безработицы являются Севастополь, Забайкальский край, Кавказские республики (примерно 10%). Однако безработица не характерна для центральных регионов России. Москва и Санкт-Петербург имеют самый низкий уровень безработицы - меньше 3% [1].

Также по данным Росстата в России в 2016 году вырос процент граждан, которые ищут дополнительную работу, значит вырос уровень недовольства заработной платой. Труднее всего найти работу экономистам, юристам и врачам. В то же время не хватает технологов, инженеров и простых рабочих.

Безработица в Красноярском крае может носить скрытый характер. На некоторых предприятиях люди лишь числятся на своем рабочем месте, но не получают достойную зарплату, подрабатывают на различных предприятиях. К тому же, многие жители Красноярска предпочитают самостоятельно искать работу, а не обращаться в различные организации, которые оказывают помощь поискам работы [3].

В январе-феврале 2017 года за содействие в поиске подходящей работы в «Центр занятости населения города Красноярска» обратились 3,3 тыс. человек, в том числе 3000 человек - граждане, не занятые трудовой деятельностью; признаны безработными 1,6 тыс. человек; за помощью в подборе работников обратились 1 тыс. работодателей, заявив сведения о наличии 17,8 тыс. вакансий. При этом порядка 63% приходилось на профессии рабочих. Самыми востребованными специальностями являются медсестры, продавцы и монтажники [2].

Одним из методов борьбы с безработицей является и увеличение малого бизнеса. В России создать свое дело достаточно сложно, нужен как минимум стартовый капитал. В настоящее время существует поддержка со стороны государства в этом направлении.

Для снижения структурной безработицы, создаются программы профессионального переобучения и переквалификации. Эти программы реализует служба занятости населения. Также для борьбы с безработицей государство уменьшает сумму выплат пособий и ограничивает срок течением времени.

Но так как это достаточно кропотливый процесс, результаты мы увидим не в 2017 г. Поэтому правительство России дает прогноз, что в следующем году уровень безработицы повыситься до 6,4%. В частности, пострадают такие сферы, как туризм, строительство, отрасль услуг. Среди причин эксперты отмечают уменьшение спроса на многие товары, снижение экспорта в большинство стран, сокращение производства.

Еще одной из проблем является безработица в сельской местности. Улучшение качественного состава существующих кадров агропромышленного комплекса связано с усовершенствованием системы подготовки специалистов, а также закреплением молодых специалистов на селе. Чтобы повысить престижность сельскохозяйственного труда, в первую очередь, необходимо значительно улучшить условия труда, повысить условия механизации, создать благоприятные режимы труда и отдыха.

Необходимо предпринимать больше усилий по поддержки доходов населения в сельской местности. Одной из таких мер могло бы стать возрождение сельхозкооперации и максимальное облегчение доступа крестьян на городские рынки [3].

Безработица сложная социально-экономическое явление и она будет постоянным спутником рыночной экономики, какие бы меры государство не принимало, совсем от безработицы избавиться невозможно, идеальное решение - свести ее к «естественному уровню». На данном этапе уровень безработицы в России высок, но не критичен. Поэтому задачей государство будет стараться уменьшить этот показатель или хотя бы поддерживать его на том же уровне.

#### **Список литературы:**

1. Интернет ресурс: <http://www.gks.ru/>
2. Интернет ресурс: <http://www.krasczn.ru/labour-market>
3. Сабиржанова З.Т. Социально-экономические последствия безработицы // Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития: мат-лы XIV междунар. науч.-практ. конф. Часть II. Наука: опыт, проблема, перспективы развития/ Краснояр. гос. аграр. Ун-т. – Красноярск, 2015. – С. 324–327.

## **ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ СООТНОШЕНИЯ НАЛОГА, СБОРА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОШЛИНЫ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ**

**Кучина Е.А.**

*Научный руководитель :ст. преподаватель Фастович Г. Г.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В соответствии со ст. 8 Налогового кодекса Российской Федерации ( далее НК РФ) под налогом понимается обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с юридических лиц и граждан в форме выплат для более эффективной деятельности государства..

Под сбором понимается обязательный взнос граждан и юридических лиц, взимаемый для оплаты какой либо нужной им услуги. (п.2 ст.8 НК РФ).

Государственная пошлина - сбор, взимаемый с лиц, при их обращении в государственные органы, органы местного самоуправления, иные органы и к должностным лицам, которые уполномочены в соответствии с законодательными актами Российской Федерации, законодательными актами субъектов Российской Федерации и нормативными правовыми актами органов местного самоуправления, за совершением в отношении этих лиц юридически значимых действий, предусмотренных настоящей главой, за исключением действий, совершаемых консульскими учреждениями Российской Федерации (п.1 ст. 333.16 НК РФ).

Проанализировав предложенные законодателем определения каждого из платежей, очевидно отграничение налога от иных в том, что, в отличие от пошлины и сбора, которые взимаются в индивидуальном порядке за определённые услуги, а их размер устанавливается в соответствии с определённой услугой, налог является индивидуальным обязательным безвозмездным платежом и его размер четко прописывает законодатель.

Отличительным признаком исследуемых платежей является также то, что налог в своей цели преследует пополнение казны государства для обеспечения его расходной части, а у пошлины и сбора все иначе: они взимаются для обеспечения какой-либо конкретной отрасли либо органа.

Наряду с этим, существуют так же схожие признаки :

- 1) обязательное предоставление оплаты;
- 2) пополнение государственной казны;
- 3) может принудительно взиматься;
- 4) контроль осуществляется специализированными органами;

Налоги можно разделить по видам на прямые и косвенные.

Прямые налоги - налоги, взимаемые непосредственно с доходов и имущества налогоплательщика. К таким налогам относятся налог на доходы физических лиц, единый социальный налог, налог на прибыль, на имущество. Иначе говоря, это тот налог, который мы идем и уплачиваем сами. Под косвенным налогом понимают налог, который включен в стоимость товара. Сюда относятся акцизы, налоги на добавленную стоимость.

В ст.12 НК РФ законодатель дает понятие федеральных, региональных и местных налогов.

Федеральные налоги - это те налоги, которые устанавливаются Налоговым кодексом и их уплата обязательна на территории всего государства. Региональные налоги устанавливаются тем же законом что и федеральные, а так же законом субъекта. Установление местных налогов так же входит в компетенцию федеральных органов и органов местного самоуправления.

Учитывая роль налогов, сборов, пошлины в формировании бюджетов разных уровней, законодатель предусмотрел ответственность за неуплату либо за несвоевременную уплату налога, сбора и пошлины. Виды налоговых правонарушений и ответственность за них прописана в главе 16 Налогового кодекса РФ.

Так, неуплата налога влечет несколько видов ответственности. Административную в виде штрафа (15 главу Кодекса об административных правонарушениях (далее КоАП)), а в некоторых и уголовную . наказание назначается по размеру неуплаченного .

В соответствии с ст.20 Федерального закона от 21.07.1997 N 122-ФЗ "О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним" (ред. 01.09.2016) неплательщику сбора и пошлины грозит риском не оказания определенных услуг. Невыплата определенной суммы пошлины случается только умышленно, а вот налог может не платиться непреднамеренно, в связи с ошибками в работе банковских и бухгалтерских секторов.

Для небольшого сравнения хотелось бы еще рассмотреть соотношений наших понятий в законодательстве других стран. Для примера возьмем Федеративную Республику Германию.

Опираясь на Основной закон ФРГ можно сказать что налог для Германии это текущий базовый платеж. Он нужен, скорее, для мобилизации финансовых ресурсов. Плюсы налоговой системы ФРГ заключены в том, что налогом облагается не то как трудятся граждане страны, а то сколько они зарабатывают, и казна пополняется не за счет граждан, а за счет тех кто имеет собственность. Как мне кажется, это очень положительно

Для граждан Германии. Целью налога служит попытка получения нужных государству налогов не путем обременения граждан и их принуждения к выплате, хотя в частности его выплата все же является обязательной и без этого не обойтись.. Что касается пошлины то она считается косвенным налогом . Эта своеобразная выплата при ввозе или вывозе товара за границу. Таможенные пошлины принято делить на три группы. В первую входят для товаров из благоприятных стран. Для второй группы характерны товары из более развитых стран. И наконец в треть группу входят товары из свободно присоединившихся стран. Говоря немного проще пошлина платится лишь за индивидуальное пользование услугами либо учреждениями, а вот сбор уже взимается за предоставление услуг какой либо организацией , которая выражает интересы населения. Это договорной обмен обязательствами.

Проанализировав существующее законодательство четко прослеживается их сходство и различие, но не смотря на это, каждый из перечисленных платежей, действующих как в российском, так и в зарубежном государствах, носит обязательный характер и направлен на увеличение дохода государства, пополняет бюджет. Их роль очень высока и они носят обязательный характер уплаты для четкого и сбалансированного бюджета страны.

	Налог	Сбор	Пошлина
Целевое назначение	Указано	Не указано	Не указано
Периодичность внесения	Да	Нет	Нет
Индивидуальная возмездность	Нет	Да	Да
Устанавливается уровнем власти	Федеральный, региональный, местный	Федеральный, региональный, местный	Только федеральный

#### Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с изм. и доп. от 21.07.2014) /Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ (ред.от 21.07.2014 N 11-ФКЗ,) / Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая от 05. 08. 2000 года N 117-ФЗ (ред. от 02.11.2004 N 127-ФКЗ , ) / Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
4. Федерального закона от 21.07.1997 N 122-ФЗ "О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним" (ред. 01.09.2016) ст.20// Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
5. Базедов П., Шахиджанян Р.Г. Справочник. Налоговая система Германии. Декларация налогоплательщика. - М.: Полиглотсум, 2005г
6. Основной закон Федеративной Республики Германии от 23 мая 1949 г
7. Иосиф Мазур « Основные налоги в ФРГ. Бухгалтерский учет налога с оборота» Берлин 2009г
8. Иванова, Н.Г.; Вайс, Е.А.; Кацюба, И.А. Налоги и налогообложение. Схемы и таблицы; СПб: Питер, 2010 г.
9. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б."Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. "(ИНФРА-М, 2011)

## ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ РФ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

*Ануфриева В.В.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Смирнов М.П.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Государственный долг в современном мире присущ абсолютно для всех стран. Использование государственного кредита объясняется необходимостью устранить противоречие между неуклонно возрастающими потребностями государства в финансовых ресурсах и ограниченными возможностями получения доходов, формирующих государственный бюджет. Поэтому государство прибегает к заимствованию денежных средств как у собственного населения и различных организаций, так и у иностранных государств.

В настоящее время в России можно наблюдать активно увеличивающийся внутренний долг при относительной стабильности внешнего долга. Такое изменение соответствует долговой политике Правительства РФ. Рассмотрим более подробно состав и структуру государственного внешнего и внутреннего долга РФ.

Внешний долг представляет собой долг иностранным государствам, организациям, лицам. Для страны он является очень затруднительным, поскольку необходимо отдавать ценное сырье, товары, оказывать определенные услуги, чтобы оплатить проценты и погасить долг. Если платежи по внешнему долгу составляют 20-30% поступлений от внешнеэкономической деятельности, то страна попадает в разряд должников и привлечение новых займов для этой страны будет весьма затруднительно.

Чем больше сумма государственного внешнего долга, тем обременительнее его воздействие на национальную экономику, финансовую сферу и на дальнейшее экономическое развитие страны. Рассматривая влияние государственного внешнего долга на экономику страны, необходимо учитывать, что чрезмерный рост государственного внешнего долга является опасным для государственного бюджета, международной кредитоспособности страны.

В структуре государственного внешнего долга РФ (таблица 1) наибольший удельный вес занимает рыночный долг, его доля составляет свыше 70%. Он представлен еврооблигациями, срок гашения которых варьируется с 2017 по 2043 год. Пик гашения приходится на 2030 год – необходимо выплатить 35% (12,6 млрд. долл. США) от суммы всех еврооблигаций.

Доля нерыночного долга сократилась с 24,9% до 5,6%, а доля долга по государственным гарантиям в иностранной валюте увеличилась с 1,3% в 2009 году до 22,2% в 2015 году. В 2013 году произошел существенный рост государственных гарантий в структуре внешнего долга.

Таблица 1– Динамика государственного внешнего долга РФ, млрд. долл. США

Долг на 1 января	2012	2013	2014	2015	2016
Внешний долг, всего	35,8	50,77	55,79	54,35	50,0
Задолженность кредиторам Парижского клуба	0,5	0,33	0,15	0,05	-
Задолженность кредиторам – не членам Парижского клуба	1,5	1,1	1,03	0,89	0,8
Коммерческая задолженность	0,05	0,022	0,02	0,02	-
Задолженность перед международными финансовыми организациями	2,5	2,03	1,56	1,17	1,0
Еврооблигации	29,2	34,9	40,67	39,27	35,9
Задолженность бывшим странам СЭВ	1,0	0,99	0,95	0,87	0,4
Облигации внутреннего государственного валютного займа	0,02	0,006	0,005	0,005	-
Предоставление гарантий РФ в иностранной валюте	1,03	11,4	11,4	12,08	11,9



Внешний долг России перед другими странами постепенно уменьшается. Такое сокращение можно назвать самым стремительным за всю историю нынешней России.

В 2017 году ожидается, что внешний долг РФ снизится еще на 50 миллиардов, что немного меньше чем в прошлом 2016 году.

Далее разберем внутренний долг государства. Внутренний долг государства — это долг своему населению, т.е. долговые обязательства правительственных органов перед юридическими и физическими лицами.

Он связан с выпуском и размещением государственных ценных бумаг на внутреннем рынке. Этот вид долга представлен в основном государственными сберегательными облигациями (ГСО) и облигациями федерального займа (ОФЗ).

Рассматривая таблицу 2, можно отметить, что наблюдается рост государственного внутреннего долга РФ с 2012 по 2016 год на 57,34%. В структуре внутреннего долга государственные ценные бумаги составляли 95% в 2012 году, и их объем снизился до 77% в 2016 году. Наибольший удельный вес (свыше 80%) в структуре государственного внутреннего долга РФ, выраженного в государственных ценных бумагах РФ, составляют облигации федерального займа.

Таблица 2 – Динамика государственного внутреннего долга Российской Федерации, млрд. рублей

Долг на 1 января	2012	2013	2014	2015	2016
Внутренний долг, всего	4190	4977	5722	7241	7307
В том числе государственные гарантии РФ	637	906	1289	1765	1734

Данные таблицы 2 наглядно свидетельствуют о существенном росте государственных гарантий, предоставленных в валюте РФ, с 637 млрд. рублей в 2012 году до 1734 млрд. рублей на начало 2016 года.

Чтобы покрыть дефицит бюджета, правительство вынуждено садиться за стол переговоров с другими странами и договариваться о ряде займов, в итоге последние с каждым годом копятя, но отдавать их тоже приходится.

Стоит заметить, что, по состоянию на 2016 год, направленные против России санкции усложнили процесс взятия денег в долг, международный рынок для российских организаций и предприятий частично закрылся. Вот почему для должного состояния экономики в стране нужно обращать внимание не только на внешние долговые обязательства, но и долги российского бизнеса, ведь повсеместные дефолты предпринимателей, представляющих крупный бизнес, грозят дефолтом страны в целом.

Бремя внешнего долга является более тяжелым, нежели бремя внутреннего долга. Для покрытия внешнего долга стране требуется иностранная валюта, для получения которой необходимо сокращать импорт и увеличивать экспорт, при этом выручка идет не на цели развития, а на погашение долга, что замедляет темпы экономического роста и снижает уровень жизни.

Государственный долг играет многогранную роль в дальнейшем развитии страны. Он оказывает позитивное и негативное влияние на социально-экономические процессы, протекающие внутри страны.

Рассмотрим отрицательное влияние государственного долга:

1. При чрезмерном развитии рынка государственного долга правительство вынуждено ограничивать инвестиционные капиталовложения в национальное хозяйство. Это имеет место при привлечении государством заемных средств путем снятия с рынка части финансовых ресурсов, которые можно было бы направить в реальный сектор экономики. Негативное воздействие государственного долга на экономику будет возрастать также при чрезмерно высокой доходности государственных ценных бумаг.

2. Увлечение государства заемными операциями способствует отвлечению солидных бюджетных средств от нужд хозяйственного и социального развития страны.

3. Увлечение государства внешними заимствованиями приводит к избыточной зависимости отечественных финансов от финансов международных и к потере своей политической независимости.

4. Привлекаемые с помощью государственных заимствований средства являются антиципированными, т.е. взятыми вперед налогами, а долги необходимо погашать вместе с процентами.

Рассмотрим положительные аспекты влияния государственного долга на экономику страны.

1. Главная выгода для страны — это возможность привлекать в бюджет страны заемные денежные ресурсы и сохранять относительный размер долга.

2. Размер сальдо бюджета и объем реального ВВП являются важнейшими факторами, определяющими динамику государственного долга. Дефицит бюджета ведет к увеличению объема государственного долга, а профицит дает возможность погашать долг. При постоянном экономическом росте пополняется доходная часть бюджета, способствующая уплате процентов по государственному долгу.

3. При долговременном выпуске долговые обязательства, покупающиеся физическими и юридическими лицами, воздействует на процесс организации сбережений населения и инвестирования хозяйствующими субъектами временно свободных финансовых ресурсов.

Таким образом, величина государственного долга является важным показателем экономики страны. Государство разрабатывать и реализовывать специальные программы для снижения внутренней и внешней задолженности. Только принятие эффективных мер в этих направлениях будет содействовать социально-экономическому развитию России.

#### **Список литературы:**

1. Интернет-журнал «Науковедение» Том 8, №5 (2016)
2. Новожилова, Т.Н. Государственный долг Российской Федерации: история становления, современное состояние: учебное пособие/ Т.Н. Новожилова. – Н. Новгород: Из-во ВВАГС, 2016. – 71с.
3. Толстоброва, Н.А. Влияние государственного долга на динамику развития экономики Российской Федерации / Н.А. Толстоброва, В.П. Постников, М.А. Каменских // Финансы и кредит. – 2013. - №20. – с. 37-42.

### ***АГРОПРОМЫШЛЕННЫЕ ФОРУМЫ КРАСНОЯРСКА И СИБИРИ***

***Болашенко В.А.***

*Научный руководитель: Смирнов М.П.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

**АПК (Агропромышленный комплекс)** — более большое межотраслевое отделение в экономике государства. На долю сфер входящих в состав него отраслей доводится приблизительно тридцати процентов сплошного социального провианта и производственных ключевых фондов. Комплекс сфер общенародного хозяйства, сопряженных между собою технологично, экономически и координационно. Главная задача их коллективной работы — предоставление жителям провианта, изготавливаемыми из аграрного материала.

Одно из основных мероприятий агропромышленной сферы Сибирского федерального округа каждый год связывает на собственной площадке агропромышленные компании, хозяйства фермеров, выставку аграрной техники, спецоборудование для растениеводства и животноводства. Данное мероприятие пользуется популярностью как у поставщиков, производителей так и специалистов сельскохозяйственной сферы.

Первостепенными тенденциями формирования агропромышленной ассамблеи считаются формирование условий для развития каждой подотрасли и научно-техническое усовершенствование; помощь небольшим формам хозяйствования; профессиональное обеспечение; стойкое формирование аграрных земель.

Цель экспозиции – в комплексе показать возможные рычаги реализации программы развития аграрного хозяйства.

Положительный навык предыдущих годов, комбинация экспозиции и событий официальных проектов, дает возможность Агропромышленному форуму Сибири обеспечить экспонентам и гостям обширные возможности для делового общения, поиска партнеров и компании партнерства.

В пределах форума проходит ярмарка свежих продуктов «Осень», на которой представляются товары местных производителей, фермерских хозяйств, птицефабрик края и национальные угощения от различных подворий.

#### **Основные сегменты:**

- Сельскохозяйственное оборудование и спецоборудование;
- Растениеводство;
- Животноводство и племенное дело;

- Ветеринария, корма, добавки, витамины;
- Оборудование для технологического обслуживания, горюче-трансмиссионные использованные материалы;
- Лизинг, кредиты, инвестиции, страхование в АПК;
- Фермерское производство;;
- Современные технологические процессы изготовления;
- Агрехимия, посевной материал;
- Проектирование, строительство и реконструкция сельхозсооружений;
- Переработка, сохранение и перевозка с\х продукции.

**В программе форума:**

- Краевое собрание Министерства аграрного хозяйства Красноярского края;
- Презентация новинок сельскохозяйственной техники;
- Презентация лучших проектов АПК Красноярского края;
- Краевая ярмарка свежих продуктов «Осень».

На протяжении последующих 3-х форумов состоявшихся с 2014-2016гг. Не произошло существенного изменения в рамках аграрного форума. А именно: в 2014г площадь экспозиции:7300 кв. м – крытая выставка, 3000 кв. м – уличная экспозиция сельскохозяйственной техники. Количество участников: 193 экспонента. В нем приняли участие 34 города РФ и Англия. Помимо работы основных направлений, были проведены пленарные заседания и круглые столы направленных на комплексный подход к экономическому и социальному развитию сельских территорий, улучшение жилищных условий и повышение уровня жизни людей, проживающих в данной местности. Рассмотрены тенденции развития и совершенствования на последующие года.

В 2015г. Площадь заявленных экспозиций составила 10600 кв. м. Было заявлено 198 экспозиции, что на 5 экспозиций больше, чем в предшествующем году. Все те же экспозиции, но отличие наблюдается в тематике круглых столов. На них рассматриваются пути повышения эффективности молодежного предпринимательства в сельской местности. И в связи со сложившимися обстоятельствами, с введением санкций со стороны ЕС в отношении РФ, активно рассматривается вопрос с обеспечением импортозамещения и продвижение продукции по каналам сбыта. Применение такой технологии как биотехнологий в сельском хозяйстве.

В 2016г площадь экспозиции: 10700 кв. м., выставлено 208 экспоната, больше на 10 экспонатов больше, чем в 2015г. Помимо стандартных экспозиций, пленарных заседаний и круглых столов проводился семинар «безопасность производства пищевой продукции. Законодательные и практические аспекты». Награждение лучших аграриев за текущий год.

**Агрофорум** – важное звено в стратегии развития с\х отрасли Красноярского края, т.к там поднимаются важнейшие вопросы направленные на улучшение и развития сельского хозяйства, совершенствование технологий, привлечение новых лиц в сферу агропромышленности, презентации лучших проектов АПК и помощь в их развитии. Демонстрация ресурсов отрасли и подтверждение её стабильных результатов на внутреннем рынке с целью реализации программы по импортозамещению до 2020г. Для реализации которой власти необходимо 636 млрд. руб. По этой программе основную поддержку планируется осуществить фермерам и хозяйствам животноводства, чуть больше 250 млрд. руб, повышение содействия растениеводству на 178 млрд. руб. (в т.ч. на 35 млрд. в 2015 году). Практическая реализация маркетинговых задач по расширению сферы деятельности предприятий, увеличение конкурентоспособности и обеспечение оптимизации и устойчивости ведения бизнеса.

Ориентируясь на значимость анализируемых проблем, агровыставка приковывает профессиональную аудиторию посетителей: руководителей аграрный предприятий и организаций. А так же способствует привлечению молодых специалистов в агропромышленную область, что безусловно важно в наше время для лучшего развития сельского хозяйства.

Значимость правительственного регулирования сельскохозяйственного раздела экономики Российской Федерации в условиях эмбарго увеличивается. Так как в ближайший период времени ожидается повышение размеров производства абсолютно всех типов агропродовольственной продукции вплоть до степени, отмеченного в Теории продуктовой защищенности. Национальное вмешательство станет проявляться посредством программно-целенаправленного аспекта - посредством исправления и осуществления общегосударственного проекта формирования аграрного хозяйства и целевые групповые проекты, равно как отечественные, таким образом, и областные.

Для этого необходимо переосмыслить в сторону повышения, масштабы ассигнований, предназначенных на формирование аграрного хозяйства, осуществить работу согласно совершенствованию экономического механизма хозяйствования, настроить хозяйствующие субъекты

в отбор внутренних запасов увеличения производительности и конкурентоспособности сельскохозяйственного производства, что весьма будет способствовать развитию агропромышленного комплекса на территории Красноярского края.

#### Список литературы:

1. <http://www.krasfair.ru/events/agro/>
2. <http://agro.ru>
3. <https://agroinfo.com>
4. <http://www.krskstate.ru>

### **ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МАССОВЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ КРАСНОЯРСКОЙ УНИВЕРСИАДЫ – 2019**

*Мухамедзянова А. А.*

*Научный руководитель: Смирнов М.П.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Под экономической безопасностью понимают положение экономики, обеспечивающее надежный финансовый подъем, результативное удовлетворенность социальных нужд, высочайшее качество управления, охрану финансовых заинтересованностей в государственном и интернациональном направлении.

Мировой навек указывает об этом, что от степени предоставления финансовой защищенности находится в зависимости, в главную очередность, национальная защищенность государства, ее финансовая самостоятельность, устойчивость сообщества и степень его благополучия.

Обязательным обстоятельством экономической безопасности каждого государства считается в таком случае, то что она обязана быть сориентирована на основах финансовой самостоятельности, устойчивости и увеличения государственной экономики.

Система предоставления **экономической защищенности** предполагает собою концепцию координационных, финансовых и законных граней согласно предупреждению опасностей экономической защищенности и содержит последующие компоненты:

- моделирование общественно-финансового развития страны с учётом обнаруженных и возможных условий и действий, грозящих его финансовой защищенности в прогнозном этапе;
- наблюдение и исследование условий и действий, характеризующих внутренние и наружные опасности экономической безопасности для страны;
- создание и осуществление органами исполнительной власти граней согласно предупреждению возможных опасностей финансовой защищенности Российской Федерации, согласно абсолютно всем областям и отраслям экономики;
- анализ и проверка планов законодательных и других нормативных и законных действий согласно экономическим и хозяйственным проблемам сточки безопасности от внутренних и наружных опасностей государственным заинтересованностям страны в сфере экономики. жизнедеятельности и формирования индивидуума, общественно-финансовой и военно-политической устойчивости отечественного сообщества, сбережения единства и государственности Российской Федерации, противоборства влиянию .

Одним из первостепенных направлений **механизма обеспечения экономической безопасности** считается формирование комплекса наилучших обстоятельств для внутренних и наружных опасностей в области экономической защищенности.

Система предоставления **экономической безопасности** осуществляет несколько крайне значимых функций, к каким причисляют:

- защитную,
- регулятивную,
- предупредительную,
- инноваторскую,
- общественную функции.

Под универсиадой подразумеваются международные спортивные соревнования среди студентов, проводимые Международной федерацией университетского спорта (FISU).

Общий общественно - финансовый результат проведения в Красноярском крае Всемирной зимней универсиады в 2019 году станет значимым.

Со стороны возможных преимуществ, организация универсиады может гарантировать как непосредственные, как прямые так и косвенные социально-экономические результаты

К непосредственным выгодам возможно причислить долговременные преимущества, приобретенные от капитального и инфраструктурного строительства в связи с мероприятием и денежные средства, от туристического потока

К непрямым выгодам возможно причислить подъем социального капитала города. Его значимое наличие содействует увеличению качества социальных услуг и влиянию на экономические результаты.

В рамках подпрограммы по обеспечению экономической безопасности при проведении массовых спортивных мероприятиях проводятся следующие мероприятия:

- принятие законодательных, административных и иных мер, направленных на привлечение государственных гражданских служащих, муниципальных служащих, граждан, общественных объединений и средств массовой информации к активному участию в деятельности по противодействию коррупции, на формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению;
- совершенствование системы и структуры государственных органов, органов местного самоуправления, создание механизмов общественного контроля за их деятельностью;
- обеспечение доступа граждан к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления;
- совершенствование порядка прохождения государственной гражданской службы и муниципальной службы;
- обеспечение добросовестности, открытости, добросовестной конкуренции и объективности при размещении заказов на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных нужд и муниципальных нужд;
- оптимизация и конкретизация полномочий государственных органов, государственных гражданских служащих, органов местного самоуправления и муниципальных служащих, которые должны быть отражены в административных и должностных регламентах;
- проведение антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов государственных органов и, их должностных лиц (проектов нормативных правовых актов).

Всемирная Зимняя Универсиада 2019 содержит в себе план функциональных обязанностей при которых организованный координационный совет обязан создавать собственную службу в принципах планирования и интеграции с абсолютно всеми причастными сторонами Студенческих игр и обеспечить наибольшую ответную реакцию от вложенных денежных средств в проект, увеличить результативность инвестиций.

К числу основных экономических факторов безопасности развития социального капитала при организации и реализации Универсиады можно выделить такие аспекты как:

1. Разработка комплексной программы - концепции "Наследие Универсиады ", в рамках которой регламентируется проблема о последующем целевом и результативном применении объектов Универсиады. Первостепенными направлениями являются стратегии образовательного, научного и инфраструктурного наследия.
2. Формирование инфраструктурных проектов. Свойство формирования инфраструктуры, считается основной целью последующего формирования бизнеса и цивилизованной сферы .
3. С увеличением туристического потока, увеличивается уровень безопасности, строительство нового международного терминала в аэропорту "Емельяново".
4. Усовершенствовать образ мегаполиса и увеличить его инвестиционный притягательность, то что станет содействовать привлечению в местность мегаполиса следующих всемирных происшествий (выставки, конгрессы, прочие спорт действия).
5. Вероятность сбегать как можно больше толчок к развитию, который создан во время подготовки к проведению Универсиады, а также возможность эффективного использования технологий и сооружений, которые будут построены во время подготовки к мероприятию.
6. Уровень развития трудовых ресурсов и качество специалистов.

Несмотря на перечень мероприятий по защите экономической безопасности, основных экономических факторов безопасности, развития социального капитала при организации и реализации Универсиады, разработанные на федеральном уровне в Красноярске, в процессе подготовки Универсиады произошли коррупционные скандалы.

Коррупционные скандалы связанные с махинаций земли предназначенной под строительство объектов Универсиады, с деления бюджетных средств между строительными компаниями, на возведение которых выделено 1,3 млрд руб. [8]

Таким образом, мероприятия по обеспечению экономической безопасности в Красноярском крае, при проведения зимней Универсиады 2019, не выявлены.

Несмотря на возможные коррупционные действия, Красноярские органы власти опираются лишь на федеральные государственные программы, которые выполняются не в полном объеме.

Я считаю, что для повышения экономической безопасности нужно передать часть федеральных полномочий на региональный уровень с соответствующим финансированием и распределении прав и обязанности.

#### **Список литературы:**

1. Указ Президента РФ «О государственной стратегии экономической безопасности РФ»//Собрание законодательства РФ. – 1996. - №18., ст. 2117.
2. Глуховский И.Г. Приоритетные направления решения проблем национальной экономической безопасности / И.Г. Глуховский//Право и безопасность. – 2002. - №-3. – С. 18.
3. Градов А.П. Национальная экономика/ А.П. Градов. – СПб., 2007. – С.218.
4. Кочетов Э.Г. Геоэкономика/ Э.Г. Кочетов. – М., 2009. – С. 304.
5. Косолапов Н. Безопасность международная, национальная, глобальная: взаимодополняемость или противоречивость? / Н. Косолапов //Мировая экономика и международные отношения. – 2012. - №9. – С.7.
6. Козлова А. Экономическая безопасность как явление и понятие / А. Козлова//Власть. - 2013. - №1. – С. 14.
7. Твой олимпийский учебник. Учеб.пособие для олимпийского образования / Олимпийский комитет России. - 22-е изд., перераб. и доп. - М.: Советский спорт, 2010. - 144 с.
8. XXI Всемирная зимняя Универсиада 2019 <http://krsk2019.ru>

### ***ПРЕИМУЩЕСТВА МСФО И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ***

*Адамян Р.А.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сьтник О.Е.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

Большинство организаций во всем мире составляют и представляют финансовую отчетность внешним пользователям. Однако существуют различия, которые могут быть вызваны расхождениями социального, экономического и юридического характера. Это привело к расхождению применяемых критериев признания статей финансовой отчетности и использованию разнообразных баз оценки.

Совет по Международным стандартам финансовой отчетности нацеленуменьшить масштабы этих различий путем гармонизации нормативных актов, стандартов бухгалтерского учета и процедур подготовки и представления отчетности.

Нередко организации, составляющие отчетность по МСФО, сталкиваются с проблемой несоответствия данных отчетности, составленной на основе российских стандартов, с данными отчетности по международным стандартам. Вследствие этого появляется необходимость объяснять руководителю, почему так расходятся показатели статей в российском балансе и в отчете о финансовом положении по МСФО. Такая ситуация имеет место как из-за различий в подходах к учету, так и из-за различий в методах оценки операций.

Применение МСФО означает не отказ от традиционнороссийского бухгалтерского учета, а грамотное использование нововведений, предложенных МСФО. Ориентировка на международные стандарты возникла не только из-за высокого качества МСФО, полезности основанной на них информации, возможности сократитьвремя и ресурсы на разработку правил учета и отчетности, но и потому, что гармонизация правил учета и отчетности позволяет развиваться интеграционным процессам.

Во-первых, МСФО берут во внимание взаимосвязь между экономическим ростом и финансовым учетом и отчетностью как инструментом формирования и представления прозрачной финансовой информации [2].

Во-вторых, применение МСФО подразумевает реализацию набора целей преобразований в российской экономике – как микро-, так и макроэкономических.

В-третьих, учитываются интеграционные, мирохозяйственные элементы преобразований в области учета и отчетности, то есть улучшения в российской экономике связываются с общемировыми тенденциями глобализации.

Минимум, который должен знать главный бухгалтер, когда организации необходима финансовая отчетность по МСФО, это осознание того, что если компания привлекает иностранных партнеров или берет кредит за рубежом, то ей придется формировать отчетность как по российским, так и по международным стандартам. А в компаниях, где отсутствуют штатные специалисты по МСФО, обычно возникает необходимость в сторонних консультантах. И главный бухгалтеру неизбежно должен взаимодействовать с этими экспертами: предоставлять информацию, объяснять специфику деятельности организации. Именно в связи с данными обстоятельствами необходимы хотя бы общие знания о международных стандартах отчетности [1].

Но даже если организации не нужны крупные денежные вливания, и она не имеет иностранных партнеров, дальновидный предприниматель всегда работает на перспективу, предпочитая иметь отчетность, составленную согласно МСФО, для того, чтобы при первой возможности суметь воспользоваться появившимися перспективами.

Несмотря на обширное внедрение МСФО в данный момент в России возникают большие трудности с технической базой учета и уровнем квалификации работников бухгалтерской службы.

Существенной проблемой является отсутствие бесплатного обучения МСФО, помимо некоторых семинаров. Кроме того, в России отсутствует бесплатная учебная и методическая литература, а то, что можно самостоятельно найти в сети Интернет, не позволяет получить полное представление о надлежащем ведении международных стандартов.

Вместе с тем причины проблемного усвоения бухгалтерами МСФО сводятся к некорректному переводу, способному запутать любого финансиста, – даже имеющего довольно высокую по российским меркам квалификацию. У многих организаций не хватает финансовых возможностей для самостоятельного проведения процесса обучения бухгалтеров и аудиторов, в то время профессионалов в области МСФО в России еще крайне мало.

Следовательно, отсутствие надлежащего количества специалистов крайне осложняет переход на МСФО.

При этом можно выделить еще некоторый ряд проблем применения МСФО:

1. отсутствие качественного и доступного программного обеспечения для составления отчетности по МСФО;

2. недостаток качественного преподавания (учебных центров) по МСФО. Особенно данная проблема актуальна для регионов России.

3. нехватка квалифицированных кадров, как с позиции работодателей, так и со стороны компаний - заказчиков услуг по МСФО;

4. менталитет российских бухгалтеров;

У многих специалистов существует мнение, что бухгалтерам сложно перейти с отечественного бухгалтерского и налогового учета из-за жестко регламентированных норм на соответствие принципам МСФО [3].

5. дорогое обучение для получения международных сертификатов по МСФО;

6. большая стоимость услуг аудиторских и консалтинговых компаний.

После перехода на МСФО в России можно выделить улучшения:

1. расширение круга специалистов, понимающих стандарты и владеющих ими;

2. усовершенствование процессов формирования и представления отчетности;

3. повышение значения МСФО для инвесторов и руководства организаций;

4. улучшение качества финансовой информации.

Следует отметить, что МСФО играют очень важную роль в любой стране при любых экономических условиях. Очевидно, рынки на этапе развития рыночных отношений взаимосвязаны между собой и подвержены глобализации. Чтобы обеспечить их нормальное функционирование, следует масштабно применять лишь единственный набор качественных стандартов бухгалтерского учета, в целях обеспечения оценки инвесторами своих возможностей на сопоставимой основе. Это может произойти в том случае, если использовать различные системы бухгалтерского учета в различных частях мира. МСФО имеют логическую структуру, что помогает организациям в достижении их стабильного роста, а менеджерам компаний - лучше понять свой бизнес при анализе финансовой отчетности, подготовленной по этим стандартам.

### **Список литературы:**

1. Агеева, О.А. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебник для вузов / О.А. Агеева, А.Л. Ребизова. - М.: Юрайт, 2013. - 447 с.
2. Карагод, В.С. Международные стандарты финансовой отчетности: Учебное пособие для бакалавров / В.С. Карагод, Л.Б. Трофимова. - М.: Юрайт, 2013. - 322 с.
3. Палий, В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник / В.Ф. Палий. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 506 с.

## **ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИИ НА МСФО**

**Болоцких В.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сытник О.Е.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

Российская учетная система длительное время развивалась в условиях плановой экономики, где основным пользователем информации, формируемой в бухгалтерском учете, являлось государство. После развала Советского союза произошла смена общественного строя, изменился характер экономических взаимоотношений между субъектами рынка, появилась потребность в построении новой системы бухгалтерского учета в соответствии с общепризнанными международными стандартами.

Реформирование отечественной системы бухгалтерского учета началось с принятия Постановления Правительства РФ от 06.03.1998 № 283 «Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности».

Основной целью реформирования бухгалтерского учета являлось приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности.

Помимо данного Постановления на территории Российской Федерации были введены еще несколько документов, направленных на сближение отечественного учета с международным:

1) принят Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.2010 N 208-ФЗ;

2) принято Постановление Правительства РФ от 25.02.2011 N 107 (ред. от 26.08.2013) «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации»;

4) Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций»;

5) Приказ Минфина РФ от 02.02.2011 N 11н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Отчет о движении денежных средств" (ПБУ 23/2011)».

Применение МСФО при составлении и представлении финансовой отчетности является важным условием выхода на международный рынок капитала, а также МСФО имеет ряд других преимуществ:

1) при разработке стандартов используется весь накопленный мировым сообществом опыт в области бухгалтерского учета;

2) МСФО способствует повышению сопоставимости информации, представленной в различных странах;

3) помогает осуществлять поиск инвесторов не только на внутреннем рынке, но и на внешнем, повышая таким образом конкурентоспособность компании;

4) МСФО разрабатывается независимым органом, что позволяет гарантировать отсутствие привязки к стандартам какой-либо определенной страны.

Несмотря на очевидные преимущества перехода на МСФО не все российские компании относятся положительно к их применению, что обусловлено возникновением ряда проблем при их интегрировании в российскую учетную систему.

Одной из такой проблем является кадровая, т.е. отсутствие технической базы учета и необходимого уровня квалификации бухгалтерского персонала. МСФО гораздо сложнее российских правил бухгалтерского учета и требует от финансистов большей степени профессиональной подготовки. В России нет необходимого количества специалистов в этой области,



что связано с высокими затратами на обучение и как следствие такие специалисты требуют более высокого уровня заработной платы, что ведет к тому, что многие организации не могут позволить себе их нанять [1].

При сравнении российской системы учета и МСФО можно также выделить ряд проблем:

1) МСФО создавались на основе четкого разделения бухгалтерского, управленческого и налогового учета. В России же процесс такого разделения учетной системы не завершен, что объясняет трудность применения отдельных требований МСФО;

2) принципы ведения бухгалтерского учета в РФ отличаются от принципов МСФО. Основные различия состоят в конечной цели использования финансовой отчетности. Финансовая информация, формируемая в соответствии с МСФО, предназначена в первую очередь для инвесторов, а финансовая информация, формируемая в соответствии с российскими требованиями используется органами государственной власти и статистики, а только потом инвесторами [3];

3) ориентация отечественного бухгалтерского учета на требования налоговых органов является основным препятствием на пути реформирования. Многие организации обеспокоены тем, что в результате применения МСФО и перехода на прозрачную финансовую отчетность у них не останется возможности для оптимизации налогообложения;

4) сложности при составлении нормативной базы для применения МСФО при составлении финансовой отчетности.

Выше перечисленные проблемы являются главными препятствиями при внедрении МСФО. Однако проблемы в переходе на международные стандарты в России связаны не только с недостатками нашей системы, но и с самими международными стандартами.

Например, обобщенный характер МСФО, отсутствие четких инструкций, что предусматривает наличие большого количества альтернативных вариантов отражения ФХЖ, т.е. отчетность, составленная по одной компании, но разными бухгалтерами, будет отличаться, т.к. возникает возможность применения профессионального суждения. В итоге, у контролирующих органов возникают трудности при проверке такой отчетности.

Другой немало важной проблемой является постоянное обновление МСФО, что представляет собой существенное препятствие на пути перехода к международным стандартам. Возникает необходимость постоянного контроля за изменениями в МСФО для того, чтобы не допустить морального устаревания отечественных стандартов, а также своевременно адаптировать новую юридическую и экономическую терминологию. Всё это требует больших усилий со стороны Минфина РФ [2].

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что переход на МСФО в РФ на данный момент времени является незавершенным процессом. В решении возникающих проблем должны быть вовлечены не только органы государственной власти, но и руководители организаций, специалисты различных уровней. Очень важно создать эффективную нормативную базу для внедрения МСФО, повысить квалификацию отечественных бухгалтеров, чтобы обеспечить возможность выхода компаний на международный рынок капитала.

#### **Список литературы:**

1. Вахрушина М. Международные стандарты финансовой отчетности. Учебник / М.Вахрушина. – М.: Национальное образование, 2014. – 656 с.
2. Николева О. Международные стандарты финансовой отчетности. Учебное пособие / О.Николаева, Т.Шишкова. – М.: Ленанд, 2014. – 240 с.
3. Бабаев Ю. Международные стандарты финансовой отчетности / Ю.Бабаев, А. Петров. – М.: Вузовский учебник, Инфра-М, 2014. – 400 с.

## **ПРАВОВОЙ СТАТУС И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ СЛУЖБЫ В ОРГАНИЗАЦИИ**

**Болоцких В.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Кулиш Н.В.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

Под структурой управления понимается совокупность взаимосвязанных подразделений, находящихся между собой в устойчивых отношениях и обеспечивающих нормальное функционирование и развитие организации как единого целого.

В этой структуре центральное место занимает бухгалтерская служба, обеспечивающая работников различных уровней необходимой экономической информацией для принятия правильного управленческого решения.

Бухгалтерская служба является структурной единицей организации, на которую возложены функции ведения бухгалтерского учета. Бухгалтерская служба – это источник достоверной, документально подтвержденной финансовой информации о фактическом наличии и использовании ресурсов организации и результатов её деятельности [1].

Функции, которые выполняет бухгалтерская служба прямо вытекают из задач бухгалтерского учета, определенных Федеральным законом «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011г. № 402-ФЗ, к ним можно отнести следующие:

1. Ведение бухгалтерского учета в соответствии с требованиями, установленными действующим законодательством;
2. Систематический анализ данных бухгалтерского учета и отчетности с целью выявления внутрихозяйственных резервов, а также предотвращения отрицательных результатов деятельности;
3. Предоставление информации, необходимой для внутренних и внешних пользователей;
4. Контроль за сохранностью имущества организации, а также экономное расходование материальных, трудовых и денежных ресурсов;
5. Своевременное проведение расчетов с различными контрагентами и т.д.

Продуктивность бухгалтерского учета во многом обусловлена рациональной организацией структуры бухгалтерской службы. В настоящее время выделяют три основных типа организации структуры учетной работы: линейную, вертикальную и комбинированную [3].

Линейная (иерархическая) организация структуры бухгалтерии является самой простой и применяется в небольших организациях. Ее суть заключается в том, что на должность назначается главный бухгалтер, в подчинении у которого находятся другие бухгалтера, при этом все работники отчитываются непосредственно перед главным бухгалтером.

Вертикальная (линейно-штабная) организация структуры представляет собой более сложную иерархию соподчиненности, предполагающую создание в аппарате управления секторов (подразделений), возглавляемых старшими бухгалтерами. Работники бухгалтерии получают задания от старших бухгалтеров и отчитываются тоже перед ними. Старшие бухгалтера в свою очередь отчитываются перед заместителями главного бухгалтера, которые образуют центральную бухгалтерию, а потом вся информация доходит до главного бухгалтера.

Такая модель построения бухгалтерии позволяет разграничить и систематизировать работу бухгалтеров, путем их объединения в различные сектора, например, кассовый сектор, где сотрудники занимаются учетом только кассовых операций, материальный сектор – учет ТМЦ и их движения и т.д.

При комбинированной (функциональной) структуре организации бухгалтерии подразумевается создание взаимозависимых участков учетной работы, от совместной деятельности которых будет зависеть итоговый результат работы каждого из секторов. Такая схема предполагает делегирование части прав главного бухгалтера на руководителей групп секторов в пределах установленной компетенции.

Такая структура аппарата бухгалтерии используется в крупных организациях, в которых бухгалтерский учет выведен в обособленное подразделение.

В зависимости от сосредоточения учетных функций в бухгалтерии выделяют централизованную и децентрализованную формы организации учета.

При централизованной форме учетный процесс сосредоточен в центральной бухгалтерии, где ведется весь синтетический и аналитический учет на основании документов, поступающих из подразделений организации. В самих подразделениях происходит только первичная регистрация

фактов хозяйственной деятельности. Схема централизованной формы организации учета представлена на рисунке 1 ниже:

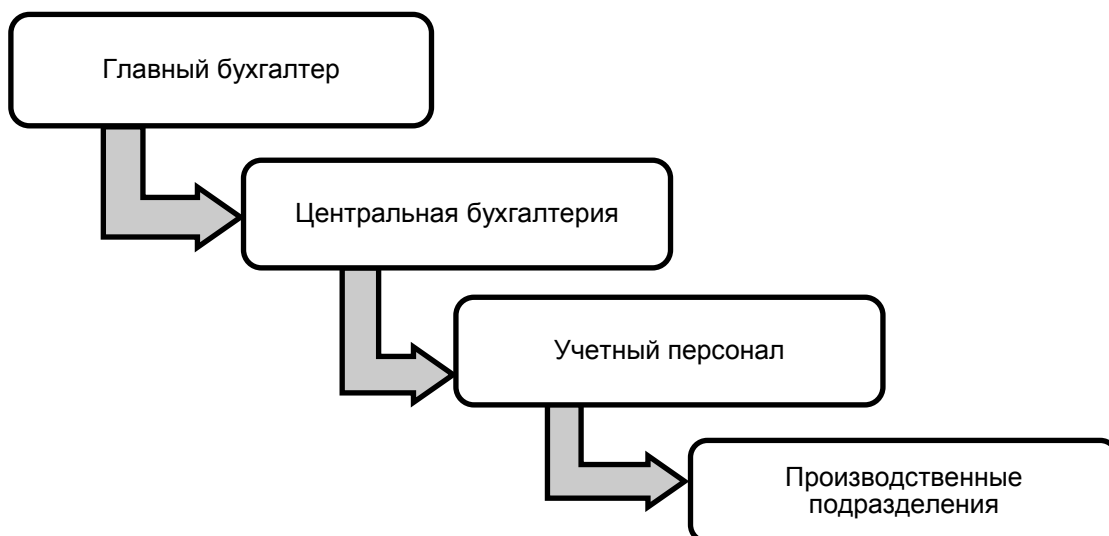


Рисунок 1 – Централизованная форма организации учета

При децентрализованной форме учетный процесс сосредоточен в производственных подразделениях. В каждом подразделении формируется отдельная отчетность, а главная бухгалтерия занимается консолидацией отчетности в целом, контролирует постановку учета в подразделениях. Такая форма организации представлена на рисунке 2 ниже:



Рисунок 2 – Децентрализованная форма организации учета

Практика показала, что экономические субъекты предпочитают централизовать учет так, как это помогает лучше распределить учетную работу между сотрудниками, усилить контроль за выполнением работниками своих обязанностей. Хотя на некоторых предприятиях присутствует небольшая доля децентрализации, т.е. в производственных подразделениях разрешается составлять не только первичные документы, но и вести учет производственных затрат и т.д.

Правовой статус бухгалтерской службы регулируется действующим законодательством Российской Федерации. Согласно ФЗ «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ ответственность за организацию бухгалтерского учета в организации и соблюдение соответствующих нормативных актов лежит на руководителе экономического субъекта.

Любой руководитель стремится систематизировать работу своих подразделений, вводя внутренние стандарты, так при стандартизации учета вводятся Положение о бухгалтерии и должностные инструкции бухгалтеров.

Положение по бухгалтерии – это внутренний нормативный акт, определяющий порядок организации бухгалтерской службы, права и обязанности работников.

Положение по бухгалтерии традиционно состоит из нескольких разделов:

1. Общие положения, где указывается нормативно-правовая база, на основе которой в организации ведется учет, выбранная форма ведения учета, условия приема на работу и т.д.

2. Структура бухгалтерии – раскрывается информация о количестве структурных подразделений, численности сотрудников, распределении обязанностей между счетными работниками;

3. Цели и задачи, функции, – раскрывается информация об основных целях и задачах ведения учета, перечисляются все функции, которые возлагаются на бухгалтерскую службу;

4. Права и ответственность бухгалтерии, в этом разделе подробно описываются права учетных работников их ответственность за невыполнение или ненадлежащее выполнение своих должностных инструкций;

5. Взаимоотношения с подразделениями организации – порядок взаимодействия бухгалтерии с другими подразделениями организации.

Положение по бухгалтерии разрабатывается главным бухгалтером и утверждается приказом руководителя организации.

Для распределения учетных функции для каждого работника создаются должностные инструкции, которые характеризуют организационно-экономическое положение бухгалтеров, их полномочия и ответственность.

Должностная инструкция разрабатывается главным бухгалтером и утверждается приказом руководителя организации, каждый сотрудник в обязательном порядке должен быть ознакомлен со своей инструкцией.

В заключении можно сказать, что структура бухгалтерской службы зависит от размеров производства, специфики деятельности организации, объема учетной работы и т.д. Однако независимо от того, какая форма организации бухгалтерской службы выбрана, она должна быть максимально полезной для экономического субъекта.

#### **Список литературы:**

1. Астахов, В.П. Бухгалтерский (финансовый) учет: Учебник для бакалавров / В.П. Астахов. - М.: Юрайт, 2013. - 984 с.
2. Миславская, Н.А. Бухгалтерский учет: Учебник для бакалавров / Н.А. Миславская, С.Н. Поленова. - М.: Дашков и К, 2016. - 592 с
3. Служба бухгалтерского учета Электронный ресурс: [[http://life-prog.ru/1\\_17554\\_sluzhba-buhgalterskogo-ucheta-ili-finansovaya-sluzhba.html](http://life-prog.ru/1_17554_sluzhba-buhgalterskogo-ucheta-ili-finansovaya-sluzhba.html)]

### ***НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ***

***Гайворонская А.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент, Германова В.С.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

На современном этапе налогового реформирования налоговый учет стал неотъемлемой частью всего учета организации.

С момента принятия первого Налогового Кодекса, в налоговой политике государства произошли значительные изменения.

После вступления в действие 01.01.2002 года Главы 25 «Налог на прибыль организаций» механизм налогообложения прибыли претерпел значительные изменения. Крайне важным стало ведение налогового учета для дальнейшего исчисления налога на прибыль организаций.

Поскольку учет объектов налогообложения несколько отличается в бухгалтерском и налоговом учете, изначально было достаточно сложно вести сразу два данных учета.

Проблема организации бухгалтерского и налогового учета хозяйствующими субъектами до сих пор обсуждается экономистами, поскольку имеет определенные противоречия. Основной целью налогового учета является группировка данных первичных документов для дальнейшего исчисления налога на прибыль в порядке, предусмотренном законодательством. Очень важно понимать, что данная учетная система не может использоваться для исчисления других налогов, уплачиваемых организациями, например, НДС или налога на имущество организаций.

Необходимость ведения двух самостоятельных систем учета вызвала многочисленные комментарии и суждения. У квалифицированных бухгалтеров возникло резкое и достаточно

неприятное отношение к ведению самостоятельной системы налогового учета. Это обусловлено несколькими причинами:

1. Ведение обособленного налогового учета требует значительных дополнительных затрат для создания группы квалифицированных специалистов.

2. Появление налогового учета стало предпосылкой для ликвидации классической системы бухгалтерского учета, которая до этого момента обеспечивала решение всех функций управления в организации.

Однако, следует отметить, что самостоятельно налоговый учет применяется достаточно редко, поэтому методология налогового учета практически везде основана на бухгалтерском учете [3].

Фактически в настоящее время предприятия ведут двойной учёт одних и тех же фактов хозяйственной деятельности. Это, в свою очередь, накладывает отпечаток на мобильности и адаптивности предприятия к внешней среде и ставит под вопрос конкурентоспособность отечественных товаров и услуг на западных рынках. Наличие комплекса указанных проблем определяет актуальность выбранной темы, а также задаёт направления изучения данных проблем.

Остановимся более подробно на мероприятиях, направленных на анализ и устранение разниц между бухгалтерским и налоговым учетом.

Обособленное ведение налогового учета обусловлено необходимостью регламентации налоговых платежей в рамках законодательства о налогах и сборах. Несогласованность положений внутри бухгалтерского и налогового законодательства приводит к несовместимости данных о результатах деятельности, формирующихся в бухгалтерском учете, и показателей налоговой отчетности.

В этой связи упростить налоговый учет можно с помощью внутренних регламентов организации, а именно, благодаря разработке и применению рациональной учетной политики. Нормы бухгалтерского учета и налогового законодательства предполагают вариативность в отношении учета хозяйственных операций. Поэтому следует выбрать те нормы, которые максимально приближают бухгалтерский учет к требованиям налогового законодательства. Для этого необходимо выбрать и закрепить в учетной политике такой вариант, при котором конкретный доход или расход отражается в данных видах учета одинаково [6].

Рассуждая о дальнейшем развитии бухгалтерского и налогового учёта, экономисты допускают либо параллельное развитие учётных систем, либо приведение налогового учёта к правилам бухгалтерского учёта. Однако, это вряд ли поможет решить сложившиеся проблемы внутри данных учетов.

Многие экономистов предполагают, что налоговый учёт интересен, в первую очередь, государству. Но организации также должны быть заинтересованы в развитии налогового учёта, поскольку развитие и эволюция системы налогового учёта, в перспективе должны обеспечить не только соблюдение интересов государства, но и интересов налогоплательщиков.

Анализируя возможные пути развития событий, можно предположить, что произойдет: либо дальнейшее обособление налогового и бухгалтерского учёта, либо совершенствование законодательства, которое обеспечит соответствие учётных систем на базе бухгалтерского учёта, либо произойдет интеграция налогового и бухгалтерского учёта.

Разумеется, реформирование национальных учётных стандартов должно происходить путем разработки чёткой системы и принципов совершенствования:

1. Исходя из поставленной цели, необходимо создать такую систему учёта, которая будет отвечать требованиям рыночной экономики и общепринятым международным стандартам.

2. Необходимо разработать такую систему учета, которая будет финансово доступной и экономичной для предприятий. Для этого следует продолжать совершенствовать программные продукты для взаимного обмена и перераспределения сведений. Реализация данного пункта уже частично достигнута в программе «1С: Бухгалтерия», однако, на данный момент, она еще требует многих доработок для удобства использования бухгалтерами и экономии времени сотрудников.

3. Необходимо обеспечить опору всех форм учета на единую категориальную базу, для ликвидации противоречий между ними.

4. Законодательно необходимо обеспечить «обратную связь» от бухгалтерского учёта к налоговому, но, в то же время, дать государству уверенность в наличии закреплённого законодательно обязательства организации по уплате налога.

5. Государству необходимо начать проводить целостную учётную политику вместо внесения отдельных изменений в различные законодательные акты, регулирующие положения законодательства о налогах и сборах либо положений по бухгалтерскому учёту.

В настоящее время проблемы реализации налогового учета остаются дискуссионными, поэтому, трудно дать однозначный ответ в вопросах совершенствования данной системы. Однако, анализ национальной концепции развития системы бухгалтерского и налогового учета показал, что для обеспечения интересов государства и общества необходимо максимально сохранять общность двух систем учета. Но это не означает, бухгалтерский учет должна всецело подчиниться интересам налоговой политики. Наоборот, государство должно исходить из приоритета бухгалтерских правил, обеспечивая тем самым реализацию своих задач и соблюдение интересов налогоплательщиков.

#### **Список литературы:**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.01.2015) // Правовая система «Консультант Плюс».
2. Карпова, Т. П. О согласовании методологии трех бухгалтерских систем в процессе формирования единого учетного пространства / Т.П. Карпова // Учет. Анализ. Аудит. – 2014. – № 1. – С. 45–50.
3. Оценка эффективности налогообложения и методы ее определения. Германова Ю.И., Германова В.С. Ученые записки Российского государственного социального университета. 2009. № 6. С. 73-77.
4. Скачко, Г.А. Проблемы налогового учета в России / Г.А. Скачко // Учет. Анализ. Аудит. – 2016. – №2. – С.48 – 53.
5. Якимович, А. Н. Налоговый учет в России / А. Н. Якимович // Электронный периодический научный журнал «SCI-ARTICLE». – 2014. – № 16. – С. 282 – 285.
6. Учетная политика в целях налогообложения: методический аспект. Германова В.С. Современные технологии управления. 2012. № 24 (24). С. 1-9.

### ***НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО ФИНАНСОВОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В РОССИИ***

***Горох В.В.***

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

Значительные изменения в бухгалтерском учете в 40-х и начале 50-х гг. XX в. в некоторых странах послужили основой создания отдельной системы управленческого учета. Данные события были связаны с тем, что прежний бухгалтерский учет не предоставлял полной информации, необходимой и важной для хозяйственной деятельности предприятия и для принятия управленческих решений, что наиболее актуально сегодня. Процесс взаимодействия отечественного бухгалтерского учета с международной системой учета, происходящий в России, требовал разделения бухгалтерского учета на финансовый и управленческий учет.

Система нормативно-правового регулирования содержит все требования, предъявляемые к финансовому и управленческому учету, а также предоставляет возможность контролировать их выполнение [3]. Большинство ученых считают, что система нормативного регулирования бухгалтерского учета – это основа нормативного регулирования бухгалтерского управленческого учета. Система нормативно-правовых актов Российской Федерации включает в себя семь уровней:

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральные законы;
3. Указы Президента Российской Федерации;
4. Постановления Правительства Российской Федерации;
5. Нормативные акты министерств и ведомств;
6. Нормативные акты органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления;
7. Локальные нормативные акты государственных и негосударственных организаций различных форм собственности [3].

При рассмотрении различных вопросов регулирования бухгалтерского финансового и управленческого учета необходимо учитывать не только общепринятую классификацию нормативно-правовых актов, но и нормы Федерального закона от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» [1]. К документам в области регулирования бухгалтерского учета на основе данного закона относят:

- 1) федеральные стандарты;
- 2) отраслевые стандарты;

- 3) рекомендации в области бухгалтерского учета;
- 4) стандарты экономического субъекта.

Конституция РФ выступает основой всего российского законодательства, которая гарантирует единство всего экономического пространства, свободное перемещение товаров, работ, услуг. Гражданский кодекс РФ и Налоговый кодекс РФ также являются значимыми документами, которые оказывают немаловажное влияние на систему бухгалтерского учета.

Федеральный закон №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» является основным нормативным актом, который определяет требования к организации бухгалтерского учета, составлению отчетности в организациях, находящихся на территории Российской Федерации. Федеральный закон устанавливает и контролирует выполнение единых правовых норм организации и ведения бухгалтерского учета. Все остальные федеральные законы частично, регулируют бухгалтерский финансовый и управленческий учет.

Основой федеральных стандартов являются положения по бухгалтерскому учету (ПБУ). Данные бухгалтерские стандарты определяют сферу их применения в бухгалтерском учете. Информация о данных управленческого учета содержится в п.18 Положения по бухгалтерскому учету «Информация по сегментам» (ПБУ 12/2010). В нем сказано, что полномочным лицам организации для принятия решения показатели отчетного сегмента, которые подлежат раскрытию, приводятся к оценке (по данным управленческого учета).

Особенности применения и использования федеральных стандартов в различных сферах деятельности определяют отраслевые стандарты. Рекомендации в области бухгалтерского учета предназначены для правильного использования федеральных и стандартов

Методические рекомендации направлены на регламентирование постановки и ведения управленческого учета. Они в большей степени разрабатываются для применения на предприятиях издательской деятельности, хлебопекарных предприятиях и других.

Для упорядочения организации бухгалтерского учета и его ведения предназначены стандарты экономического субъекта. Они применяются равным способом и в равной мере всеми без исключения подразделениями данного экономического субъекта, а также филиалами этого субъекта и представительствами, независимо от того, где они находятся. К стандартам любого экономического субъекта относят: приказ руководителя организации «Об учетной политике», который способствующий решению ее основных и оперативных задач. Важно учитывать, что отраслевые стандарты строятся на основе федеральных стандартов и, соответственно, не должны им противоречить. Как, в свою очередь, стандарты экономического субъекта и рекомендации в области бухгалтерского учета не должны противоречить федеральным и отраслевым стандартам.

Таким образом, проведенные исследования показали что, большинство исследователей считают необходимым использовать нормативные акты в области бухгалтерского учета, потому как независимо от того, как организован бухгалтерский учет, следует придерживаться норм гражданского и налогового законодательства.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (в редакции от 28.12.2013 № 425-ФЗ) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: [сайт]. URL: <http://www.consultant.ru>
2. Бабаев Ю.А., Петров А.М. Теория бухгалтерского учета: учебник / Ю. А. Бабаев, А.М. Петров. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2013. – 240 с.
3. Ашмарина Е.М., Быля А.Б., Терехова Е.В. Правовые основы системы правового регулирования бухгалтерского учета и аудита в Российской Федерации: учеб. пособие / Е.М. Ашмарина, А.Б. Быля, Е.В. Терехова – М.: КноРус, 2014. – 240 с.
4. Саклакова О.А. Бухгалтерский управленческий учет / О.А. Саклакова- Ростов н/Д.: Феникс. – 2014. – 283 с.
5. Кизиллов А.Н., Богатый Д.В. Нормативно-правовое регулирование управленческого учета в Российской Федерации // Международный бух-галтерский учет / А.Н. Кизиллов, Д.В. Богатый – № 18. – 2013. – 254 с.

## **БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА**

**Гринько В.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сытник О.Е.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

В начале 21 века большое распространение получило массовое получение кредитов, что привело активных граждан к неспособности выполнять свои финансовые обязательства.

С 1 октября 2015 года в России вступили в силу новые положения Федерального закона № 127 «О несостоятельности (банкротстве)». Арбитражные суды стали получать иск о признании граждан несостоятельными – как кредиторов, так и от самих должников. Показатели стали расти – если в октябре суды только знакомились с изменениями в законодательстве и вынесли более 100 решений, то в декабре это цифра выросла почти в 9 раз.

В соответствии с ГК РФ ст. 25: гражданин, не способный удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и/или исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, может быть признан арбитражным судом несостоятельным (банкротом).

Банкротство неизменно влечет за собой ограничения в дееспособности и правоспособности гражданина; но немаловажно, что негативные последствия могут коснуться и самого кредитора, поскольку не все его требования могут быть удовлетворены в ходе банкротства, и есть угроза того, что долг вовсе будет «списан» после процедуры реализации имущества должника.

Проведение реструктуризации возможно только при соблюдении автономии воли сторон (как должника, так и кредитора) и может предусматривать использование различных инструментов, направленных на восстановление платежеспособности, частичное удовлетворение требований и рассрочку требований кредиторов. Для этих целей, к примеру, могут быть использованы:

- рефинансирование задолженности, новация (ст. 414 ГК РФ);
- изменение условий первоначального договора (отсрочка погашения долга, освобождение от уплаты процентов, сокращение процентной ставки, отсрочка платежа и проч.);
- отступное (ст. 409 ГК РФ);
- зачет встречных требований (ст. 412 ГК РФ);
- перевод должником долга на третье лицо в силу §2 Главы 24 ГК РФ.

В соответствии со ст. 213.2 ФЗ «О банкротстве» при рассмотрении дела о банкротстве гражданина применяются такие процедуры, как: реструктуризация долгов, реализация имущества и мировое соглашение.

Дело о банкротстве гражданина, в том числе индивидуального предпринимателя, рассматривается арбитражным судом по его месту жительства. Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании гражданина-должника банкротом обладают: сам должник; конкурсный кредитор; уполномоченный орган.

Принятие судом заявления возможно, если требования к должнику составляют в совокупности не менее чем 500 тыс. руб., а срок их неисполнения равен трем и более месяцам со дня, когда они должны были быть исполнены.

С даты признания гражданина банкротом и назначения процесса реализации имущества регистрация перехода или обременения прав гражданина на имущество, в том числе недвижимое, и бездокументарные ценные бумаги осуществляется исключительно на основании заявления финансового управляющего, а также исполнение обязательств по передаче должнику имущества третьими лицами (в том числе по уплате денежных средств) теперь допустимо только в отношении финансового управляющего. В ходе этой процедуры должник не вправе лично открывать банковские счета и вклады в кредитных организациях и получать по ним денежные средства.

Пункт 4 ст. 213.4 и п. 3 ст. 213.5 ФЗ «О банкротстве» предусматривают: в заявлении о признании должника банкротом указывается только саморегулируемая организация (далее СРО), из числа членов которой должен быть утвержден финансовый управляющий. Ни должник, ни уполномоченный орган, ни конкурсный кредитор не наделены правом выбора конкретной кандидатуры финансового управляющего. Если все же в заявлении была указана кандидатура управляющего, но нет данных о СРО, то заявление подлежит оставлению без движения. Если было указано и то и другое (и СРО, и индивидуализирован арбитражный управляющий) -заявление рассматривается лишь в отношении выбора СРО, куда делается соответствующий запрос о назначении кандидатуры арбитражного управляющего.



Согласно ст. 213.6 ФЗ «О банкротстве» суд в срок не ранее 15 дней и не позже 3 месяцев с даты получения заявления решает вопрос о признании последнего обоснованным. Внешней формой выражения решения суда является 3 вида определений, соответственно: о признании обоснованным и введении реструктуризации; о признании необоснованным и об оставлении без рассмотрения и, наконец, о признании необоснованным и прекращении производства.

В ФЗ № 114 «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ» было внесено положение о временном ограничении права российского гражданина на выезд из страны, если он признан несостоятельным (банкротом). Ограничение действует до вынесения судом определения о завершении или прекращении производства по делу о несостоятельности (банкротстве), в том числе в результате утверждения судом мирового соглашения. Однако не стоит забывать, что ограничение выезда является не обязанностью, а правом суда.

В течение пяти лет с даты завершения в отношении физического лица процедуры реализации имущества или прекращения производства по делу о банкротстве он не вправе принимать на себя обязательства по кредитным договорам и (или) договорам займа без указания на факт своего банкротства. В течение этого же срока гражданин не может по своей инициативе подать заявление в суд о повторном признании себя банкротом

#### **Список литературы:**

1. Ядов Д. За 2015 год суды РФ признали банкротами свыше 1200 граждан. 22.01.2016 // Банкротство в России. Информационно-политический портал [Электронный ресурс]. 1Ж1\_: <http://bankrus.ru/novosti/za-2015-god-sudy-rf-priznali-bankrotami-svyshe-1200-grazhdan.html> (дата обращения: 15.03.2016).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 31.01.2016) // Собрание законодательства РФ. 05.12.1994. № 32. ст. 3301.
3. Попов Е.Ю. Досудебные способы удовлетворения требований кредиторов физического лица по договоренности сторон // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2011. № 3 (16). С. 280-281.
4. Попов Е.Ю. Реструктуризация долга и мировое соглашение в предупреждении банкротства физического лица // Право и экономика. 2011. № 8. С. 51-57.
5. Долгих С.С., Гурунjan Т.В. Мировое соглашение как альтернативная процедура банкротства // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2016. С. 198.
6. Егорова Н. Дело о банкротстве физлиц // Информационный бюллетень «Экспресс-бухгалтерия». 2015. № 23. С. 15-18.
7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 13.10.2015 № 45 «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие процедур, применяемых в делах о несостоятельности (банкротстве) граждан» // Российская газета. 19.10.2015. № 235.
8. Федеральный закон от 16.07.1998 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)» (ред. от 05.10.2015) // Российская газета. 22.07.1998. № 137.
9. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004. № 188-ФЗ (ред. от 31.01.2016) // Российская газета. 12.01.2005. № 1.
10. Федеральный закон от 15.08.1996 № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» (ред. от 30.12.2015, с изм. от 16.02.2016) // Собрание законодательства РФ. 19.08.1996. № 34. П. 8 ст. 15.

### ***ВОСТРЕБОВАННОСТЬ И ПРИМЕНЕНИЕ МСФО В РОССИИ***

***Лунева К.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сытник О.Е.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

Потребность перехода в МСФО формируется единой стратегией реформ, направленных на создание рыночной экономики в государстве. Рыночной экономике необходимо обладать надлежащими компонентами инфраструктуры. Так как бухгалтерский учет и финансовая отчетность считаются составляющими инфраструктуры, в таком случае речь идет о возведении системы учета, соответствующая установленным рыночным условиям.

Применение международных стандартов при подготовке отчетности, увеличивает возможности фирмы на победу. Рынок отзывается на всевозможные операции, которые помогает

убрать все неясности по отношению к фирме. МСФО с первых дней разрабатываются как эталоны, которые раскрывают необходимые для рынка размеры информации о компании, ее финансовом положении и финансовых результатах деятельности. Использование международных стандартов дает возможность:

- обеспечивать рынок массивным размером информации о фирме;
- делает фирму наиболее нейтральной с финансовой точки зрения;
- фирма приобретает конкурентоспособный вид.

Практическая деятельность свидетельствует о том, что в случае если фирма обладает отчетностью по международным стандартам, то в таком случае она обладает выходом на международные рынки капитала и имеет возможность привлекать финансирование с рынка по более выгодным для себя условиям. На самом деле, фирма дает необходимый размер данных о себе, это предоставляет возможность заимодавцу, потенциальному инвестору осознать и дать оценку рискам, с которыми связано предоставление финансирования. Применение МСФО при разработке отчетности российской фирмы делает ее наиболее конкурентоспособной в борьбе за источники финансирования.

Международные стандарты применяются повсеместно во всех странах мира. Среди них можно отменить уровни их использования:

- 1) база для бухгалтерского учета в большинстве странах;
- 2) направление для установления своих параметров;
- 3) фондовые биржи и регулирующие органы, дающие возможность организациям предоставлять консолидированную финансовую отчетность в соответствии с МСФО (среди них практически все ведущие биржи в мире: Нью-йоркская фондовая биржа, Лондонская, Токийская – всего около 70 фондовых бирж из 50 стран мира);

- 4) наднациональные организации, к примеру, Европейский союз, заявивший о поддержке МСФО и о способности их использования для компаний, востребованных на международных финансовых рынках;

- 5) сами компании – по подтвержденным данным МСФО, приблизительно 890 компаний предоставляют финансовую отчетность в соответствии с МСФО, что подтверждено аудиторским заключением. Среди них такие гиганты, как Microsoft, Nestle, Nokia, Volkswagen и т.д. В России свыше 20 компаний готовят отчетность по международным стандартам, среди них РАО «ЕЭС России», РАО «Газпром», «Транснефть», МПС России, «Лукойл», и др.

Для большинства государств возможность окончательных действий и влияние МСФО неодинакова. Таким образом, во многих странах бухгалтерские стандарты МСФО приняты в качестве основы возведения национальных систем учета полностью или с несущественными преобразованиями. Все это принадлежит к развивающимся или «новым индустриальным» странам. Применяя с целью развития учетных и отчетных данных международные подходы, эти страны, имеющие интерес в притоке капиталов, привлекают внимание поставщиков максимальной адаптацией своих бухгалтерских систем к международным требованиям.

Подобные обстоятельства заставили бывшие социалистические страны ускорить переход к рыночной экономике и принять МСБУ, либо сформировать собственные национальные стандарты, которые на существенном уровне основываются на международных стандартах.

Влияние МСБУ на бухгалтерские системы развитых капиталистических стран не так велико. В основном это связано с тем, что во многих индустриально развитых стран применяются собственные традиции и принципы бухгалтерского учета, которые удовлетворяют условия национальных рыночных моделей. В странах Западной Европы и Японии главные финансовые потоки и инвестирование экономики осуществляется через банковские структуры, а не через фондовые биржи. По этой причине приоритетной стороной как законодательного, так и бухгалтерского регулирования является защита интересов кредиторов.

Согласно формированию процессов глобализации органам государственного регулирования таких стран приходится считаться с интересами крупных национальных, а также транснациональных компаний, их формирование находится в сильной взаимосвязи с мировым финансовым рынком.

Слабое воздействие МСБУ на учет в США, Канаде и Великобритании связано с тем, что международные стандарты имеют различные идеи, которые заложены стандартах этих стран. Все это возникает при разработке новых стандартов. Таким

Число компаний, которые применяют международные стандарты в бухгалтерском учете в России, так же остается незначительным, но в какой – то степени их количество возрастает. В соответствии проведенному исследованию, подготовленному ROMIR Monitoring в рамках проекта

«Осуществление реформы бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации» были получены соответствующие итоги:

В настоящее время 16% организаций главных сфер экономики применяют МСФО при составлении бухгалтерской отчетности. В наибольшей степени это затрагивает такие сферы экономики, как финансы и страхование (37%) и промышленность (15%). Доля использования МСФО возрастает в более крупных организациях с большим числом работников (300 и более) – 23%, и ниже в компаниях с количеством работников менее 10. Обращаясь к сравнительному анализу, доли компаний, использующих для составления финансовой отчетности МСФО в различных регионах России, можно выделить, что в среднем по выборке высшие позиции занимают Северо-западный (19%) и Южный (17%) регионы.

Меньше половины большинства организаций (41%), применяющих МСФО, используют в той или иной степени для подготовки финансовой отчетности МСФО, применяют подход параллельного учета. Избранный подход преобладает в коммерческих организациях. Аудиторские организации зачастую используют подход преобразования. Примерно в равных долях упоминается полное и частичное использование МСФО.

Основная проблема использования международных стандартов финансовой отчетности – недостаток законных установок, которые утверждают процедуру формирования предоставления консолидированной финансовой отчетности российскими компаниями. Как оповещает «Учет. Налоги. Право» (№ 2, 2008), такое заключение исходит из отчетов Института экономики переходного периода и Академии бюджета и казначейства, сделанных по заказу Минфина.

Международные стандарты приемлемы во многих компаниях.

Так же имеются и другие не мало важные проблемы, среди них выделяют затраты на подготовку кадров и услуги консультантов, невозможность применять МСФО для целей налогообложения и «инертность мышления» руководителей компаний.

#### **Список литературы:**

1. Агеева О.А., Международные стандарты финансовой отчетности / О.А. Агеева, А.Л. Ребизова, - Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2013. – 452 с.
2. Воробьева О. Н. Переход на международную систему финансовой отчетности / О.Н. Воробьева, - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2011. – 324 с.
3. Шишкова Т.В. Международные стандарты финансовой отчетности / Т.В. Шишкова, Е.А. Козельцева, - М.: Рид Групп, 2011. – 320 с.
4. Сытник О. Е. Гармонизация российских положений по бухгалтерскому учету в соответствии с требованиями МСФО / Сытник О.Е. // Научные труды SWorld. 2012. Т. 27. № 4. С. 54-57.
5. Сытник О. Е. Диагностика положений учетной политики организации в условиях гармонизации и адаптации РСБУ к МСФО / Бехтерева И.С., Сытник О.Е. // Вестник АПК Ставрополя. 2015. № 1 (17). С. 281-286.
6. Сытник О. Е. Difficulty of international financial reporting standards agricultural organizations / Sytnik O.E. // Научные труды SWorld. 2013. Т. 37. № 4. С. 31-34

#### ***МСФО В СРЕДНИХ И МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ***

***Пирожкова Е.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сытник О.Е.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

За последнее несколько лет Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) прошли ряд этапов, повлекших за собой множество изменений. Во-первых, это значительная детализация информации, во-вторых и усложнившийся учет. В связи этим, была произведена разработка требований для улучшения качества информации для пользователей отчетности крупных и средних предприятия, у которых ценные бумаги функционируют на финансовых рынках. Придерживаясь данным требованиям было в полном объеме существенно увеличение нагрузки на организации малого и среднего бизнеса, даже несмотря на небольшие послабления, которые были предусмотрены в стандартах для данной категории организаций. На основании этого Советом по Международным стандартам финансовой отчетности было сформировано и принято предложение о необходимости формирования обособленного упрощенного стандарта для средних и малых предприятий. В 2009 году данный стандарт был официально опубликован и начал действовать с

момента опубликования. Стандарт действует как самостоятельный отдельный документ наряду с полной версией Международных стандартов финансовой отчетности

В пояснениях Совета по международным стандартам финансовой отчетности средние и малые предприятия – это непубличные коммерческие организации, формирующие финансовую отчетность только для внешних пользователей. В данном стандарте не изложены количественные признаки, которые определяют понятия «средние и малые предприятия», например, выручка, активы, количество рабочей силы и так далее. Основание, по которому Совет по Международным стандартам финансовой отчетности определяет, возможно ли компании использовать этот стандарт, является именно ее «непубличность».

Согласно определениям стандарта, организация является публичной, если ее долговые обязательства и (или) акции компании обращаются на рынке ценных бумаг, на фондовых биржах как зарубежных, так и национальных, или она находится в процессе выпуска в обращение данных инструментов.

К публичным также относятся финансовые организации, главным направлением деятельности которых является содержание или управление функционированием на договорной основе активами некоторых лиц. К данной группе публичных компаний можно отнести банки, страховые компании, дилерские компании, инвестиционные банки и другое.

Совет по Международной финансовой отчетности определил публичными компании как, компании имеющие экономическую значимость для национальной экономики на базе определенного показателя, например

- 1) Размер активов;
- 2) Размер дохода;
- 3) Количество наемной рабочей силы;
- 4) Конкурентоспособность;
- 5) Объем краткосрочных и долгосрочных обязательств.

Однако принятие решения о включении экономически значимых «средних и малых предприятий» в список публичных, было прекращено национальным регулирующим органом.

Предложенное в стандарте основное определение означало что, чтобы донести информацию до национальных, законодательных и регулирующих органов, предприятий, составляющих местные стандарты, что такие компании не имеют право его применять.

Опираясь на данное определение можно сделать вывод, что любая страна, которая решила применить упрощенный стандарт, может самостоятельно вывить количественные признаки отнесения компаний к категории средние и малые. Так же местные власти любой страны могут принять решение о том, что экономически значимые для национальной экономики организации будут являться публичными и будут обязаны использовать полную версию международных стандартов. Во многих странах данные решения принимают независимые органы, которые ответственны за принятие стандартов финансовой отчетности, а также профессиональные бухгалтерские компании и органы законодательной власти. Процесс принятия решения зависит от страны. Количественные признаки могут быть установлены в законодательных органах и в пояснениях к сфере применения стандарта.

По решению Совета по Международным стандартам финансовой отчетности, главной группой предприятий, подпадающих под действие стандарта, являются компании с численностью работников до 50 человек, также это могут быть и крупные организации, ценные бумаги у которых не обращаются на рынке, и маленькие компании с числом сотрудников меньше 10 человек.

В качестве цели стандарта Совет по Международным стандартам по финансовой отчетности предоставил упрощенный набор учетных принципов, которые основаны на полной версии МСФО и подходящие для небольших компаний.

По мнению Совета по МСФО, использование стандарта будет способствовать большему распространению Международных стандартов финансовой отчетности во всем мире.

Эта позиция основывается на том, что высокая трудоемкость и большая затратность при подготовке отчетности в соответствии со всеми требованиями МСФО являлись главным сдерживающим фактором распространения МСФО в средних и малых компаниях. Значимое сокращение учетных принципов, приведшее к уменьшению стоимости составления отчетности, имеет огромное значение для данных предприятий.

Подводя итог, можно делать вывод, что целью Совета по МСФО при формировании стандарта для средних и малых предприятиях было, во-первых, удовлетворение потребностей

пользователей отчетности средних и малых компаний, а во-вторых, уменьшение стоимости при составлении отчетности.

#### **Список литературы:**

1. Волкова О. Е., Дмитриева О.Ф., Соснин В.Н. (2013) // МСФО в России: особенности перехода. Исследование «Перспективы и практика применения МСФО в России» // Молодой ученый.
2. Шишова Л.И. (2013) МСФО в России: особенности перехода / Л.И. Шишова, И.А. Пинясова // Молодой ученый. 2013, № 4. С. 323-325.

### **ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

**Стенко Р.Р.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сытник О.Е.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

В современном развитии общества определены две значимые тенденции: информатизация и глобализация. Общемировые тенденции в России дополнены изменением системы общественных отношений и гражданско-правовой среды, что предопределило построение новой концепции бухгалтерского учета, включающей развитие методологии, принятие необходимых регулятивов, контроля достоверности финансовой информации, определение инструментов повышения качества учетно-аналитической информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности [2].

Значимой характеристикой современного бухгалтерского учета является непрекращающийся рост требований к качеству учетной информации, что предполагает процесс непрерывного совершенствования, не только со стороны государственного реформирования, но также со стороны профессионального сообщества и организаций.

Несмотря на многочисленные исследования категории «качество», вопросы системного совершенствования качества информации в бухгалтерском учете не освещены в достаточной мере [4]. Для определения направлений и инструментов развития качества учетно-аналитической информации выявим основные причины, как внутренние так и внешние, которые делают необходимым трансформацию и гармонизацию бухгалтерского учета, включая не только процесс подготовки финансовой отчетности, но и непосредственно сам учетный процесс.

Наиболее значимой причиной необходимости совершенствования финансовой отчетности для пользователей является недостаточное качество информации, представляемой в ней [3]. Организациям необходимо отражать в отчетности информацию, соответствующую ожиданиям ее пользователей.

Наиболее полное описание качественных характеристик бухгалтерской информации, на взгляд автора, содержат Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности (Framework for the Preparation of Financial Statements).

Согласно данному документу качество бухгалтерской информации рассматривается через критерий полезности с позиции принятия управленческих решений заинтересованными пользователями. Выступая в роли центрального документа для Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), Концептуальные основы подготовки и представления финансовой отчетности являются основой для выработки профессионального суждения бухгалтера, способствуя гармонизации подходов к проблеме представления бухгалтерской информации в рамках финансовой отчетности, соответствующей требованиям МСФО [1].

С этой целью качественные характеристики, которыми должна обладать информация, представляемая в финансовой отчетности, разделены на две группы:

1) основные:

- уместность,
- справедливое представление;

2) улучшающие характеристики:

- сравнимость,
- проверяемость,
- своевременность,
- понятность.

Единственным ограничением на информацию, представленную в финансовой отчетности, являются затраты [6].

Следовательно, Концептуальные основы дают общее определение качественных характеристик полезной финансовой информации, приближая к реальности (основные характеристики), совершенствуя (улучшающие характеристики) и оценивая (ограничение – затраты) данную полезность. Однако, не являясь собственно стандартом, данный документ не имеет статуса нормативного акта.

Однако формирование учетно-отчетной информации, соответствующей всем качественным характеристикам в реальной жизни остается невыполнимой задачей. Такого мнения придерживаются и Я.В. Соколов и М.Л. Пятов, объясняя свою позицию обилием разнообразных информационных интересов участников экономических отношений.

Таким образом, трудности с позиции обеспечения формирования качественной отчетности с точки зрения информационных потребностей различных заинтересованных пользователей являются основанием для дальнейшего совершенствования теории и практики бухгалтерского учета.

#### **Список литературы:**

1. Адинцова Н. П., Степанова В. В. Транспарентность как приоритетное направление повышения качества отчетности // Теория и практика бухгалтерского учета в условиях интеграции: состояние, проблемы и перспективы развития / ДонНУ, РЭУ им. Г. В. Плеханова. – Москва, Донецк: ДонНУ, 2015. – С. 3-4
2. Курманова А.Х. Концептуальные основы формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности экономического субъекта // Вестник ОГУ. – 2010. – №13 (119). – С. 21-25
3. Камысовская, С. В. Бухгалтерская финансовая отчетность: формирование и анализ показателей: учебное пособие / С. В. Камысовская, Т. В. Захарова. – М.: ФОРУМ-М, 2014. – 432 с.
4. Рожнова О. В. Актуальные проблемы финансовой отчетности / О. В. Рожнова // Международный бухгалтерский учет. – 2013. – № 15. – С. 2–8
5. Соколов Я. В. Достоверный и добросовестный взгляд на бухгалтерскую информацию / Я. В. Соколов, М. Л. Пятов // Бухгалтерский учет. – 2007. – № 5. – С. 52–56
6. Юдинцева Л.А. Проблема качества бухгалтерской информации в российских и международных стандартах

### ***ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ МСФО В РФ***

***Шелковая К.Е.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Сытник О.Е.*

***Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия***

На сегодняшний день для эффективного развития любой хозяйствующий субъект должен понимать и правильно трактовать свое финансовое положение, результаты деятельности, уметь правильно пользоваться информацией о движении денежных потоков и перспективах развития компания. Кроме того, все это необходимо знать и о компаниях – конкурентах, партнерах, взаимозависимых компаниях. Только интеграция подобной информации позволит рационально ориентироваться в рыночных условиях хозяйствования и обеспечит принятие правильных и своевременных решений.

Современное положение российской экономики характеризуется все возрастающей потребностью в инвестициях. Создается институт инвесторов для получения достоверной информации о предприятиях с целью обоснованного выбора объекта инвестирования. Данную потребность испытывают и зарубежные инвесторы, которые готовы инвестировать российские предприятия. Данные обстоятельства определяют необходимость реформирования бухгалтерского учета в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

На сегодняшний день действует 20 Положений по бухгалтерскому учету, которые разработаны в рамках реализации Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с требованиями МСФО. По большей части направлений учета соответствие ПБУ и МСФО достигнуто, это значит, что нормативная база Российской Федерации применительно к требованиям МСФО сформирована. Это позволяет обеспечить необходимой информацией заинтересованных

пользователей, в первую очередь, инвесторов. Но российские ПБУ носят обязательный характер, и в этом их коренное отличие от МСФО.

Переход России на МСФО связан с рядом трудностей. Они были выявлены в результате сравнительного анализа российских и международных правил учета. Данные факторы объединены в три группы.

Первая группа факторов обусловлена тем, что отдельные стандарты МСФО не имеют аналогов в российском учете. К примеру, российские нормативные акты не рассматривают порядок пересчета данных финансовой отчетности дочерних компаний, выраженных в иностранной валюте с гиперинфляционной экономикой. Данный порядок закреплен МСФО 21.

Вторая группа факторов связана с тем, что российская нормативная база не содержит требования по раскрытию информации, как это описано в МСФО. На практике отчет о движении денежных средств, согласно МСФО, один из основных документов и содержит детальную информацию о движении денежных потоков. В то же время требования ПБУ 4/99 гораздо уже и не равны требованиям МСФО.

Третья группа факторов определяется несоответствиями самих Положений по бухгалтерскому учету и Международных стандартов финансовой отчетности. Эти различия достаточно существенные для понимания достоверности финансовой отчетности, и поэтому они важны для многих компаний.

Кроме выше перечисленного, важным является психология российских работников бухгалтерского учета. Необходимо переломить сознание бухгалтерского сообщества и прежде всего руководителей компаний, которые несут ответственность за организацию и ведение бухгалтерского учета. Нужно, чтобы работники понимали сущность подхода к представлению и раскрытию данных финансовой отчетности. В большинстве российских компаний формирование отчетности до сих пор представляет собой формирование числовых показателей в пределах рекомендованных форм. Смысл российских ПБУ в том, что основная информация содержится в пояснительной записке, а не в отчетных формах. На сегодняшний день в отчетных формах приводится 95 % всей отчетной информации, а в пояснительной записке – 5 %. Данные показатели должны соотноситься как 40 % и 60 % соответственно.

Другим важным препятствием в переходе на МСФО выступает налоговый учет. Для бухгалтеров – практиков основные пользователи финансовой отчетности – это, прежде всего, налоговые органы. Данное обстоятельство негативно сказывается на достоверности и нейтральности формируемых показателей.

Реализации принципов МСФО мешает и тот факт, что на место прямых указаний на то, как признавать элемент отчетности, международные стандарты предлагают руководствоваться профессиональным суждением бухгалтера.

Обобщенно проблемы в области бухгалтерского учета и отчетности в России выглядят так:

- 1) отсутствие официального статуса отчетности, составляемой в соответствии с требованиями МСФО, а также необходимой структуры применения международных стандартов;
- 2) формальный подход хозяйствующих субъектов ко многим требованиям, принципам и категориям бухгалтерского учета, которые отвечают условиям рыночной экономики;
- 3) необоснованно высокие затраты субъектов на подготовку консолидированной финансовой отчетности по МСФО через трансформацию бухгалтерской отчетности, составленной по российским стандартам бухгалтерского учета;
- 4) значительное административное бремя хозяйствующих субъектов по предоставлению громоздкой и избыточной отчетности органам государственной власти, лишние затраты в связи с необходимостью вести параллельно бухгалтерский и налоговый учет;
- 5) слабость системы контроля качества бухгалтерской отчетности, в том числе невысокое качество аудита бухгалтерской отчетности;
- 6) недостаточность участия профессиональных общественных объединений и другой заинтересованной общественности, включая пользователей бухгалтерской отчетности, в регулировании бухгалтерского учета и отчетности, а также в развитии бухгалтерской и аудиторской профессий;
- 7) низкий уровень профессиональной подготовки большей части бухгалтеров и аудиторов, а также недостаточность навыков использования информации, подготовленной по МСФО [1].

Дальнейшее развитие бухгалтерского учета должно осуществляться по следующим направлениям:

- повышение качества информации, формируемой в бухгалтерском учете;

- создание инфраструктуры применения МСФО, т.е. законодательное признание МСФО в России, официальный перевод МСФО на русский язык;
- изменение системы регулирования бухгалтерского учета, разумное сочетание деятельности государственных органов и профессионального сообщества;
- усиление контроля качества бухгалтерской отчетности (создание института аудита, контрольная деятельность государственных органов, меры ответственности хозяйствующих субъектов и их руководителей);
- повышение квалификации специалистов, занятых организацией и ведением бухгалтерского учета, аудитом отчетности.

Выполнив данные задачи, будет понятно, в каком направлении двигаться дальше и каким путем распространять опыт внедрения МСФО.

Переход на МСФО должен быть взвешенным и продуманным. МСФО являются динамичной системой, развитие которой будет продолжаться еще не один год, и надо учитывать этот факт при организации перехода на МСФО.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 27.07.2010 № 208 – ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О консолидированной финансовой отчетности».
2. Гостева, Л.И. Международные стандарты финансовой отчетности / Л.И. Гостева, - Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ, 2013. – 85 с.
3. Сытник О.Е. Подготовка отчетности по МСФО собственными силами организации / О.Е. Сытник, С.А. Тунин, - Аграрная наука. Творчество. Рост. – 2015. – с.120 – 123.

### **ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Шелковая К.Е.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Кулиш Н.В.*

**Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия**

Малое предпринимательство – наиболее инициативный и предприимчивый сектор экономики. Именно на него должно делать ставку государство, решая экономические проблемы. Малое предпринимательство влияет на развитие здоровой конкуренции, создание рабочих мест, генерирование инновационных идей.

К малым предприятиям относятся юридические лица и индивидуальные предприниматели, отвечающие следующим требованиям:

- суммарная доля участия РФ, ее субъектов, иностранных граждан и организаций в уставном капитале не должна превышать 25 %;
- доля участия юридических лиц в уставном капитале не должна быть больше 25 %;
- средняя численность работников не должны быть больше 100 человек;
- выручка от реализации за предшествующий календарный год не должны превышать 400 млн рублей [3].

Примерами стран с развитым малым бизнесом могут служить Соединенные Штаты Америки, Япония, страны Европейского Союза. Доля малого и среднего бизнеса в этих странах в ВВП составляет 50 – 60 %. В последнее время в России наблюдается некоторое снижение количества предприятий малого бизнеса, предприятия чаще закрываются, чем создаются, что обусловлено кризисным состоянием российской экономики.

Одной из основных проблем бухгалтерского учета на малых предприятия является несовершенство нормативно – правового регулирования. Наиболее остро данный вопрос встал в связи с выходом закона № 402 – ФЗ от 06.12.2011 года «О бухгалтерском учете». Данный закон обязал вести бухгалтерский учет все экономические субъекты, за исключением индивидуальных предпринимателей и лиц, занимающихся частной практикой [1].

Выход данного закона увеличил количество вопросов. К примеру, следует ли вести бухгалтерский учет предпринимателям, находящимся на упрощенной системе налогообложения или едином налоге на вмененный доход.

Министерство финансов издало письмо, в котором пояснило, что к индивидуальным предпринимателям относятся:



- являющиеся сельскохозяйственными товаропроизводителями и уплачивающие ЕСХН;
- применяющие ЕНВД;
- применяющие ПСН;
- находящиеся на общей системе налогообложения и уплачивающие НДФЛ.

Исходя из этого письма, все индивидуальные предприниматели могут не вести бухгалтерский учет. Однако такая нечеткая формулировка в законе способствовала непониманию предпринимателей.

Предыдущий закон № 129 – ФЗ «О бухгалтерском учете» освобождал от ведения бухгалтерского учета юридических лиц на УСН. С выходом закона № 402 – ФЗ «О бухгалтерском учете» данные субъекты стали обязаны вести бухгалтерский учет в полном объеме. Данное обстоятельство повлекло множество проблем, такие как формирование начальных остатков по счетам, разработка новой учетной политики и т.д.

Процедура перехода к полному ведению бухгалтерского учета отсутствует, что создает препятствия для развития малого бизнеса. Таким образом, новый закон «О бухгалтерском учете» прибавил работу бухгалтерам малых предприятий и увеличил управленческие расходы.

Нельзя не упомянуть о такой проблеме бухгалтерского учета, как низкая информативность бухгалтерской отчетности. Эта проблема затронула и малые предприятия. В соответствии с приказом Министерства финансов РФ от 17.08. 2012 года № 113, для малых предприятий были утверждены упрощенные формы бухгалтерской отчетности. Нельзя однозначно сказать, что данные изменения можно считать правильными. Это не решает главную проблему – предоставление отчетности инвесторам, которых по-прежнему интересует малый бизнес. На сегодняшний день, чтобы привлечь внимание инвесторов, предприятие должно перерасти в среднее и достичь определенных успехов.

Еще одна проблема – сближение бухгалтерского и налогового учета. А теперь, когда вести бухгалтерский учет обязаны и субъекты малого бизнеса, применяющие упрощенную систему налогообложения, эта проблема стала еще актуальней. Задача сближения бухгалтерского и налогового учета должна стоять не на уровне предприятий, а на уровне организаций. В данном случае можно обратиться к Международным стандартам финансовой отчетности, где роль профессионального суждения бухгалтера главенствует над юридической формой во многих ситуациях [2].

Хочется отметить, что 27.07.2010 года вышел закон «О консолидированной финансовой отчетности», согласно которому финансовая отчетность всех общественно значимых организаций должна быть составлена в соответствии с МСФО. Безусловно, еще рано говорить о внедрении МСФО на малых предприятиях, но нужно четко понимать, что если Российская Федерация хочет быть активным участником международных отношений, применение Международных стандартов неизбежно. Малый бизнес должен максимально исключить все трудности, связанные с переходом на МСФО.

Таким образом, сделаем вывод, что на сегодняшний день нормативно – правовое регулирование бухгалтерского учета пока не в состоянии предоставить малому бизнесу тех условий функционирования, которые необходимы этому сектору для успешного развития. Многие положения в отношении субъектов малого бизнеса устарели, многие недостаточно четко прописаны и способствуют возникновению еще большего количества вопросов. Некоторые положения вообще идут в разрез с потребностями малых предприятий.

Для реальной оптимизации ведения и нормативно – правового регулирования бухгалтерского учета необходимо объединить все правила и альтернативные возможности ведения бухгалтерского учета в одном документе. Возможно, это мог бы быть план счетов для малых предприятий с инструкцией по его использованию, а также правилами составления бухгалтерской отчетности. Также можно ввести комплексное положение по бухгалтерскому учету и отчетности для малых предприятий, как единый документ, на который можно ссылаться всем субъектам малого предпринимательства.

Необходимо понимать, что малый бизнес – основа развития экономики и необходимо делать все возможное, что облегчить работу бухгалтерии на малых предприятиях, создать все условия для успешного развития данных предприятий и устранить имеющиеся недочеты в системе нормативно – правового регулирования учета малых предприятий.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402 – ФЗ «О бухгалтерском учете»

2. Костин, С. Большая отчетность малых предприятий / С. Костин, - Финдиректор. 2016, № 3. с.38 – 42
3. Акимов, О.Ю. Малый и средний бизнес / О.Ю. Акимов, - Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 201 с.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ**

**Остапенко Е.А., Лапина Е.Н.**

**Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия**

В 2015 году экономика впервые с 2009 года вступила в рецессию, реальный ВВП снизился на 3,7%, в основном – в результате снижения потребительской активности и покупательной способности населения. Рост инфляции существенно опередил номинальный рост заработной платы (12,9% против 4,6%), прирост депозитов вернулся к уровню 2011 года, что привело к снижению объемов розничного товарооборота на 10% в реальном выражении.

Наблюдающиеся макроэкономическая неопределенность и высокие процентные ставки привели к сохраняющемуся третий года подряд сокращению реального объема инвестиций в основной капитал (-8,4% за 2015 год), преимущественно за счет снижения инвестиций в строительном секторе, секторе соцслужб, инфраструктуре (транспорте и электроэнергетике) и металлургии.

С конца 2014 года Правительство начало реализовывать антикризисный план. Большая часть его мер была рассчитана на реализацию в течение 2015 года и ориентирована на компенсацию и использование эффектов от девальвации рубля. Наиболее оперативными были решение о докапитализации крупных банков (на 1 трлн руб., принято в конце 2014 года), а также программа субсидирования ипотечных ставок при покупке недвижимости на первичном рынке, профицит которой образовался на рынке в результате рекордного объема ввода жилой недвижимости (84,2 млн м<sup>2</sup> в 2014 году, 83,8 в 2015 году).

Это, однако, не удержало ипотечный рынок от падения – объем выдачи кредитов сократился на 35%; кроме того, продолжила снижаться активность в строительном секторе.

Меры поддержки промышленности и развития импортозамещения рассчитаны на более долгий срок, и их эффекты не успели проявиться в 2015 году. Индекс промышленного производства за год снизился на 3,4%. Активы банковской системы за год выросли незначительно (+6,9%), при этом основной вклад в рост активов внесла курсовая переоценка валютных активов (с поправкой на нее активы снизились на 1,6%). Кредитная активность существенно замедлилась (+0,1%; здесь и далее – с учетом переоценки), в результате ускоренного погашения кредитов физическими лицами (объем портфеля -6,3%) и медленного роста портфеля кредитов юридическим лицам (+2,5%). Вместе с тем, снижение потребительской и инвестиционной активности привели к росту объема сбережений населения (на 16,8%) и предприятий (на 2,7%), что привело к увеличению доступности сравнительно дешевого фондирования и позволило банкам начать снижать задолженность перед Банком России.

Ослабление рубля привело к существенному росту валютизации депозитов (с 18,6% в конце 1 полугодия 2014 года до 29% в конце 2015 года), что способствовало росту чистых иностранных активов банковской системы с 79 до 97 млрд долл. Ухудшение финансового положения предприятий и населения привело к росту просроченной задолженности по кредитам (с 4,8% до 6,9%, в том числе населения – с 5,9% до 8,1%), что вынудило банки активно наращивать резервы под возможные потери и привело к существенному падению прибыли банковской системы.

Наиболее пострадавшими оказались розничные банки, бывшие лидерами роста в 2011-2014 гг. В первом квартале 2015 года рейтинговые агентства «Большой тройки» понизили суверенные рейтинги России: Fitch Ratings – с «BBB» до «BBB-» с «негативным» прогнозом, Standard & Poor's – с «BBB-» до «BB+» по обязательствам в иностранной валюте, с «BBB» до «BBB-» – по обязательствам в национальной валюте, Moody's – с «Baа2» до «Ba1» с «негативным» прогнозом.

Рейтинговое агентство Dagong в начале 2015 года подтвердило суверенный кредитный рейтинг России в национальной и иностранной валюте на уровне «А» со «стабильным» прогнозом. Глобальная макроэкономическая обстановка по-прежнему остается неустойчивой.

Однако потенциал дальнейшего падения цен ограничен, дисбаланс спроса/предложения будет сокращаться на фоне сокращения объемов инвестиций в добычу нефти, что будет способствовать стабилизации и постепенному восстановлению цен на нефть. Замедление темпов роста экономики и

снижение реальных располагаемых доходов приводят ухудшению состояния заемщиков и росту кредитного риска, что вынуждает банки существенно наращивать резервы [1].

Управление рисками в Группе Газпромбанк (Акционерное общество) осуществляется Правлением под контролем Совета директоров Банка ГПБ (АО), а также органами управления участников Группы (рисунок 1).

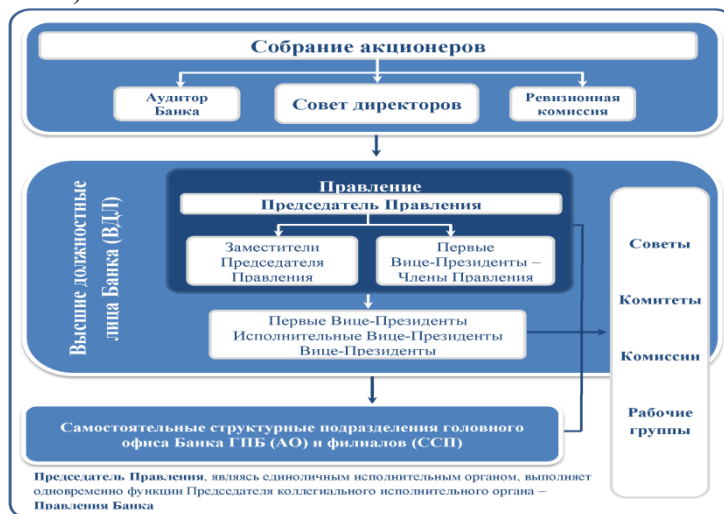


Рисунок 1 – Управление рисками в банке

Управление рисками лежит в основе банковской деятельности и является неотъемлемым элементом операционной деятельности. Стратегическими целями управления рисками является обеспечение долгосрочной финансовой устойчивости, соблюдение баланса доходности и уровня принимаемых рисков и максимизация акционерной стоимости Банка ГПБ (АО).

Для оценки финансовой устойчивости используются показатели риска Группы в целом и/или отдельных портфелей и/или направлений бизнеса. Целевой уровень финансовой устойчивости обеспечивается установлением количественных и/или качественных ограничений на отдельные виды рисков, а также на совокупный уровень риска.

Совокупность установленных для данных показателей целевых значений представляет собой аппетит к риску, под которым понимается совокупный предельный размер рисков, который Группа готова принять для достижения целевых показателей доходности для акционеров (далее - Аппетит к риску).

Система управления рисками охватывает, прежде всего, следующие наиболее значимые виды рисков:

- кредитный риск, представляющий собой риск финансовых потерь, возникающих в результате неисполнения обязательств заемщиком или контрагентом (в том числе риск концентрации);
- рыночный риск, представляющий собой риск потерь, вызванных неблагоприятным изменением справедливых цен на финансовые активы и обязательства Группы;
- операционный риск, связанный с потерями в результате недостаточности или неэффективности внутренних процессов, действий персонала и третьих лиц, сбоев в работе применяемых Банком информационных, технологических и других систем, или под влиянием внешних событий;
- риск ликвидности, связанный с возможными убытками, обусловленными недостаточной сбалансированностью по срокам между финансовыми активами и финансовыми обязательствами Группы;
- риск инвестиций в долевые ценные бумаги, доли участия и паи паевых инвестиционных фондов, связанный с возможными потерями в результате прямого инвестирования в капиталы юридических лиц;
- риск секьюритизации обусловленные участием Группы в сделках с ценными бумагами, обеспеченными финансовыми активами, генерирующими стабильные денежные потоки.

Значимость указанных рисков для деятельности Группы определяется особенностями бизнес-модели и направлениями развития Группы.

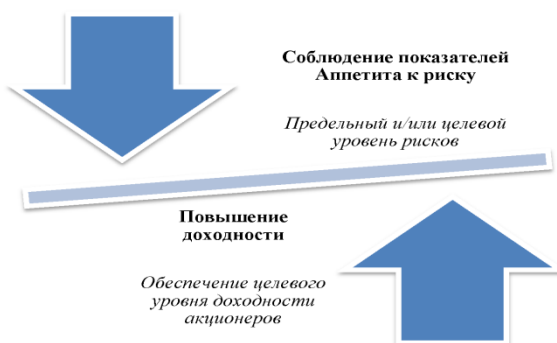


Рисунок 2 – Роль Appetita к риску в управлении рисками

На рисунке 3 представлена подверженность основных банковских операций указанным видам риска.



Рисунок 3 – Подверженность рискам банковских операций

В Группе действует единая система, которая позволяет объединить методы управления рисками и обеспечить контроль за управлением рисками в отдельных организациях, входящих в Группу. Подходы к оценке кредитного риска включают в себя сочетание качественной (экспертной) и количественной (статистической) оценки кредитного риска.

Доля просроченных ссуд в течение анализируемого года имеет тенденцию к увеличению. Доля резервирования на потери по ссудам в течение года и последнего полугодия имеет тенденцию к увеличению. Сумма норматива размера крупных кредитных рисков Н7 (макс.800%) в течение года и последнего полугодия имеет тенденцию к увеличению.

Уровень просроченных ссуд на последнюю дату ниже среднего показателя по российским банкам (около 3-4%).

Уровень резервирования на последнюю рассматриваемую дату соответствует среднему показателю по российским банкам (около 10-11%).

Таблица 1 – Динамика показателей кредитного риска банке

Наименование показателя	01.06.	01.07.	01.08.	01.09.	01.10.	01.11.	01.12.	01.01.	01.02.	01.03.	01.04.	01.05.
Доля просроченных ссуд	1.2	1.3	1.3	1.4	1.4	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7	1.8	1.9
Доля резервирования на потери по ссудам	6.8	7.2	8.4	8.7	9.1	9.0	9.0	9.4	9.8	9.2	10.0	10.0
Сумма норматива размера крупных кредитных рисков Н7 (макс.800%)	353.4	376.5	431.7	305.9	305.2	337.8	314.2	334.3	376.1	370.3	356.6	372.8

В целях всесторонней характеристики кредитного риска проводится оценка размера активов, подверженных кредитному риску, в разрезе типов контрагентов и видов активов (банковских продуктов).

Наибольший удельный вес в активах, подверженных кредитному риску, занимают ссуды в объеме 3 667 352 380 тыс. руб. (около 81% от общего объема активов). Данный факт обусловлен преобладанием в Группе бизнес-модели, основанной на кредитовании корпоративных и розничных клиентов.

На рисунке 4 представлена структура активов, подверженных кредитному риску, за вычетом резерва на возможные потери за 31.12.2015 года в разрезе типов клиентов.

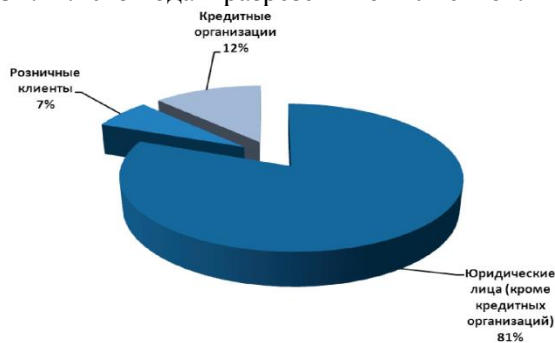


Рисунок 4 – Структура активов, подверженных кредитному риску по типу клиентов

За рассматриваемый период произошло увеличение доли ипотечных ссуд за счет сокращения потребительских, жилищных ссуд (кроме ипотечных ссуд) и прочих ссуд и активов (рисунок 5).

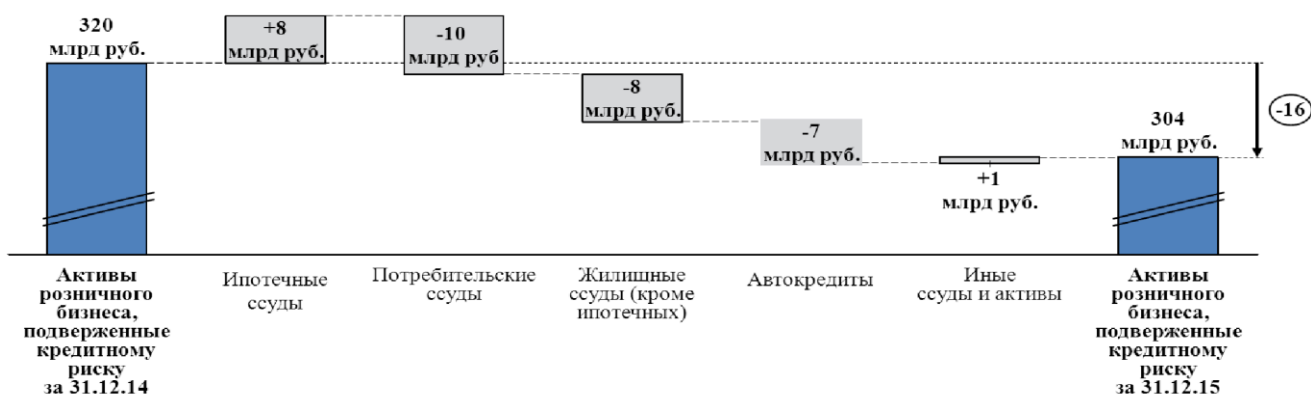


Рисунок 5 - Динамика изменения розничных активов

Процесс управления рыночными рисками в Группе включает в себя: Анализ рыночных рисков при установлении лимитов. Установление лимитов на операции с ценными бумагами и производными финансовыми инструментами происходит с учетом рыночных риск-факторов (рыночной ликвидности, волатильности, уровня доходности). Группа использует разнообразные методологические подходы для измерения данных видов риска. Для оценки валютного риска и ценовых рисков применяется методология оценки стоимости под риском (VaR с доверительным уровнем 98.8%, горизонтом прогноза 10 дней). Для оценки процентного риска используется анализ чувствительности. На следующем рисунке представлено изменение величины рыночного риска

Таким образом, наличие эффективной и современной системы управления рисками, интегрированной во все направления деятельности Банка ГПБ (АО) и участников Группы, является одним из неотъемлемых условий успешной деятельности. Разработка и внедрение эффективных контрольных процедур – важнейшая составляющая системы риск-менеджмента, необходимая для принятия сбалансированных с точки зрения рисков и доходности решений на всех уровнях управления. Группа имеет многоуровневую организационную структуру управления рисками [2].

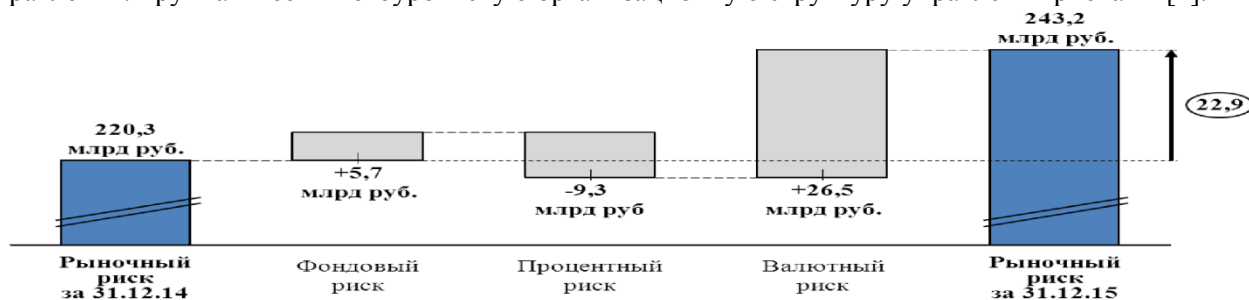


Рисунок 6 – Динамика рыночного риска

### **Список литературы:**

1. Агаркова, Л.В. Современные проблемы управления финансами и кредитом / Л.В. Агаркова, Т.Г. Гурнович, В.В. Агарков, И.М. Подколзина, Е.П. Томилина, С.Г. Шматко С.Г. // учебно-методическое пособие / Ставрополь, 2013.
2. Гурнович, Т.Г. Разработка конкурентной стратегии субъекта банковского предпринимательства / Т.Г. Гурнович, А.А. Штоколов // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2010. № 2. С. 194-203.

## **ПРОБЛЕМЫ МЕТОДИЧЕСКОГО И НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В РОССИИ**

**Мальцева М.Н.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Кулиш Н.В.*

**Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия**

Малые предприятия – это очень важная часть рыночной экономики, без которой невозможно эффективное развитие экономики страны. Чтобы обеспечить стабильный экономический рост государству необходимо делать ставку на предприятия малого бизнеса, как более гибкого и инициативного сектора экономики.

Критерии отнесения организаций к субъектам малого предпринимательства были определены Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2016). В данном законе говорится, что малые предприятия – это юридические лица и ИП, которые отвечают представленным требованиям:

- суммарная доля участия Российской Федерации, ее субъектов, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных, а также религиозных организаций не может быть больше 25 % в уставном капитале;
- доля участия, которая принадлежит одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не может быть выше 25 %;
- средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна быть более 100 человек;
- выручка от реализации товаров (работ, услуг) без НДС за предшествующий календарный год должна быть менее 400 млн. руб. [2].

Малый и средний бизнес в России еще недостаточно развит, однако за последние год наблюдается рост данных видов предпринимательства. Так, в период с 2013 по 2016 год наблюдался рост малого предпринимательства с 2063,1 тыс. до 238,796 тыс.

Важная проблема бухгалтерского учета для предприятий малого бизнеса – это несовершенство нормативно-правового регулирования учета, отчетности, а также налогообложения. Более сильно данная проблема настигла малое предпринимательство в 2013 году. Тому поспособствовал новый Федеральный закон № 402 «О бухгалтерском учете». Он обязывал вести бухгалтерский учет всех экономических субъектов.

В разъяснениях Минфина РФ было сказано, что индивидуальные предприниматели, которые применяют упрощенную систему налогообложения, сельскохозяйственные товаропроизводители, уплачивающие единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), применяют Единый налог на вмененный доход (ЕНВД), находятся на патентной системе налогообложения, то есть практически все ИП вправе не вести бухгалтерский учет. Но все же данная формулировка закона заставила волноваться индивидуальных предпринимателей.

До 2013 года в соответствии со статьей 4 Закона № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» юридические лица, применяющие упрощенную систему налогообложения, были освобождены от обязательного ведения бухгалтерского учета[1].

Но с 2013 года данные субъекты экономики были обязаны вести бухгалтерский учет в полном объеме. Это образовало такие проблемы как:

- формирование начальных остатков по счетам;
- разработка новой учетной политики и прочее.

Отсутствие процедуры перехода от упрощенной системы ведения бухгалтерского учета к его ведению в полном объеме мешает быстрой адаптации малого бизнеса к новым условиям, а также его развитию.

Один из элементов системы управления – это управленческий учет. Он призван обеспечить руководство организации своевременной и достоверной информацией, для последующего ее анализа и принятия продуктивного управленческого решения.

На сегодняшний день было бы неправильно недооценивать роль автоматизированного управленческого учета на предприятии. Грамотный управленческий учет способствует оперативному реагированию на текущие изменения в деятельности организации, а также своевременному принятию управленческих решений. Для того чтобы внедрить систему управленческого учета необходимо дорабатывать имеющиеся программы по ведению бухгалтерского учета или же использовать собственные программные продукты.

Но с другой точки зрения, ведение бухгалтерского учета и составление бухгалтерской отчетности (что является обязательным для всех организаций вне зависимости от применяемой системы налогообложения) - это обязательные части единого бухгалтерского процесса. Составление достоверной бухгалтерской отчетности без данных бухгалтерского учета практически невозможно. Из вышеизложенного можно сделать вывод, что норма, которая разрешает не вести бухгалтерский учет при сохранении фактической обязанности составлять бухгалтерскую отчетность, являлась неработающей, а значит, что ее отмена вполне оправдана.

Вполне логично возникает необходимость разработки упрощенных правил бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности. Упрощенные способы ведения бухгалтерского учета, которые действуют на данный момент распространяются лишь на субъекты малого бизнеса-участников проекта «Сколково», а также микропредприятия и социально ориентированные некоммерческие организации.

Данный упрощенный способ ведения бухгалтерского учета для микропредприятий и социально ориентированных некоммерческих организаций подразумевает ведение бухгалтерского учета без применения принципа двойной записи (запись делается только по одному счету, без корреспондирующей пары). В данном способе есть и существенные проблемы. Одной из них можно выделить тот факт, что двойная запись является своего образом способом проверки отражения операций. Это позволяет обеспечить принцип: актив равен пассиву, а дебет равен кредиту. А если показатели в оборотной ведомости по дебету и кредиту не сходятся, значит, где-то закралась ошибка. А значит, использование предлагаемого Минфином принципа простой записи лишает работника бухгалтерии самопроверки [3].

Кроме того, при ведении учета без применения метода двойной записи могут возникнуть трудности технического характера. Дело в том, что для записей по одному счету, без корреспондирующей пары, в бухгалтерских программах отсутствуют типовые документы. А это значит, что такие проводки придется делать вручную. Бухгалтер, который будет отражать такие операции, должен точно знать, на каком счете и по дебету или кредиту нужно учитывать ту или иную сумму. Так что обойтись в этом случае без профессионального бухгалтера в штате, скорее всего, не удастся. Да и любой профессионал подтвердит, что предложенная возможность весьма сомнительна, а вести учет в классическом виде гораздо проще, ведь бухгалтерский стандарт применяется в практически неизменном виде уже не один год.

Следующей проблемой, которая существует в системе учета в малом предпринимательстве выступает соединение таких видов учета, как бухгалтерский и налоговый. После принятия нового ФЗ «О бухгалтерском учете» и установлении обязанности вести бухгалтерский учет малые предприятия, которые используют упрощенную систему налогообложения, данная проблема стала более актуальна. До этого с ней сталкивались лишь организации на общей системе налогообложения при расчете налога на прибыль.

Соединить бухгалтерский и налоговый учет на предприятиях малого бизнеса поможет унификация и отражение в учетной политике тех способов их ведения, в отношении которых действующим законодательством предоставлено право выбора. Если сблизить нормы налогового регулирования бухгалтерского учета с данными реалиями его ведения, то это существенно упростит жизнь малому предпринимательству. В данном случае уместен пример с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО), где роль профессионального мнения бухгалтера превосходит юридическую форму в большинстве ситуаций.

Говоря о МСФО, стоит отметить, что 27.07.2010 года был принят Федеральный закон «О консолидированной финансовой отчетности», в котором говорится, что финансовая отчетность всех общественно значимых организаций должна быть составлена в соответствии с требованиями МСФО. Стандарт МСФО для малого и среднего предпринимательства был принят Советом по МСФО 9 июля 2009 года. Данный стандарт выделяет следующие цели:

-упростить требования к учету малого и среднего предпринимательства;  
-сократить издержки, а также усилия предприятия для подготовки финансовой отчетности;  
-показать информацию, которая учитывала бы специфику малого и среднего предпринимательства.

Конечно, еще рано говорить о внедрении МСФО на малых предприятиях, но необходимо понимать, что при желании России являться активным участником международных рыночных отношений, применения МСФО неизбежно [3]. Касательно объектов малого бизнеса, это значит, что нормативно-правовое регулирование должно быть максимально отлажено в целях снижения трудностей при принятии Международных стандартов финансовой отчетности.

Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время в России, нормативно-правовое регулирование ведения бухгалтерского учета пока еще не может предоставить объектам малого бизнеса необходимых условий функционирования, позволяющих в полной мере способствовать развитию этого сектора предпринимательства в Российской Федерации. Большинство положений, которые предусматривают особые правила ведения бухгалтерского учета и отчетности в отношении субъектов малого бизнеса устарели, недостаточно четко прописаны законодательно или идут в разрез с потребностями малого предпринимательства. Поэтому для существенного упрощения ведения бухгалтерского учета на таких предприятиях имеет место необходимость объединения всех правил и альтернативных возможностей ведения бухгалтерского учета в одном нормативном документе.

#### **Список литературы:**

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая), от 26.01.1995 №14 – ФЗ (ред. от 23.05.2016). – М.: Омега-Л, 2016. – 570 с.
2. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учете: утв. Указом Президента РФ от 6.12.2011 г. № 402 – ФЗ (ред. от 23.05.2016). - М.: Омега-Л, 2016. – 21с.
3. Абова Т.Е., Кабалкина А.Ю. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. - М.: Издательство "Юрайт", 2014. - 397с.
4. Ильин, И.А. Общее учение о праве и государстве // Ильин И.А. Теория права и государства / Под ред. и с предисл. В.А. Томсинова. - М.: Издательство "Зерцало", 2013. - 589 с.



## Подсекция 7.4. Реклама и маркетинг в АПК

### ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ЖИЗНИ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ

Соловьева А.С., Шилыева В.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Бордаченко Н.С.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Население крупных городов постоянно пополняется за счет приезжих. Значительную часть из них составляют молодые люди из малых городов, деревень и поселений России. Отток молодежи из малых городов имеет ряд негативных последствий для городской структуры, а именно приводит к сокращению численности, старению населения, снижению интеллектуального потенциала. Но, самое страшное, к естественной гибели малых городов и поселков.[1]

К числу факторов, стимулирующих миграцию, относятся перспективы трудоустройства, возможности самореализации и карьерного роста, притягательная инфраструктура большого города. К факторам, сдерживающим отток молодежи из малых городов, относятся низкий уровень материального благосостояния, любовь к малой Родине, опасения не получить желаемых результатов от переезда в большой город. Ситуация в родительской семье, такая как сильная привязанность к родным, может как стимулировать, так и сдерживать миграцию. Но, все же, процент молодых людей, остающихся в своих родных местах, а также, возвращающихся туда после получения образования, совсем не велик. [1]

В сельской местности наблюдается большой отток молодежи и приток из городов лиц старшего поколения, что приводит к неправильному демографическому балансу. Во многих сельских районах исчерпан внутренний потенциал демографического воспроизводства, идет процесс старения и сокращения численности, происходит интенсивная убыль сельского населения. В отдельных селах доля старших возрастов составляет 80–90 %. Для гендерной структуры сельских жителей характерно более, чем двукратное превышение числа женщин в старших возрастных группах. [2]

Изучая данную проблему, была сделана выборка, на основе которой можно составить анкету, объясняющую отток населения, в частности, по Красноярскому краю.

Численность молодежи в городе Красноярске составляет около 300 тысяч человек. А при любой генеральной совокупности более 50 000 человек выборка будет равняться 384 человека при доверительной вероятности 95% и погрешности 5% или (при доверительном интервале  $95 \pm 5\%$ ). При проведении 100 исследований с такой выборкой (384 человека) в 95 % случаев получаемые ответы по законам статистики будут находиться в пределах  $\pm 5\%$  от исходного. И мы получим выборку с минимальной вероятностью статистической ошибки.

Данный опрос был проведен для того, чтобы представить общую картину мнения молодежи г. Красноярска по отношению к жизни в сельской местности; узнать, какие именно причины останавливают молодых людей от переезда в деревню(поселок, село), также, опираясь на результаты опроса, планируется разработка мероприятия и модели привлекательности сельских территорий для молодежи.

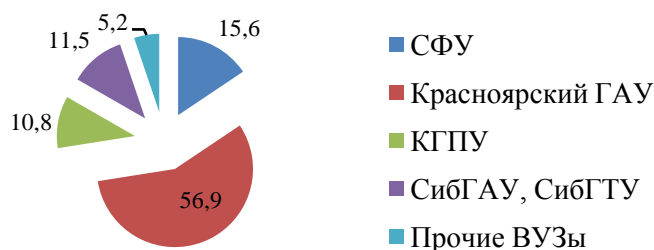


Рисунок 1 – Структура респондентов в зависимости от ВУЗа

Всего было опрошено 392 человека. Из них 28,9% - мужчины, 71,1% - женщины. Большинство из них молодые люди в возрасте от 17 до 23 лет (17-20 – 44,7% ; 21-23 – 44,1%). Больше количество опрашиваемых учатся в Красноярском ГАУ, остальные являются студентами, либо уже закончили другие высшие учебные заведения (СФУ, КГПУ, Опорный Университет и т.д.).

Больше 80% анкетированных не хотели бы жить в сельской местности, около 15% дали положительный ответ, 10,6% - не определились в своем окончательном выборе. Весомое

большинство респондентов не хотели бы работать на сельскохозяйственном предприятии, 3,3% опрошиваемых обозначило свое отсутствие интереса и важности в выборе рабочей деятельности, 8,6% согласны связать свою деятельность с сельскохозяйственной отраслью.

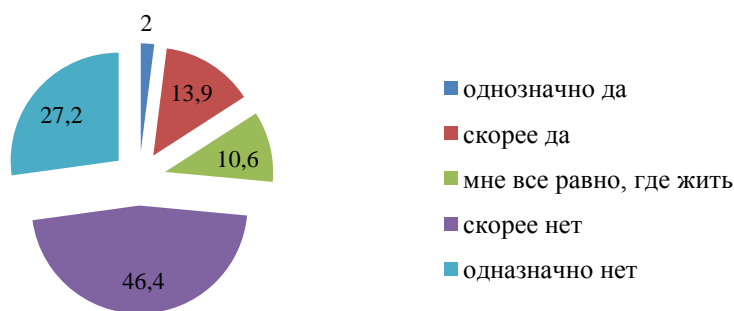


Рисунок 2 – Оценка желания молодежи проживать в сельской местности

73% молодых людей хотели бы иметь свой бизнес, и лишь 21,7% процент опрошенных изъявили желание связать свою жизнь с сельским хозяйством. Не представляют свое будущее в сельской местности 71,5% анкетированных, основная масса оставшихся может представить себя сельскими жителями.

Большинство опрошиваемых считает, для того, чтобы сельский образ жизни стал привлекательным для молодежи нужно развивать социальную инфраструктуру. Приблизительно одинаковое количество человек проголосовало за создание рабочих мест по различным специальностям для молодых специалистов, увеличение заработной платы и улучшение условий труда. 34,2% - возможность полноценной самореализации и престижность сельского труда. На одном уровне респонденты выделяют перспективы личностного и профессионального роста, хорошие бытовые условия, доступное и комфортное жильё.

19,7% проголосовали за масштаб общения с людьми, а 13,8% посчитали, что сельский образ жизни никогда не станет привлекательным. При условии того, что все желания респондента относительно жизни в деревни будут выполнены, 71,7% опрошиваемых смогли бы жить в сельской местности. 16,4% затруднились с ответом. Больше 10% при любых условиях не переехали бы в деревню на постоянное место жительства.



Рисунок 3 – Мнение респондентов о том, чего не хватает в деревне для того, чтобы сельский образ жизни стал привлекательным для молодежи

Детально проработав все пункты проведенного опроса, можно сделать вывод. Сельская местность не может предоставить современной молодежи инфраструктуры большого города. Дети 21 века нуждаются в развитой сфере культуры и творчества, достойном образовании и достойной заработной плате. Современная сельская местность не может обеспечить ни одного из требуемых подпунктов. Отсутствие работы в деревнях и селах делает жизнь в них труднодоступной даже для коренных жителей, и никак не привлекает туда молодежь, имеющую цель встать на ноги и приобрести от своих семей финансовую независимость. Сельским жителям нечем занять свое

свободное время. Нехватка развлечений в свободное от работы время, мест общественного посещения, отсутствие взаимодействия с людьми в специально отведенных местах так же не добавляет «малой Родине» привлекательности. Частое отсутствие мест работы и жизнедеятельности для молодых специалистов просто вынуждает их покинуть деревни с целью найти свое место в поселении где эти места есть.

Решение данной проблемы невозможно за краткий период времени и проходит через открытие малых предпринимательств, развитие культурного досуга и повышение заработной платы достойной поддержанию жизни без нужды, финансовых и духовных потребностей.[1]

#### **Список литературы:**

1. Бобылева Татьяна, Видяева Юлия, Кухтина Кристина, Рыженкова Яна. Исследовательская работа по теме: «Проблема оттока молодежи из города и района»
2. Садыков Рамиль Мидхатович, научная статья «Актуальные проблемы села и политика в сфере занятости сельской молодежи».

### ***БРЕНДИНГ ГОРОДА ДИВНОГОРСКА КАК ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ***

***Лукьянчук Ю.О.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Карелин О.И.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Бренд — это идентичность города, отраженная в его имидже, значит, брендинг — это процесс, а вернее, процессы, которые, во-первых, ведут к совершенствованию, развитию идентичности и имиджа, а во-вторых, позволяют добиваться частичного или полного отражения одного в другом.[1]

Туристическая дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, составляющая цель путешествий; обладающая необходимой инфраструктурой и представляющая конкурентный субъект на рынке туризма.[2]

Для выявления проблемных точек в развитии брендинга города Дивногорска, как туристической дестинации мы провели анализ состояния сферы туризма на данной территории тремя методами. Во-первых, разработали SWOT анализ, где выявили сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.

Во-вторых, провели анкетирование среди трех групп респондентов: жители, гости города и работники, занятые в сфере туризма и, в-третьих, проработали декомпозицию проблем.

Обработав полученные результаты, мы пришли к следующим выводам: на территории муниципального образования есть что посмотреть, есть где разместиться, высокая транспортная доступность, качество сервиса выше среднего и конечно Дивногорск экологически чистый город, но также выявлены следующие недостатки- мало информации о Дивногорске как туристической дестинации, слабая интеграция массовых мероприятий и туризма и, пожалуй основное-нескоординированная деятельность органов местного самоуправления, организаций, учреждений, производителей в комплексном развитии туристической сферы.

Определив проблемы в сфере туризма, мы выработали цель: повысить узнаваемость МО г.Дивногорска и рост туристического потока. Для достижения поставленной цели обозначены три задачи. Первая, продвижение территории МО г.Дивногорска на рынке туристических услуг, вторая, организация взаимодействия между участниками туристической индустрии, в том числе с органами местного самоуправления и третья, формирование информационной среды гостеприимства.

Для решения поставленных цели и задачи предлагаем следующий механизм: создание ТурИнфоЦентра с организационно-правовой формой некоммерческая организация(НКО). Преимущества НКО заключаются в том, что НКО является переговорной площадкой общества, бизнеса и власти, некоммерческой платформой для разработки консолидированной стратегии развития туристической отрасли, и, что не мало важно, позволит скооперировать ресурсы в условиях конкуренции.

Таблица 1. SWOT-анализ туристической сферы г. Дивногорска

<b>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ – S</b>	<b>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ – W</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- экологически чистая территория (низкий уровень выбросов загрязняющих атмосферу веществ, качество воды по всем показателям, предъявляемым санитарными нормами и правилами удовлетворительное);</li> <li>- достаточное количество аттракторов (объектов притяжения туристов): памятников природы, объектов культурно-исторического наследия;</li> <li>- наличие на территории естественных природных условий для развития спортивного, активного и экстремального туризма;</li> <li>- сформированная сеть средств коллективного размещения для всех категорий потребителей;</li> <li>- удобная локализация по отношению к транспортным (автомобильным, железнодорожным) коммуникациям Сибирского Федерального округа;</li> <li>- активная позиция в развитии туризма органов местного самоуправления города, представителей деловых кругов;</li> <li>- наличие заинтересованности предпринимательства в инвестировании в сферу туризма и строительство объектов туристской инфраструктуры</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие земельных участков в зонах возможного затопления;</li> <li>- недостаточная информированность о Дивногорске как о туристской дестинации, в том числе в сети Интернет, отсутствие активного продвижения города на внутрироссийском и международном туристских рынках;</li> <li>- слабая интеграция массовых мероприятий и туризма, недостаточное использование событийного потенциала в туристских целях, невысокая информированность населения о мероприятиях, проводимых в городе;</li> <li>- отсутствие информационно-туристического центра, путеводителей, указателей на автодорогах о памятниках природы и др. местах и связанных с ними легендах;</li> <li>- утрата инфраструктуры речного транспорта;</li> <li>- отсутствие общей логистики объектов туристического притяжения и индустрии;</li> <li>- ряд объектов туристского показа не имеют доступности общественным транспортом;</li> <li>- отсутствие прямой транспортной доступности города в рамках направления основных современных туристических потоков;</li> <li>- высокая стоимость транспортных перевозок для жителей других регионов и стран;</li> <li>- недостаточно развитая придорожная инфраструктура;</li> <li>- отсутствие единой стратегии развития туризма в городе: нескоординированная деятельность органов местного самоуправления, организаций, учреждений, производителей;</li> <li>- отсутствие полной отраслевой статистики</li> </ul>
<b>ВОЗМОЖНОСТИ – O</b>	<b>УГРОЗЫ – T</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- политическая, организационная и методическая поддержка развития туризма на федеральном уровне;</li> <li>- привлечение на развитие индустрии туризма, реализацию значимых мероприятий и проектов дополнительных средств в рамках федеральных и краевых программ, внебюджетных источников;</li> <li>- повышение спроса на услуги активного, экстремального, промышленного туризма, на первозданные территории;</li> <li>- восстановление российского рынка краткосрочных поездок (туров выходного дня);</li> <li>- рост патриотических настроений гражданского общества Российской Федерации, в том числе в среде молодежи;</li> <li>- установление контактов с турагенствами других регионов;</li> <li>- интеграция производственных мощностей в промышленный туризм;</li> <li>- создание тренировочной базы для спортсменов-профессионалов;</li> <li>- использование территории как базы для путешествий на юг края</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нестабильное финансирование федеральных и краевых программ;</li> <li>- усиление конкуренции в соперничестве за инвестиционные ресурсы со стороны других муниципальных образований и субъектов Российской Федерации;</li> <li>- сохранение стереотипа относительно самого понятия Сибири, связанного со ссылкой, суровостью, обширными неосвоенными пространствами, непригодными для туризма климатическими условиями;</li> <li>- возобновление интереса к заграничным турам;</li> <li>- рост внутри- и межрегиональной конкуренции за перераспределение туристских потоков;</li> <li>- снижение качества природных и культурных достопримечательностей;</li> <li>- наличие альтернативных способов использования территорий, пригодных для развития туризма;</li> <li>- неустойчивость спроса на рынке туристских услуг в результате влияния сезонности и других факторов;</li> <li>- вероятность возникновения чрезвычайной ситуации на КГЭС</li> </ul>

Участниками НКО выступают субъекты индустрии туризма, смежных отраслей экономики, общественные организации, государственные и муниципальные власти.

ТурИнфоЦентр оказывает следующие услуги для гостей города и туристов: заказ экскурсий, трансфера, мест в коллективных средствах размещения, приобретение билетов на различные виды транспорта, культурно-развлекательные мероприятия и сувенирной продукции, предоставление

компетентной туристической информации, а также помещений для проведения мероприятий. Для субъектов индустрии гостеприимства- продвижение города, а соответственно и субъектов туристической индустрии на региональном, российском, мировом уровне, повышение профессионального уровня представителей туристической отрасли.

При реализации проекта в 2017 году мы ожидаем увеличение туристического потока на территории МО г. Дивногорска на 70%, объема платных туристических услуг на 50%, роста числа релевантных запросов в сети интернет на 300%, создание 25 сертифицированных маршрута 2020 году.

#### **Список литературы:**

1. Визгалов Д.В. Брендинг города/ Визгалов Д.В. М.: 2011. – 160 с.
2. Гончарова Н.А., Кирьянова Л.Г. Управление жизненным циклом дестинации. Томск:, 2011.с.53-55.

### ***АНАЛИЗ КОНСАЛТИНГОВЫХ ФИРМ ГОРОДА КРАСНОЯРСК***

***Мадоян А.В.***

*Научный руководитель: к.с-х.н., Каменская Н.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В тех странах, где развит бизнес и, соответственно, развитый рынок консалтинговых услуг, уровень оплаты имеет постоянный характер и даже может рекомендоваться профессиональной ассоциацией в виде верхней и нижней границ. Уровень колеблется в зависимости от уровня фирмы-клиента (для мелких предприятий он ниже), от имиджа консалтинговой фирмы, от того, насколько развит данный тип услуг и т.д.

Рассмотрим основные параметры ценообразования. Поскольку консалтинг - услуга сугубо индивидуальная, то, в основном, самая распространенная форма оплаты - за отработанное время: час, неделю, месяц. Если работает группа консультантов, то оплата услуг старшего консультанта и младших экспертов существенно различается. При этой форме вознаграждения предполагается, что клиент полностью доверяет профессиональной честности консультанта. Иными словами, он должен быть уверен, что в течение оплаченного времени консультант действительно плодотворно работает на благо фирмы для получения конкретного результата.

На рынке консалтинговых услуг города Красноярск присутствует большое количество компаний, предоставляющих услугу «оспаривание кадастровой стоимости». Для сравнения возьмем три фирмы с разной стадией развития. Такие как: «Альянс-Оценка», «КрасОценка», «Аудит Оценка Консалтинг».

#### **1. ООО «Альянс-Оценка»**

ООО «Альянс-Оценка» работает в сфере оценочных услуг на рынке Красноярского края с 2005 года. За время работы компания прошла этапы развития от сравнительно небольшой оценочной компании для рынка г.Красноярска до одного из лидеров рынка оценочных услуг г. Красноярска.

По состоянию на 2017 год ООО «Альянс-Оценка» имеет три офиса в г.Красноярске: пр. Комсомольский, 1К, оф. 1; ул. Маерчака, д.8, оф. 100; ул. Шелковая, д. 10, оф. 309, что позволяет учесть территориальные предпочтения жителей и предпринимателей г. Красноярска и оптимизировать работу оценщиков ООО «Альянс-Оценка».

По состоянию на 2017 год в штате ООО «Альянс-Оценка» 7 оценщиков, 2 помощника оценщика. Также по совместительству работают 4 оценщика.

Отдельно стоит выделить виды оценочных услуг, которые требуют от оценщиков наличия самой высокой квалификации: оценка бизнеса (предприятий, имущественных комплексов, пакетов акций), оспаривание кадастровой стоимости земельных участков и коммерческой недвижимости, а также проведение судебных оценочных экспертиз для Арбитражного суда Красноярского края и других судов.

#### **«КрасОценка»**

Независимая оценочная компания «КрасОценка» является динамично развивающейся компанией профессионально работающей на рынке оценочно-консалтинговых услуг, кадастровых услуг и экспертиз ущерба. Компания оказывает оценочные услуги для физических и юридических лиц г. Красноярска, Красноярского края, так и на всей территории Российской Федерации. Ответственность компании застрахована на сумму 30 000 000,00 рублей. «КрасОценка»

соответствует всем положениям Федерального закона «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 г. № 135-ФЗ, а также с учетом требований Федеральных стандартов оценки (ФСО №1, ФСО №2, ФСО №3, ФСО № 7, ФСО № 9, ФСО №10). Компания сотрудничает с другими оценочными и юридическими компаниями, что позволяет расширить спектр оказываемых услуг и сократить сроки выполнения работ.

«КрасОценка» — это команда профессионалов в своей сфере деятельности, имеющих опыт работы более 10 лет. Все штатные сотрудники компании состоят в саморегулируемых организациях оценщиков, и их профессиональная деятельность застрахована на сумму 5 000 000,00 рублей.

«Аудит Оценка Консалтинг»

Компания основана в 1992 году.

В компании работают более 15 человек, из них 6 дипломированных оценщиков, в том числе 2 эксперта по оценке недвижимости и 1 эксперт по оценке бизнеса, 7 квалифицированных аудиторов, в том числе 2 с единым квалификационным аттестатом и дипломом МСФО.

Специалисты ООО «Траст-аудит» выступают экспертами в арбитражных и федеральных судах по вопросам оспаривания кадастровой стоимости земли и недвижимости, проводят оценку рыночной стоимости имущества и прав, оспаривают решения судебных приставов в части оценки арестованного имущества.

Компанией накоплен огромный опыт работы с физическими и юридическими лицами, способствующий быстрому и качественному обслуживанию. Специалисты-оценщики постоянно повышают квалификацию, что подтверждается не только различными дипломами и сертификатами, но и благодарностью и уважением клиентов.

Сравнить консалтинговые фирмы можно по разным факторам, таким как: цена за предоставление услуги, опыт фирмы, количество специалистов.

Таблица 1. Цена оценки кадастровой стоимости участка.

Фирма	Стоимость оценки	Стоимость оценки для оспаривания
Альянс-Оценка	От 2500	от 45000
КрасОценка	От 2750	От 50000
Аудит Оценка Консалтинг	От 2800	От 35000

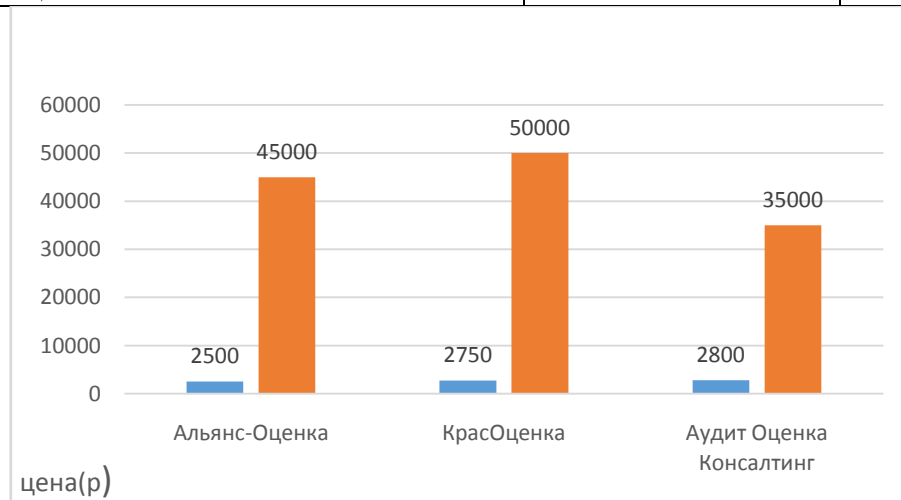


Рисунок 1. Цена оценки кадастровой стоимости участка.

Таблица 2. Количество сотрудников

фирма	Количество сотрудников
Альянс-Оценка	13
КрасОценка	10
Аудит Оценка Консалтинг	15



Рисунок 2. Количество сотрудников

Представленные фирмы находятся на разных стадиях развития, так как появились в разное время

Таблица 3. Дата появления фирмы и опыт работы.

фирма	Дата появления	Опыт работы
Альянс-Оценка	1992	25 лет
КрасОценка	2012	5 лет
Аудит Оценка Консалтинг	2005	12 лет

Судя по приведенным данным можно сказать, что при выборе консалтинговой фирмы из представленных трех, опираясь на три приведенных фактора, можно выбрать ту, у которой больше опыта в оказании нужной услуги. Так как остальные данные показателей являются схожими.

#### Список литературы:

1. Википедия – сводная энциклопедия [Электронный ресурс]. – [2001]. // [http:// ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)
2. Курбатова О.В. Развитие рынка консалтинговых услуг: учеб.пособие / О.В. Курбатова; под ред. Г.В. Пономаренко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 77 с.
3. Лобовский И.М. Рынок консалтинговых услуг: настало время профессионалов
4. Федеральный закон от 27.07.2006 N 157-ФЗ (ред. от 02.07.2013) "О внесении изменений в Федеральный закон "Об оценочной деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 05.12.2013).

### **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ БАНКРОТСТВА**

**Соловьева А.С.**

*Научный руководитель: к.с-х.н., Каменская Н.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Банкротство ООО, ОАО, ЗАО, ИП - привычная форма ликвидации компаний в Красноярске. С недавнего времени в законодательстве появилось новое положение о признании банкротом физического лица. На практике, таких случаев можно встретить не так много, но иногда это - единственное решение для того, чтобы реструктуризировать свои долги перед государственными, коммерческими организациями, физическими лицами или же полностью погасить финансовые обязательства. Все это возможно, но в большинстве ситуаций, лишь при помощи квалифицированных юристов. Эту услуги и предоставляет наше юридическое бюро в любом городе РФ.

Процедура банкротства ФЛ в Красноярске проходит, как и в случае с банкротством ИП. Решение о признании гражданина РФ выдает арбитражный судья, имеющий соответствующие полномочия. Обратиться в арбитражный суд с заявлением может:

- сам ответчик по кредитным и финансовым обязательствам;
- кредитор;
- представитель госструктуры с соответствующими полномочиями и компетенцией.

Несмотря на тот факт, что рассматривается банкротство не предприятия и фирмы, а конкретного гражданского лица в Красноярске, курированием всего процесса занимается финансовый управляющий. Он проводит:

- реальную оценку стоимости имущества физлица;
- подготовку документов;
- ведение переговоров с кредиторами и судебными исполнителями при процедуре рассмотрения заявления о банкротстве;
- разработку плана по реструктуризации долгов - при условии наличия постоянного источника доходов ответчика кредиторов;
- продажу имущества гражданина с целью получения максимальной финансовой выгоды - нужной суммы для покрытия всех долговых обязательств.

В таблице 1 представлены фирмы оказывающие услуги по ликвидации компаний в г. Красноярске и цена на оказываемые услуги банкротства.

Фирма/компания/частное лицо	Цена
1. Юридическое агентство «Статус»	От 20.000 до 150.000
2. Юридическая компания «Синай»	От 24.900 до 34.700
3. Банкротство физических лиц и организаций	От 10.000 до 50.000
4. «Центрконсал»	От 10.000
5. Юридическая компания «Генезис»	От 35.000 до 40.000
6. Юридическая компания «Лекс»	От 26.000
7. Правовой центр «Реформа»	От 10.000 до 30.000
8. Бюро судебной защиты «Ваш юрист»	От 10.000
9. Юридическая компания «Новая перспектива»	От 15.000
10. Юридическая служба «Единый центр защиты»	От 30.000 до 45.000

Исходя из минимальной стоимости оказания услуги, можно построить сравнительный анализ цен по банкротству предприятий.

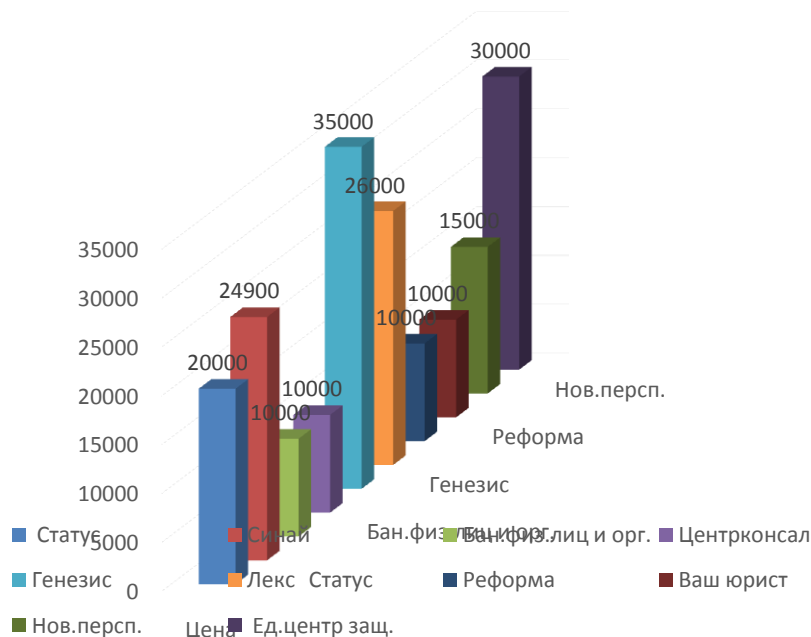


Диаграмма 1. Анализ цен

На основе диаграммы представленной выше, можно сделать вывод, что минимальный порог нескольких Красноярских юридических компаний составляет 10000 рублей, именно от этой цифры можно отталкиваться в выборе организации по банкротству.

Соотнести данные фирмы можно не только по цене, но и по качеству услуги. Анализ соотношения качества фирм представлен в таблице 2.

На основе таблицы 2 и процента выигранных дел построена диаграмма анализа качества услуг юридических компаний.





Диаграмма 2. Анализ качества услуг компаний.

По представленным результатам анализа, юридические компании «Синай» и «Статус» показывают наиболее высокий процент успешности выигранных дел. Что показывает качество выполнения их работы и ответственное отношение к построению компании и дел в ней. Однако сопоставляя показатели самых высококлассных фирм с ценой работы предприятий, можно заметить, что их ценовой коэффициент является самым высоким наравне с другими фирмами.

Фирма/компания/частное лицо	Опыт работы
1. Юридическое агентство «Статус»	10 лет
2. Юридическая компания «Синай»	3 года
3. Банкротство физических лиц и организаций	6 лет
4. «Центрконсал»	18 лет
5. Юридическая компания «Генезис»	7 лет
6. Юридическая компания «Лекс»	23 года
7. Правовой центр «Реформа»	20 лет
8. Бюро судебной защиты «Ваш юрист»	13 лет
9. Юридическая компания «Новая перспектива»	7 лет
10. Юридическая служба «Единый центр защиты»	3 года

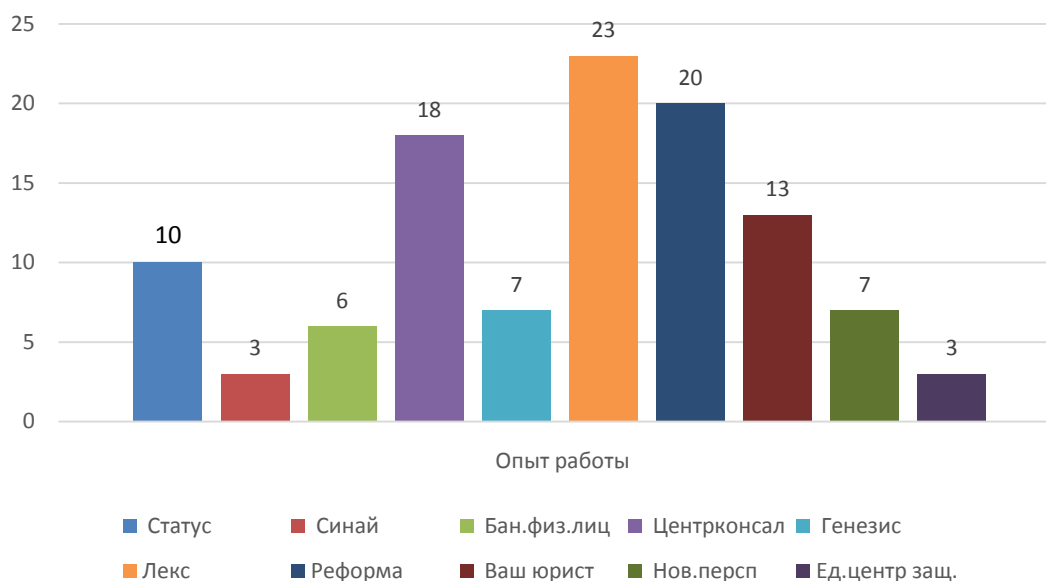


Диаграмма 3. Сравнение опыта работы компаний.

На основе проведенного анализа опыта работы, наиболее опытными оказались компании «Лекс» и «Реформа», ранее, отстающие по показателям качества работы.

Подводя итоги анализа работы юридических компаний Красноярского края, по трем показателям, таким как: цена, качество и опыт работы на рынке юридических услуг, можно сделать вывод. Качество оказываемых услуг является пропорциональным цене на предоставляемые услуги. Чем выше качество, тем выше цена. Опыт работы на ее же качестве сказывается минимальным образом. Компания «Синай», находясь на рынке всего три года, уже превосходит практически все остальные фирмы по соображениям качества. Тогда как бюро судебной защиты «Ваш юрист» находится на рынке уже семь лет, и все еще отстает от всех остальных представленных в проекте компаний, процентом успешных дел.

Выбор юридической компании остается за потребителем. Клиент всегда будет ориентироваться на 3 главных критерия в выборе фирмы, к которой он обратится за услугами. Это – качество, опыт и цена. Качество предопределяет надежность фирмы и уверенность в оказываемых ею услугах. Опыт – расчет на многолетнюю практику и опыт работы во всех сферах услуги. Цена – дает возможность потребителям с разными финансовыми возможностями обратиться в юридическую компанию, из расчета на присутствующие финансовые средства.

#### **Список литературы:**

1. Законодательство о банкротстве: защита интересов должника (А.Б.Агеев, "Законодательство", N 3, март 2000 г.)
2. [2] "АРБИТРАЖНЫЕ ДЕЛА В ЗЕРКАЛЕ СТАТИСТИКИ" ВС АС №3 1999 г.
3. А. С. Якорева Ценообразование
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

### ***МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ***

***Михеев А.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Карелин О.И*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В последнее время было доказано, что наиболее эффективное и успешное развитие высших учебных заведений в рыночной экономике стало невозможным без использования инструментов маркетинга. Маркетинг помогает проводить более грамотное исследование рынков образовательных услуг, продуктов вуза, помогает планировать новые услуги, создает спрос в целом на сферу образования в стране и осуществляет грамотную ценовую политику на рынке образовательных услуг. Маркетинг в сфере высшего образования имеет особую функцию. Он направлен прежде всего на укрепление отношений с потенциальными потребителями в долгосрочном периоде путем создания хорошей репутации и доверия по отношению к себе, двух основных ресурсов для поддержания длительного успеха на рынке. Конкретными мерами в данном направлении служат улучшение качества услуг для наиболее полного удовлетворения потребностей студентов, создание доверительных отношений с отдельными агентами в целях привлечения как новых студентов, так и финансовых ресурсов, а также создание и развитие положительного образа университета для укрепления его репутации.

В то же время маркетинг образовательных услуг до сих пор не декларирован в нормативных документах. Основной причиной, которая сдерживает развитие маркетинга в образовании является отсутствие адекватных критериев оценки результатов образовательной деятельности субъектов системы образования [1].

Одной из ранних работ в маркетинге образовательных услуг считается книга профессора А.П Панкрухина «Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании». Также довольно весомый вклад в развитие маркетинга в образовании внесли А.П Егоршина, Е.Е Кузьмина, Г.Д Бухарова и др.

На данный момент можно дать следующее определение маркетинга в сфере образовательных услуг – научно обоснованный комплекс мероприятий, направленный на изучение рынка образовательных услуг, обеспечивающий выявление потребностей потребителей, а также продвижение услуг к потребителям и получение в следствии этого наилучшего эффекта, в том числе и прибыли [2].

Участниками маркетинговых отношений являются образовательные учреждения, потребители, посредники (служба занятости, органы лицензирования, регистрации и аккредитации образовательных учреждений, биржи труда), также общественные структуры и институты, которые причастны к продвижению образовательных услуг на рынке [3].

Маркетинг в сфере образования проявляет себя через систему маркетинговых коммуникаций. В систему маркетинговых коммуникаций входят: PR, стимулирование продаж, реклама, разработка фирменного стиля, партнерство, ярмарочная и выставочная деятельность.

Основные инструменты маркетинга представлены в таблице 1:

Таблица 1 – Маркетинговые инструменты в образовательной сфере.

Основные маркетинговые инструменты:
1. Образовательная реклама
2. Стимулирование продаж
3. Мерчендайзинг
4. PR
5. Фирменный стиль (логотип)
6. Прямой маркетинг
7. Ярмарки и выставки
8. Партнерство

Далее будет подробно рассмотрено использование инструментов маркетинга в высших учебных заведениях.

Образовательная реклама имеет различные цели и действует в различных случаях. Миссия рекламы – создание душевного комфорта в повседневной жизни человека путем предоставления правдивой и полной информации о товарах и услугах. К образовательным учреждениям это относится в первую очередь, так как в их руках находится будущее привлеченных рекламой абитуриентов.

Следующий инструмент – стимулирование продаж. Стимулирование продаж образовательных услуг – различные краткосрочные поощрительные акции, которые направлены на потенциальных потребителей образовательных услуг с целью увеличить или ускорить продажи этих услуг. Проводятся дни открытых дверей, финансируются гранты на стажировку и обучение в других странах, даётся возможность участвовать в специальных конференциях, семинарах, поощряется участие на олимпиадах конференциях и тд.

Следующим, довольно эффективным способом продвижения образовательных услуг является мерчендайзинг (стимулирование в месте продажи). Хотя этот метод и появился в сфере розничной торговли потребительскими товарами, он также может быть использован и в сфере образовательных услуг. Обеспечение максимальных удобств потребителю в помещениях образовательных учреждений – главная составляющая политики продвижения образовательных услуг. Помещения приемной комиссии, а также учебные аудитории являются местом, где можно поведать потенциальному потребителю об образовательных услугах показать их материальные качества (высокую квалификацию персонала, технологическую оснащенность, грамотную рекламу и тд.).

Также, одним из важных инструментов маркетинга является прямой маркетинг. Прямой маркетинг – интерактивная маркетинговая система, в которой для получения отклика и заключения договора на обучение в любом из регионов используется одно или несколько средств коммуникаций. В прямом маркетинге используются различные каналы, для того, чтобы выйти на потребителя: телефонный маркетинг, почтовые рассылки, интерактивные каналы, личные продажи и тд. Не стоит забывать об одном из основных каналов маркетинга – сетевой и онлайн маркетинг, в котором интернет выступает инструментом выхода на потребителя. Для наиболее эффективных результатов образовательным учреждениям необходимо использовать как минимум несколько каналов прямого маркетинга.

Другим инструментом маркетинга является PR (связи с общественностью). Главной целью пиара является создание хорошего имиджа учебного заведения в обществе.

Необходимо также упомянуть и фирменный стиль в учебном заведении как некое впечатление об университете и его услугах. Фирменный стиль должен выполнять огромную роль в узнаваемости учебного заведения и его услуг на рынке. Логотип обязан оказывать воздействие на

потребителя, клиентов и партнеров учебного заведения за счет гармоничной связи трех компонентов логотипа – смыслового значения, цвета и формы.

Одним из немаловажных инструментов маркетинга в образовательной сфере является партнерство. На основании данной политики партнерства у студента решаются проблемы с прохождением практик (научной, производственной, языковой, преддипломной и т.д.), в свою очередь у предприятий решается проблема в подготовке и переподготовке кадров. Подобные товарищества очень актуальны сейчас, поскольку у выпускников сейчас наблюдаются проблемы в трудоустройстве.

Ярмарки и выставки также являются инструментами маркетинговых коммуникаций. На выставках студентами выдвигаются основные разработки и идеи, а на ярмарках целесообразно проводить мероприятия связанные с трудоустройством. После каждого мероприятия подводят итоги. В конце проводят анализ и выявляют, почему потребители посетили тот или иной стенд, какой посещали больше и на какой вовсе не обращали внимания, тем самым выявляя слабые стороны и устраняя их в будущих выставках.

На основе проведенного анализа маркетинговой деятельности в высших учебных заведениях можно сделать вывод, что использования маркетинга помогает оценить разные факторы влияния рынка труда на деятельность в образовательном учреждении, выявить наиболее востребованных специалистов, изучить спрос на образовательные услуги, а также реализовать маркетинговую политику функционирования системы образования.

#### **Список литературы:**

1. Авсянников, Н.М. Маркетинг в образовании / Н.М. Авсянников. - М.: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2013. - 279 с.
2. Бухарова, Г. Д. Маркетинг в образовании / Г.Д. Бухарова, Л.Д. Старикова. - М.: Academia, 2015. - 208 с.
3. Сребник, Б.В. Маркетинг / Б.В. Сребник. - М.: Высшая школа, 2005. - 360 с.

### ***МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ***

***Петрова Е. А.***

*Научный руководитель: к.э.н, доцент Колоскова Ю. И.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия.***

На сегодняшний день актуальность выбора того или иного товара потребителем на современном рынке продукции, формируется на основе поведения клиента, его доходов и заинтересованностью в товаре. Формирование поведения покупателя основывается по принципу: потребительская корзина, финансовой предрасположенности, уровень надобности приобретения. В данной статье хотелось бы обсудить о наличии уровня заинтересованности в данном товаре, его ценовую политику на рынке с преобладающей здоровой конкуренцией.

Поведение современного покупателя затруднительно подчинить каким-либо закономерностям получения прибыли, расчета и выбора покупки. Кроме имеющегося на сегодняшний момент функционального спроса, когда главную роль составляют качества самого товара, так же имеет место быть нефункциональный спрос. Он состоит из различных психологических причин, которые в дальнейшем определяют модели поведения потребителей.

По мнению профессора Чикагского университета Торстейна Веблена: «Потребители подвергаются всевозможным видам общественного и экономического воздействия, которое вынуждает их иногда покупать ненужные товары и пользоваться дорогими услугами».[1]

На выбор потребителя оказывают существенное влияние многочисленные факторы: культурные, психологические, социальные и личностные. Учитывая всё это, грамотный маркетолог определяет степень заинтересованности клиента и моделирует свои действия. Поведение потребителя очень сильно зависит от приобретаемого им товара. Покупка, к примеру, зубной щетки не вызовет каких-либо сложностей, а вот покупка машины или недвижимости – это уже более серьезное дело.

Глядя на степень вовлеченности и более или менее существенные различия между торговыми брендами на рынке товаров, маркетологи разработали типы поведения покупателя. Такие как: сложное, поисковое, привычное и неуверенное поведение. Каждая указанная модель клиентского

поведения, прежде всего показывает степень отношения к покупке. На основе полученных данных, каждая торговая компания начинает строить свою маркетинговую политику.

Рассмотрим поведение потребителя на примере исследования рынка молока и молочной продукции г. Красноярска.

Данное исследование было проведено среди жителей Октябрьского района разных слоев населения. В период анкетирования было опрошено 100 респондентов.

Составляющими анкеты были следующие вопросы:

- 1) На что Вы опираетесь, при выборе молока или молочной продукции?
- 2) Оцените по трёхбалльной шкале влияние рекламы(аудио, видео и т.д) на ваш выбор при покупке молока или молочной продукции.
- 3) От чего зависит Ваш выбор молока или молочной продукции на прилавке магазина?

По данным проведенного маркетингового исследования, на основе анкетирования, был сделан следующий вывод. Отвечая на первый вопрос анкеты; 79 респондентов выбирают в магазине товар, опираясь на его ценовую вариацию, процент жирности и дату производства; 12 человек идут за молочной продукцией с целью попробовать «новинку». Лишь 9 человек берут то, что привлекает их своей упаковкой. (Рис.1)

На второй вопрос анкеты, мнения участников так же разделилось. Треть опрошенных (33 человека) ответили, что теле-, видео, аудио реклама практически не влияют на выбор продукции при покупке; 53 участника ответили, что реклама имеет свое влияние при выборе продукта; 14 опрошенных сделали акцент, на незначительном влиянии визуальной и аудио рекламы на их выбор; (Рис.2)

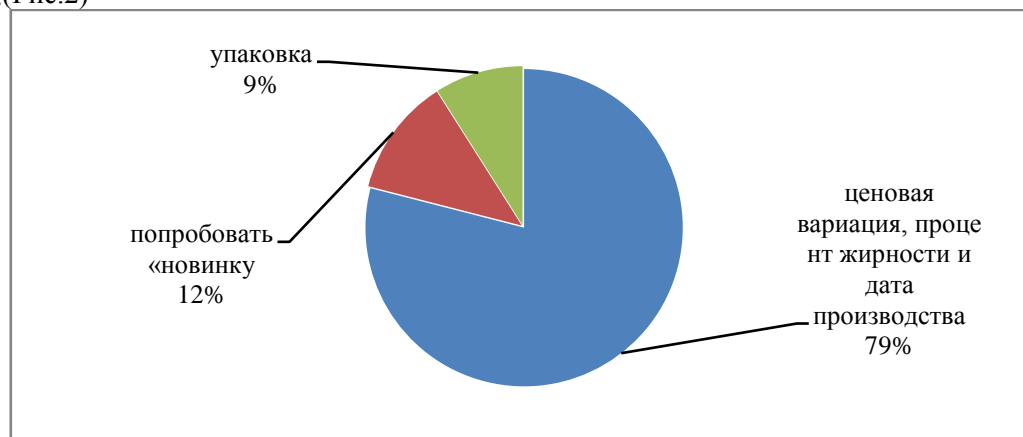


Рисунок 1- Результаты ответов респондентов на вопрос: «На что Вы опираетесь при выборе молока».

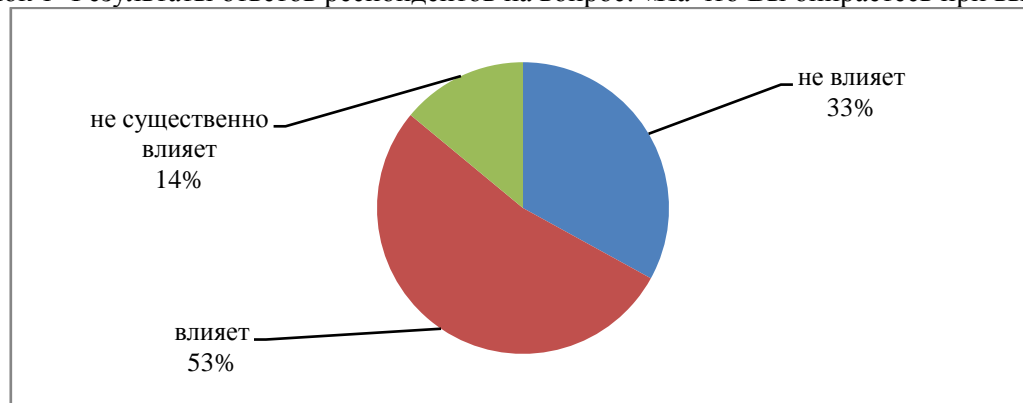


Рисунок 2- Мнения респондентов о влиянии рекламы при покупке молочных продуктов

Завершающим вопросом анкеты был свободный ответ на вопрос о факторах влияющих на покупку молока или молочной продукции. Практически все участники опроса ответили, что цена, дата производства, объем и опыт в употреблении конкретной марки являются основополагающим выбором данных продуктов питания. 14 человек сказали, что всплывающая в памяти реклама или слоган, толкают их на покупку молочной продукции и 9 опрошенных покупают товар лишь из практичности упаковки. (Рис.3)

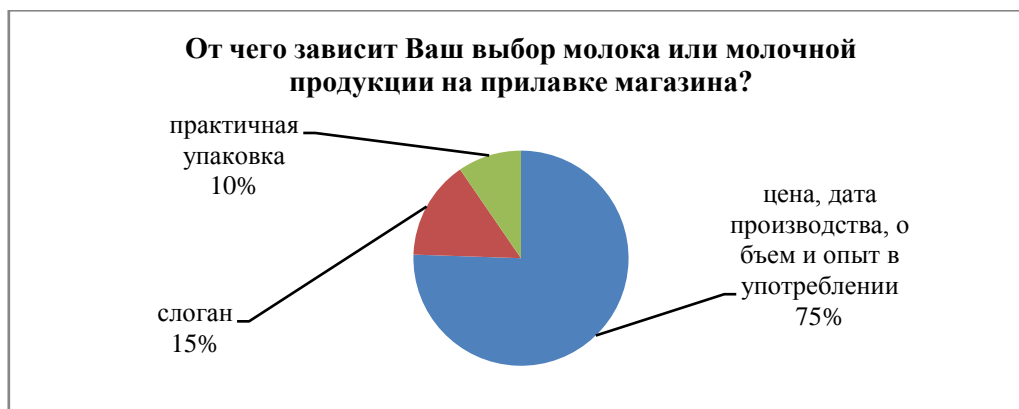


Рисунок 3 – Влияние внешних факторов при выборе молока

На основе данного маркетингового исследования можно сделать вывод, что клиенты на рынке данной продукции являются основным источником для получения прибыли компаний по производству молока и молочной продукции. Конкурентоспособность товаров данной категории является многообразными и комплексными. В процессе выбора формируется модель поведения потребителя, цели и средства, задачи маркетологов.

Для производителей молока и потребителей продуктов его переработки интерес могут предоставить ферментированные молочные продукты, обогащенные веществами пробиотического и пребиотического действия. Особую актуальность в настоящее время как в целом по стране, так и в отдельно взятом регионе среди городского и сельского населения приобретает покупка натуральных молочных продуктов. [2]

Необходимо: Увеличить организацию социально значимых проектов по улучшению качества товаров и переработке; Установить связь между наукой и бизнесом в целях взаимовыгодной и успешной реализации на практике инновационных проектов. Это, безусловно, будет способствовать усилению и в дальнейшем – росту конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей на отечественном рынке молока и молочной продукции.

#### Список литературы:

1. Модели поведения потребителей (учебное пособие 2014г.) <http://studfiles.ru>
2. Математические и инструментальные методы экономики. Конспект лекций (для аспирантов) <http://kubsau.ru>

### **МАРКЕТИНГ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ: НЕТРАДИЦИОННЫЕ МОДЕЛИ СБЫТА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**

**Фатеев Д.Г.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Колоскова Ю.И.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В современной экономической ситуации перед производителями стоит задача максимального удовлетворения предпочтений потребителей. Оптимальным вариантом удовлетворения встречных потребностей покупателей и производителей является создание возможности их прямого взаимодействия. Применение современной модели взаимодействия покупателя и производителя предполагает сокращение числа посредников и организацию максимально быстрой доставки товара от производителя к конечному потребителю.

Применение инструментов маркетингового исследования позволило определить целесообразность использования нетрадиционных моделей сбыта продукции АПК. На сегодняшний день в мире существует множество инструментов, позволяющих исследовать поведение потребителя.

Так, одним из современных маркетинговых инструментов, является Google-анкета. Простой интерфейс позволяет респонденту с легкостью отвечать на заданные вопросы. Google анкета позволяет составить любой вид вопросов – от простых текстовых полей до сложных шкал и сеток. Также можно добавлять в форму видеоролики с YouTube и фотографии. Отличительная особенность именно google анкеты в том, что можно настроить форму так, чтобы респонденты попадали на разные страницы в зависимости от того, какой вариант ответа выберут. Проверка на практике

получится ли с помощью Google анкеты изучить поведение потребителя покажет походит ли данный инструмент собрать всю необходимую информацию. Данный инструмент используется для сбора первичной информации. К тому же, на проведение такого рода опроса не требуется никаких затрат.

Важную роль на этапе разработки плана исследования играет составление выборки. Дело в том, что при проведении исследования очень сложно изучить всех людей, которые интересуют предприятие. При составлении выборки нужно ответить на два вопроса. Первый — сколько потребителей необходимо опросить (размер выборки). Второй — как следует отбирать членов выборки. Для этого можно воспользоваться методом случайного отбора. Можно также отбирать по определенному критерию: место проживания, возраст, пол и т. д.

Объектом исследования является кисломолочной продукции "Село Родное"(г.Красноярск). Село Родное – это единая торговая марка, под которой объединились местные производители молочной продукции:

- ОАО «Молоко» (Сибиржинка),
- ЗАО АПХ «АгроЯрск»,
- ООО «Племзавод «Таёжный» (Исток),
- ООО «Агинское молоко» (Агинское).

Главное, что объединяет местных производителей – производство качественных и полезных продуктов из натурального молока. Основа концепции позиционирования кооператива – натуральность, экологичность и свежесть продукции.

Цель исследования- изучить особенности поведения потребителей сельскохозяйственной продукции производителя "Село родное"

В данном исследовании было опрошено порядка 100 человек. Выборка была основана только на одном признаке - наличие доступа к интернету, чтобы пройти интернет анкетирование. В анкете, помимо самих вопросов было указано, что опрос проводит производитель молочной продукции «Село родное», юридический адрес предприятия и контактные данные, а также указывается цель опроса и благодарность респонденту за его мнение. Содержание Google-анкеты было нацелено на получение информации о реакции потребителя на введение нового канала сбыта. Анкетирование проводилось в течение трех дней, и было опрошено 100 респондентов. Основные вопросы, которые были заданы респондентам следующие: На вопрос: "Хотели бы вы получать молочную продукцию производителя "Село Родное" на дом?" (рисунок 1)

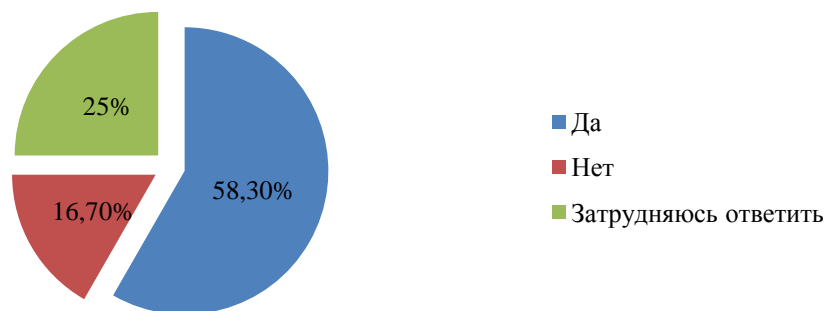


Рисунок 1 – Желание респондентов получать молочную продукцию на дом.

Большинство респондентов предпочли бы получать молочную продукцию на дом и поддерживают такое нововведение. Данные исследования подтверждают актуальность прямого взаимодействия производителя и конечного потребителя, что подтверждает целесообразность применения такого способа доставки продукции.

На вопрос: "Каким способом вам было бы удобнее заказывать молочную продукцию на дом?" Как показали ответы, наибольшая часть респондентов оценили удобство заказа через приложение на мобильном телефоне (рисунок 2).

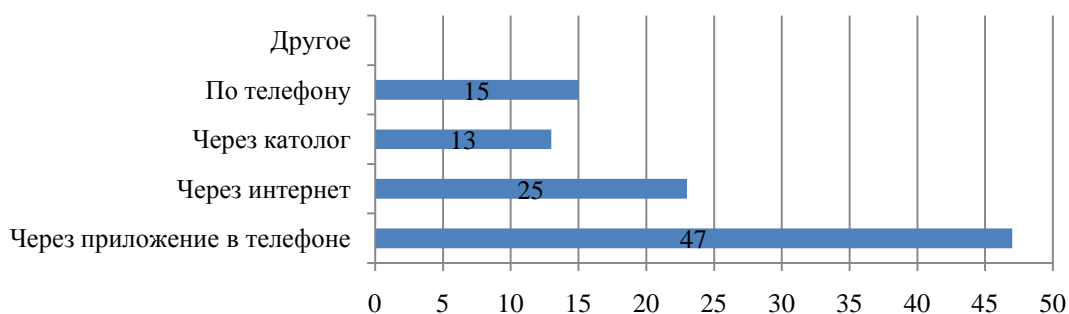


Рисунок 2 – Мнение респондентов о способах доставки молочной продукции

Мобильное приложение оказалось самым востребованным средством по заказу молочной продукции, следовательно нужно будет держать в приоритете это способ заказа молочной продукции.

На вопрос: "Знакомы ли вы продукцией местного производителя "Село Родное"", больше половины респондентов, а точнее 63,3% ответили, что знакомы. Следовательно производитель известен на рынке сельскохозяйственной продукции .

На вопрос: "Какую молочную продукцию вы приобретаете" большая часть респондентов употребляет молоко, следом за молоком идёт сметана, потом идёт творог, дальше идёт масло и кефир. Меньше всего респондентов употребляют сливки.

66,7% опрошенных респондентов составляют женщины. 41% составляют пенсионеры, следом идут служащие/специалисты - 33,3%, затем располагаются владельцы бизнеса и предприниматели - 16,7% и в конце студенты - 8,3%. Большинству опрошенных людей денег хватает на продукты, оплату жилья, покупку одежды и мелкой техники, этот ответ дало 41,7% опрошенных респондентов. 33,3% респондентов, денег хватает только на продукты питания и оплату жилья. Для 16,7% респондентов деньги не проблема. И 8,3% респондентов, денег хватает на покупку бытовой техники и дорогой одежды.

Маркетинговое исследование показало, что потребители заинтересованы в доставке свежих продуктов на дом по ценам производителя. Введение такого канала сбыта приведёт к конкурентному преимуществу среди других производителей кисломолочной продукции, так как ни один из конкурентов не располагает услугой по доставке продукции на дом. Компании "Село родное" не следует пренебрегать результатами данного исследования, потому что было выявлено желание потребителя приобретать их продукцию через мобильное приложение.

Таким образом мы видим ,что такой инструмент как Google-анкета позволяет исследовать предпочтения потребителей. А так же не просто собрать информации, но и представить готовые результаты опроса, что существо облегчает задачу маркетолога. Благодаря грамотному анализу результатов исследования компания сможет правильно разработать маркетинговые мероприятия ,которые принесут компании увеличение прибыли.

#### Список литературы:

1. Дмитрий Румянцев. Продвижение Бизнеса в "Вконтакте" / Д.Руменцев -ПИТЕР: ИБизнес, 2014г- 256с.
2. vk.com (дата обращения 15.03.2017г.)
3. ru.wikipedia.org (дата обращения 15.03.2017г.)

### **НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ ОПТОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Кузнецова Ю.О.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия.**

Оптовая торговля- купля и продажа товаров партиями, большими количествами. Также под этим понятием часто понимают форму торговой деятельности, когда каждый покупатель идентифицируется. Актуальность данной темы заключается в том, что в городе Красноярске самая крупная сфера бизнеса это оптовая и розничная торговля. В целом, в условиях формирующейся экономике, на первое место выходят положительные тенденции развития оптовой торговли,



предприятия этой отрасли совершенствуются, расширяют ассортимент и вводят новые системы стимулирования клиентов (розничных магазинов), посредников и конечных потребителей. Хотя конечный потребитель не является главной целью для оптового предприятия, все равно необходимо следить за спросом, за то, как меняется контингент покупателей, именно вашего вида товаров.

На примере предприятия ООО «Лея» рассмотрим новые технологии в маркетинге оптового предприятия и их эффективность. ООО «Лея» существует на рынке оптовых продаж алкогольной продукции с 15 августа 2011 года, имеет три филиала: в Красноярске, Абакане и Тыве. Также у компании есть свои розничные магазины под названием «Серебряный шар». К маркетингу, данная организация относится достаточно серьезно, т. к. он помогает достигать запланированные результаты в сфере продаж. Каждый период разрабатывается план маркетинговых мероприятий, в соответствии с проведенными исследованиями. К таким исследованиям можно отнести опросы и дегустации. Один раз в квартал в розничных магазинах проводятся мероприятия с дегустацией напитков, что помогает потенциальным потребителям узнать больше о продукции предприятия, познакомиться с новым ассортиментом. Также промоутеры предлагают клиентам заполнить анкету, и в конечном счете выводится общий результат данного мероприятия.

Таблица 1. Отчет работы промоутеров и учет расхода дополнительных материалов

ФИО промоутера	Наименование ТТ / Адрес	Дата проведения промо-акции	Время проведения акции	Кол-во отработанных часов	Продажи во время акции	Кол-во дегустаторов	Кол-во дегустируемого вина бут.
Кузнецова Ю.О	ООО ВИП, Серебряный шар, ул. Щорса, 76	08.07-12.07.2015г	с 10-00 до 14-00	20	11 бут	20	5 бут
Итого				40	27 бут	53	13 бут

Такая таблица распечатывается, на ней ставится подпись заведующего торговой точки и печать магазина. Такая разновидность маркетингового стимулирования является новой на ООО «Лея», еще два года назад такие опросы не проводились, т.к. предприятие не имело своих магазинов. Теперь такие опросы проводятся регулярно. Социальные сети тоже являются субъектами исследований предприятия, маркетологу была поставлена задача создать в разных социальных сетях свои группы, в которых полностью описывается информация о предприятии, ассортименте, ценах и бонусных систем, данный метод направлен непосредственно на конечного потребителя. Продолжая говорить о новых технологиях маркетинга на предприятии, можно упомянуть появление печатных каталогов продукции, при каждой покупке клиенту отдают каталог, в котором представлен весь ассортимент товара. Каталог представлен в виде журнала форматом А4, где представлены прайс лист и ассортимент в виде фотографий продукции. Так же каталог имеется и в электронном варианте на официальном сайте, который представлен в списке литературы. Изменения произошли так же в системе акций скидок и бонусов. Клиентов стали радовать сувенирной продукцией и продукцией с печатью названия предприятия (ручки, блокноты). К товарам со скидками также стали прилагаться бонусные накопительные карты. Оценивая эффективность данного метода, можно сказать, что он является самым эффективным и больше всего привлекает внимание клиентов.

В магазинах сети ООО «Лея» «Серебряный шар» также появились нововведения в области маркетинга. Полностью поменялся стиль ценников. Если раньше все ценники на продукцию имели один цвет и размер, то сейчас на товары попадающие под акцию сделали свой цвет ценников, увеличили их размер, чтобы они в большей мере привлекали внимание клиентов. Продукция, на которую есть скидка или акция, находится в конце торгового зала, чтобы потенциальный клиент идя целенаправленно к ней, прошел весь зал, и рассмотрел весь ассортимент магазина. В магазинах не так давно появился безналичный расчет, что высоко ценится у покупателей. ООО «Лея» так же в прошлом году начала размещать в своих магазинах, и в магазинах в которые поставляется их продукция, различную рекламу о своем предприятии. Различные плакаты, визитки с полной контактной информацией предприятия, которые лежат возле кассы, чтобы покупатель видел, чью продукцию он употребляет.

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что бизнес-процессы ООО «Лея» имеют ряд особенностей, которые значительно отличают их от магазинов и предприятий других форматов. Во-первых, продажа товаров осуществляется как физическим лицам, оптовым и мелкооптовым покупателям, так и юридическим лицам, что предполагает выписку дополнительных бухгалтерских документов на кассе. Поскольку предприятие работает с разными категориями покупателей, необходимо поддерживать многопрайсовость, а также обеспечивать низкие цены. Обеспечение

низких цен и широкого ассортимента товаров предполагает эффективную работу с розничными магазинами. ООО «Лея» помимо этого еще предоставляют услуги, характерные для традиционной оптовой торговли - доставку товара и безналичный расчет.

#### Список литературы:

1. <http://lazycom.ru/view/leya/1668430>
2. <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-optovoy-torgovli-v-sovremennoy-rossii>
3. <http://www.krskstate.ru/promtorg/torg>
4. Дашков Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): Учебник для бакалавров/ Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В.- 2015.

### **РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**Андреева М.В.**

*Научный руководитель к.т.н., профессор Антамошкина О.И.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

На сегодняшний день актуальность рекламы не вызывает сомнения так, как она представляет важнейшую значимость в развитии рыночной экономики и считается ее значимым элементом. В случае если производителя лишить такой успешной взаимосвязи с потребителем, какой является реклама, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров. Желание к развитию, конкурентная борьба в предпринимательстве будут увядать. Вот почему в странах с высоким уровнем жизни, массовым производством тратятся большие средства на рекламу. От обычного информационного сообщения рекламное объявление отличается заинтересованностью в конечном результате. Это не просто изучение информации, а изучение с определённой, вполне конкретной целью – повышение спроса на товар.

Реклама – должна быть лучшей гарантией качества товара (услуги). Ложная, сомнительная реклама обрекает товар на гибель. Только удовлетворённый покупатель даёт возможность производителю удержаться на рынке. Разумеется, находятся «временщики», «бизнесмены-однодневки», делающие попытки использовать рекламу в своих целях, но покупателя обмануть удаётся только раз. Во второй раз товар, не соответствующий рекламным утверждениям, останется невостребованным.

В последнее время мы видим существенные изменения в процессе выведения товаров на рынок. Из-за увеличения конкурентной борьбы и насыщения многих рынков товарами становится недостаточным иметь хорошие продукты и услуги. С целью повышения объёма продаж и получения прибыли необходимо донести до потребителя выгоды от использования продукта или услуги. Сегодня следует чётко позиционировать товар на рынке с учётом желаний потребителя и обозначать ценность торговой марки заказчика относительно брендов конкурента. Более того, поведенческие установки постоянно изменяются.

По этой причине компания на конкурентном рынке, не учитывающая этих факторов, а, следовательно, и не проводящая активной коммуникативной политике, обречена на провал.

Реклама продукции и деятельности предприятия — это важнейшая составная часть комплекса маркетинговых коммуникаций, своеобразный информационный выход на потребителя.

При правильной организации реклама очень эффективна и способствует быстрой бесперебойной реализации производимой продукции. При этом ускоряется возврат оборотных денежных средств предприятий, формируются деловитые контакты производителей с покупателями и потребителями продукции, спрос возрастает и превышает предложение, что, в свою очередь, является объективной основой расширения производства и повышения эффективности хозяйственной деятельности.

Реклама товаров — это не прихоть. Это естественный инструмент экономики и важный регулятор рыночной системы. Принятый курс на интенсификацию экономики, упрочение рыночных принципов, острая необходимость в решении социальных проблем, повышение качества и расширение ассортимента выпускаемой продукции поставили в области рекламной деятельности конкретные задачи, решению которых способствует организация комплекса рекламных мероприятий. Организация комплекса эффективных рекламных мероприятий — это весьма сложная задача, для реализации которой требуется четкая и слаженная работа квалифицированных специалистов торговых, маркетинговых или специальных рекламных подразделений предприятий [3].

При размещении рекламы товаров и услуг каждый рекламодатель в первую очередь осуществляет подбор необходимых средств рекламы.

К средствам рекламы относятся: Специализированные баннеры, объявления в прессы, согласно радиовещание, TV, в кинематографа, выставки продуктов, ярмарки, производственные марки и товарные приметы, этикетки, витрины в торговых центрах, световые экран, фирменные проспекты и др.

Тех или иных общепринятых правил здесь практически не существует, так как каждому виду средств рекламы присущи свои собственные свойства и любое из них в свою очередь отличается от другого. При этом предусматривается их стоимость, продолжительность, оказываемое влияние и аудитория, для которой они предусмотрены. Не существует какого-то одного «лучшего» средства, подходящего для всех ситуаций. По этой причине решение необходимо осуществлять отталкиваясь от определенных условий, определенной ситуации.

При выборе средств рекламы предпочтительно дать ответ в 4 проблемы: 1) кого желаем охватить? 2) в каком месте они присутствуют? 3) что представляет собой обращение? 4) в какое время размещать объявления?

Ответ на вопрос кого охватить рекламой требует точного знания целевых потенциальных покупателей. Ни один товар, ни одна услуга не применяется абсолютно всеми одновременно в равной одинаковой мере. Определенные люди являются более вероятными потенциальными потребителями, нежели другие. По этой причине непосредственно рекламодатель или работник сегментирует рынок, т. е. подбирает и описывает наиболее вероятных потенциальных покупателей с точки зрения демографии, социального положения, образа жизни, степени использования товара и т. п. Затем отбираются средства рекламы, наиболее полно отвечающие характеристикам целевого рынка и обеспечивающие охват наибольшего числа потенциальных покупателей[2].

Рекламу следует давать там, где сосредоточена большая часть возможных потребителей, а объявление, предназначенное для публикации в определенном издании, должно быть написано языком, понятным для его читателей. При решении вопроса, когда рекламировать, речь может идти о временах года, месяцах, неделях, днях, часах, минутах. Период выхода печатных изданий и специфическая классификация временных отрезков на TV и радио предоставляют рекламодателям возможность выбрать точное время, когда обращения будут увидены, прочитаны или услышаны.

При выходе на рынок с новыми товарами или стремлении увеличить объем их продаж целесообразно прибегать к помощи рекламы, которая одновременно носит и оповещательный (информационный), и пропагандистский характер. При необходимости просто «удержаться» на рынке и не быть вытесненным конкурентом больше внимания необходимо уделять пропаганде, подкрепляя ее престижем компании..

С большого количества данных продукта с целью рекламы отбираются те, которые оказывают максимальное воздействие на поведение покупателя и в то же время более пригодны для рекламы. Получение личной выгоды или удовлетворение какой-то потребности скорее заинтересует внимание потребителя, чем провозглашение преимущества рекламируемого товара[1].

Результативность маркетинговых кампаний достигается за счет обширного применения массовых средств рекламы, одни из которых дополняют и усиливают действие других.

Реклама определяется как процесс обезличенной передачи различными средствами, как правило, платной и носящей характер убеждения информации о товаре, услугах и идеях, предлагаемых представляющими себя рекламодателями.

В качестве инструмента организации сбыта реклама выполняет нижеследующие функции:

1. Представление наименований товаров и дифференциация между ними.
2. Сообщение информации о товаре.
3. Стимулирование заинтересованности потенциальных покупателей новыми товарами и поддержание вторичного спроса у уже существующих.

4. Оптимизация сбыта товара.

5. Расширение области применения товара.

6. Обеспечение предпочтительного отношения к товару и приверженности ему.

Помимо маркетинговых, реклама может выполнять целый ряд других функций:

- коммуникативную;
- образовательную;
- экономическую.

Цели рекламы можно показать как перемещение потенциальных покупателей с одного уровня рекламной пирамиды в иной (осведомленность, понимание, убежденность, стремление, процесс). Они могут быть также выражены как создание потребности в определенной марке, желания отправить купон или как изменения отношения к товару.

План маркетинга является, возможно, самым важным документом в директиве фирмы. В этом документе сведены вместе все без исключения обновленные данные о компании, об обслуживаемых ею рынках, о её товарах и конкурентах. В нём также представлены все цели и намерения компании и описаны точные стратегические направления движения компании к этим целям.

Подобным способом, план маркетинга подчиняет себе все без исключения силы компании в поле боя и устанавливает задачи рекламы в комплексе маркетинга.

План маркетинга должен содержать четыре раздела:

1) анализ ситуации. 2) цели маркетинга. 3) стратегия маркетинга. 4) программы действия.

Цели рыночной деятельности компании должны логически вытекать из её анализа существующей ситуации, её прогнозов относительно будущих тенденций и её понимание корпоративных целей. Они должны сопоставляться с потребностями конкретных целевых рынков и с целями продажи товаров, цели продажи товаров должны быть определенными, качественно определенными и реалистичными.

Первоначальным шагом в разработке стратегии маркетинга является выбор целевого сегмента. Вторым – определение целесообразного комплекса маркетинга для каждого целевого рынка. Комплекс маркетинга определяется способом использования компанией “4P”: продукта, цены, места и продвижения. Реклама же является одним из наиболее важных и неотъемлемых инструментов продвижения товара.

#### **Список литературы:**

1. Акулич И.Л. Маркетинг/ И.Л. Акулич - Мн.: Высшая школа. - М.: 2015.
2. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход/ Дж. Бернет, С. Мориарти – СПб.: Питер, 2014.
3. Шкляр Т.Л. Без вины виноватые. Чувство вины и реклама. Маркетинг в России и за рубежом./ Т.Л. Шкляр - М.: 2014.

### ***ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КОМПАНИЙ РЫНКА В2В***

***Мотыль Е.Е.***

*Научный руководитель к.т.н., профессор Антамошкина О.И.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Рост популярности маркетинга на площадках социальных сетей обуславливается тотальной мобилизацией общества и широким набором функциональных возможностей. По данным Cisco (американская компания, продающая сетевое оборудование, специализирующая в области высоких технологий) в период с 2013 по 2018 годы темпы роста мобильного трафика втрое превысят рост фиксированного. Для В2В маркетинга этот тренд только набирает популярность.

Основные плюсы, которые дают социальные сети для компаний сегмента В2В следующие:

1. Уровень доверия. Зачастую пользователи социальных сетей передают информацию другим пользователям посредством репостов и лайков. Такой способ передачи информации принимает статус рекомендуемой и работает по типу сарафанного радио.
2. Быстрое распространение. Для быстрого распространения достаточно лишь грамотно сформулировать контент, тем самым обеспечив его популярность среди целевой аудитории.
3. Ориентированность на целевую аудиторию. С помощью огромного количества приложений, способных настроить таргетинговую рекламу на необходимую группу, социальные сети стали отличным способом коммуникации, а данные, которые заполняют пользователи в социальной сети являются необходимыми критериями для управления спросом и имиджа продукции и компании.
4. Коммуникации с клиентами. Возможность диалога с клиентом, работа с негативом и возражениями – все это уникальная возможность социальных сетей для взаимодействия с конечным потребителем.

Не смотря на обилие площадок, популярными социальными сетями являются (данные на конец 2016 года):

Вконтакте – 39% аудитории

Одноклассники – 32% аудитории

Фейсбук – 24% аудитории

Instagram (вторая по популярности соц.сеть в России в мировом рейтинге заняла лишь 4 место) – 23% аудитории.

Google+ - 17% аудитории.

Тенденцией 2016 и 2017 года также стало использование мессенджеров для формирования лояльности аудитории и поддержании положительного имиджа компании на просторах всемирной паутины. WhatsApp и Viber являются основными площадками-мессенджерами. Специалисты отдела маркетинга, занимающиеся продвижением аккаунтов, сталкиваются со сложным выбором необходимой и эффективной площадки.

Основная цель продвижения компании сегмента B2B это повышение узнаваемости бренда, привлечение аудитории, лидогенерация переходящая в реальных покупателей. Основная задача, стоящая перед маркетологами - формирование имиджа компании, как источника авторитетной и релевантной информации, а также увеличение объема продаж.

Выбор конкретной площадки состоит из нескольких шагов:

1. Определить цели компании в социальных сетях.
2. Выделение ядра аудитории и ее сегментирование.
3. Анализ популярности соц.сети у аудитории.
4. Разработка контент-плана.
5. Формирование тональности общения на площадке соц.сети.
6. Мониторинг уровня вовлеченности аудитории.

Вконтакте.

Ежемесячная аудитория составляет 87 млн.чел. Абсолютный максимум зафиксирован в январе 2016 – 90 млн.чел. Провождение времени в социальной сети составляет более 30 минут. Средняя глубина просмотра ленты 100-120 постов.

Одноклассники.

Ежемесячная аудитория 73 млн. чел. (аудитория жителей России). Средняя продолжительность посещения сайта составляет около 40 минут.

Фейсбук.

Ежемесячная аудитория пользователей России составляет 14,5 млн. чел. Глубина просмотра 70 постов.

Инстаграм.

Месячная аудитория составляет 17 млн.чел. Однако, Инстаграм считается женской социальной сетью из-за подавляющего числа зарегистрированных пользователей – женщин. Доля женщин в социальной сети 75,5%.

Google+

Активная аудитория площадки составляла 500 млн пользователей в мире в марте 2016 года. Публикуя контент или ссылки в Google+, вы прямо влияете на его позиции в поисковой выдаче.

Социальные сигналы, включая ссылки, «лайки», репосты, комментарии и др. являются золотыми самородками для контент-маркетологов. Это связано со стремлением поисковых систем достоверно определять популярность и ценность контента.

Не смотря на все плюсы интернет маркетинга, маркетинга в социальных сетях и мобильного маркетинга данные виды продвижения работают не на полную мощность в сегменте B2B. Именно по этой причине для рынка B2B не достаточно разработано рабочих алгоритмов и методик.

Мобилизация населения превысила 80%, а это значит, что использование технологий SEO, SMM и MMM технологий – восходящий тренд ближайших 5-7 лет.

Одна из причин плохо развитого мобильного маркетинга и маркетинга в социальных сетях – сложность оценки эффективности расходов, сложное измерение эффективности рекламной компании, реклама (продажа) специфичного товара/услуги, а также сложная сегментация целевой аудитории.

#### **Список литературы:**

1. Бабаев, А. Контекстная реклама [Текст]: учебник / А. Бабаев., Н. Евдокимов., А. Иванов – М.: Книга по Требованию, 2013. – 304 с.
2. Манн, И. Маркетинг на 100% ремикс: Как стать хорошим менеджером по маркетингу [Текст]: учебник / – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 384 с.
3. Сьюэлл, К. Клиенты на всю жизнь [Текст] учебник / К. Сьюэлл – М.: Манн, Иванови Фербер, 2015. – 240 с.

## УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПЛАТНЫХ УСЛУГ

Токолова А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Особую роль в системе рынков региона имеет потребительский рынок, который, по своему весу и роли в обеспечении жизнедеятельности населения занимает ведущее место в экономике региона. Основными компонентами стандарта уровня жизни населения являются: здоровье, питание и доходы населения, жилищные условия, домашнее имущество, платные услуги, культурный уровень населения, условия труда и отдыха, а также социальные гарантии и социальная защита наиболее уязвимых граждан. Из указанного выше следует, что одним из составляющих уровня жизни являются платные услуги. Именно поэтому, следует обратить особое внимание на развитие и управления предприятиями данного рода деятельности.

Платные услуги - это услуги, предоставляемые организациями независимо от ведомственной подчинённости и формы собственности, гражданам по индивидуальным заказам для удовлетворения их социально-бытовых, культурных, лечебно-оздоровительных и других потребностей.[4]

Многие отечественные и зарубежные экономисты, такие как М. Котлер, Д. Ратмел, Е. Голубков, Г. Крылова уделяли внимание вопросу об управлении маркетингом на предприятии платных услуг. Ведь именно маркетинг отвечает за предвосхищение и удовлетворение потребностей потребителя. Предприятия воздействуют на рынок такими элементами комплекса маркетинга как товар, цена, система сбыта, маркетинговые коммуникации. Из-за постоянной изменчивости внешней рыночной среды, с которой контактирует предприятие, развивается сложная система управления маркетингом на предприятии.

Управление маркетингом – это целесообразная деятельность, направленная на обеспечение согласованной и эффективной работы специалистов, проводящих анализ и исследование рынка, а также осуществляющих сбытовую и коммерческую деятельность [2].

Для решения задач как создание (оказание услуги) и доведения её до потребителя на предприятии должны выполняться три группы функций.

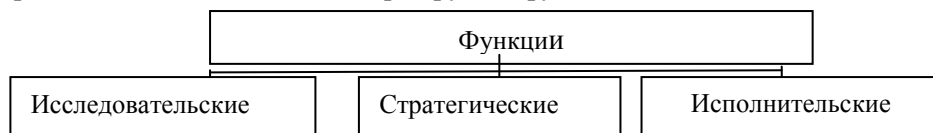


Рисунок 1 - Функции маркетинговой деятельности на предприятии по оказанию платных услуг.

Управление маркетингом как процесс сам по себе достаточно трудоёмок, и, вдобавок, усложняется тем, что персоналу приходится принимать решения в условиях нестабильности и изменчивости рыночной конъюнктуры. Вследствие этого возникает недостаток в количестве и качестве информации. Поэтому, работники часто полагаются на свою интуицию при принятии решений. Из выше сказанного следует сделать вывод о том, что при управлении маркетингом на предприятии по оказанию платных услуг следует опираться на научные принципы маркетинга, для достижения её эффективного функционирования.

Если говорить о функции управления маркетинговой деятельностью, то речь идёт о более широком толковании управления процесса. В случае если речь идёт о функции аппарата управления маркетинговой деятельностью, то сущность раскрывается в функциональных обязанностях, которые относятся к определённому органу управления.

Функции управления, отражающие содержание процесса управления, включают в себя планирование, диагностику, прогнозирование, организацию, регулирование, координирование, контроль, учет и т.д. [2].

Если представить процесс управления поэтапно, то он будет иметь следующий вид:

- 1.Получение информации;
- 2.преобразование, обработка информации;
- 3.подготовка решения;
- 4.принятие решения и выбор его наилучшего варианта;
- 5.доведения команд до исполнителей и организация их выполнения;
- 6.контроль выполнения.

Говоря об управлении маркетингом на предприятии платных услуг, следует учитывать определённые особенности. С точки зрения практической деятельности фирмы маркетинг услуг – это процесс, призванный помочь другим оценить ваши услуги, оценить, что вы для них делаете, и то, как вы хотите это делать.

Для маркетинга услуг характерно:

1. многие услуги неотделимы от того, кто их предоставляет – человек, машина;
2. в маркетинге услуг в предложении преобладают услуги, а товары дополняют их;
3. одинаковые базовые услуги могут предлагаться различным рыночным сегментам, что затрудняет процесс выбора сегмента рынка фирмой;
4. маркетинг услуг может ориентироваться, а может и не ориентироваться на прибыль;
5. маркетинг услуг варьируется по степени регулирования;
6. нередко трудоемкость услуг становится важным фактором при выборе форм обслуживания.

Важно помнить, что ценовая политика на рынке услуг, в отличие от рынка товаров, так же отличается и сводится к решению двух задач: выбор метода ценообразования и разработка ценовой стратегии.

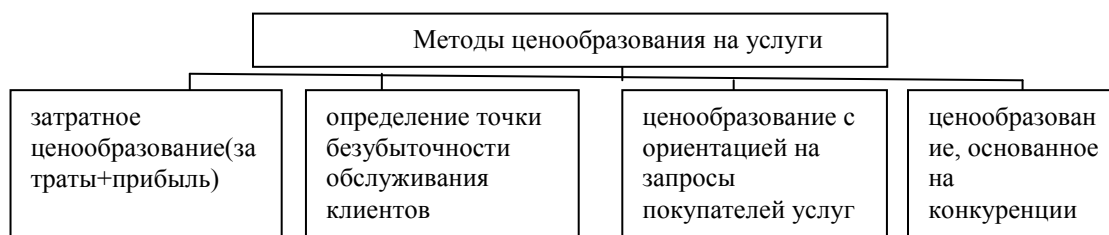


Рисунок 2 - методы ценообразования на услуги [4].

Для более глубокого и правильного понимания сущности маркетинга услуг, рассмотрим модели маркетинга услуг.

Д. Ратмел первым попытался показать различия между задачей маркетинга в производственных и непроизводственных секторах. Данная модель показывает, что в первом случае, возможно различить три самостоятельных процесса: производство товаров, маркетинг этих товаров, потребление этих товаров. В сфере услуг процесс производства и потребления услуг происходят в один момент, когда услуга производится, в этот же момент она и потребляется.

Модель П. Эйглие и Е. Лангеарда подчеркивает неосвязаемость услуги. Ключевыми факторами модели являются: сам процесс обслуживания, и потребитель.

«Треугольная концепция» маркетинга услуг М. Котлера подразумевает три взаимосвязанные единицы: руководство фирмы, контактный персонал и потребители. Они образуют три контролируемых звена: фирма-потребитель, фирма-персонал и персонал-потребитель. Из этого следует, чтобы добиться эффективного управления маркетинга в фирме услуг необходимо ориентироваться на три стратегии:

- Стратегия традиционного маркетинга ориентирована на звено «фирма – потребитель».
- Стратегия внутреннего маркетинга направлена на звено «фирма – персонал».
- Стратегия интерактивного маркетинга нацелена на звено «персонал – потребитель».

А. Битнер растянул всем известные «4Р» до «7Р». К основным факторам: цена, товар, каналы распределения и коммуникации автор добавил ещё три фактора, а именно: процесс, материальное доказательство и люди.

Подытожив всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что управления маркетингом на предприятии платных услуг трудоёмкий процесс, требующий постоянного непрерывного развития в условиях изменчивости рынка. Необходимо помнить о специфике маркетинга услуг, отличающих его от маркетинга товара. А именно, что процесс производства и потребления услуги происходит одновременно и ключевым звеном всегда является потребитель. Так же нужно помнить об особенностях политики ценообразования.

#### Список литературы:

1. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник – 2-е изд., перераб. и доп. / Е.П.Голубков. – М.: Издательство «Финпресс», 2003. – 688 с.
2. Крылова, Г. Маркетинг. Теория и практика: учебник для вузов / Г.Крылова, М. Соколов. – М.: Юнити- Дана, 2004, -208 с.

3. . Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / К. Лавлок / 4-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005.- 1008 с.
4. Лыгина, Н.И. Маркетинг товаров и услуг / Н.И. Лыгина, И. Р. Ляпина.- М.: ФОРУМ: ИНФРА – М, 2005. – 240 с.

## **ПОСТРОЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ КАРТЫ РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

**Горикова П.С.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Методической основой анализа конкурентной ситуации является идея рыночной доли, которая рассматривается как часть ресурсов, обращающихся на рынке. Размер доли определяет возможность влияния предприятия на рынок и конкурентов. Чем выше доля, тем шире доступ к ресурсам, тем выгоднее их размещение и выше степень свободы в деятельности предприятия. В нашем случае, модифицируя эту методику, рынком является Сибирский Федеральный Округ, а конкурирующими предприятиями, регионы внутри округа [1].

Таблица 1 - Исходные данные для составления конкурентной карты потребительских рынков Сибирского Федерального Округа

Регион	Оборот потребительского рынка, млн.руб			Доля рынка, ед		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Республика Алтай	22768	26362	29435,7	0,003509961	0,00376167	0,004617
Республика Бурятия	215991	230848	250319,1	0,033297614	0,03294035	0,039263
Республика Тыва	23915	27988	32074	0,003686785	0,00399369	0,005031
Республика Хакасия	115632	131069	125827,9	0,017826065	0,01870261	0,019736
Алтайский край	647562	722858	694991,4	0,099829481	0,10314665	0,10901
Забайкальский край	216940	232351	237072,9	0,033443914	0,03315482	0,037185
Красноярский край	1079335	1150360	1010615	0,166392489	0,16414811	0,158516
Иркутская область	839075	862271	756173,4	0,129353517	0,12303988	0,118606
Кемеровская область	989455	1043645	860091,6	0,152536405	0,14892065	0,134906
Новосибирская область	1220086	1351456	1278613	0,188090951	0,19284307	0,200551
Омская область	811249	901540	806393,6	0,125063804	0,12864329	0,126483
Томская область	304673	327313	293887,5	0,046969012	0,04670522	0,046096

Для оценки степени монополизации рынка, которая обратно пропорциональна интенсивности конкуренции, используются:

CR4 - четырехдольный показатель концентрации, который характеризует общую долю четырех регионов с максимальным оборотом на анализируемом рынке. Данный коэффициент позволяет сопоставить уровни концентрации деловой деятельности в руках отдельных субъектов и проанализировать их динамику, определить, за счет доли каких именно регионов осуществляется развитие соответствующей отрасли или группы регионов, как формируются доминирующие позиции тех или иных субъектов на данном секторе территориального деления Российской Федерации.

CR8 - восьмидольный показатель концентрации, который характеризует общую долю восьми регионов с максимальным оборотом на анализируемом рынке. В большинстве стран с развитой



рыночной экономикой вычисление коэффициентов концентрации является обязательной процедурой, применяемой в процессе статистического мониторинга секторов рынка.

ИНН - индекс Херфиндаля-Хиршмана, оценивающий равномерность распределения рыночных долей регионов-операторов анализируемого Округа. Чем меньше коэффициент ИНН, тем, соответственно, слабее конкурентная позиция отдельных субъектов. Для сектора рынка, на котором осуществляет деловую деятельность одновременно более 100 предпринимательских фирм, и ни одна из них не имеет доминирующего положения, значение коэффициента ИНН стремится к единице. Если же на данном секторе рынка наблюдаются признаки олигополии, значение исследуемого коэффициента стремится к 10000.

НТ - Коэффициент (индекс) Розенблюта (ХоллаТайдмана) рассчитывается на основе сопоставления рангов регионов и долей этих регионов в рамках рассматриваемого округа. Ранговый индекс НТ изменяется в пределах от  $1/n$  до 1, где  $n$  – число конкурентов на данном секторе рынка. Чем меньшим в результате вычислений оказывается значение этого индекса, тем менее монополизированным выглядит искомый сектор. Максимальное значение индекса НТ равно 1; в этом случае есть все основания сделать вывод о том, что один из субъектов бизнеса, представленный на рассматриваемом секторе рынка, приобрел монопольную позицию. Минимальное значение индекса НТ равно  $1/n$  ( $n$  – число предпринимательских фирм, действующих на данном секторе рынка).

E1 - Коэффициент энтропии. В теории вероятностей, теории информации широко используется понятие энтропии. Под энтропией обычно понимается степень неопределенности случайной величины. Коэффициент энтропии представляет собой среднюю долю субъектов, взвешенную по натуральному логарифму обратной ей величины: Абсолютные значения коэффициента энтропии, полученные при различных методиках расчета, не меняют экономического смысла данного показателя. Коэффициент энтропии характеризует степень деконцентрации деловой деятельности в руках отдельных субъектов и позволяет более глубоко исследовать уровень и динамику конкурентного позиционирования этих субъектов: чем больше значение E, тем, стало быть, выше степень экономической неопределенности, тем ниже вероятность формирования монополии или олигополии [4].

Таблица 2 - Расчетные данные экономической концентрации

Показатель	2013 г	2014 г	2015 г
Четырехдольный показатель концентрации (CR4)	0,166392	0,634555	0,620456
Восьмидольный показатель (CR-8)	0,94168	0,940602	0,933431
Индекс Герфинделя	0,13344823	0,13338313	0,13098142
Индекс Розенблюта(Холла-Тайдмана)	0,148054145	0,14787262	0,144636279
Показатель энтропии I	0,178079	0,178289	0,180059

Экономическая концентрация свидетельствует о наличии на рынке условий для злоупотребления доминирующим положением, монопольной властью. Обратная ситуация называется интенсивной конкуренцией и указывает на наличие на рынке равноправной конкурентной борьбы. Развитие рынка должно стремиться к интенсивности конкуренции [2].

Исходные и расчетные данные о состоянии конкурентной среды в Сибирском Федеральном Округе, свидетельствует о присутствии на анализируемом локальном рынке процессов интенсивной конкуренции. Так рассчитанный нами индекс Герфинделя в разрезе 2013-2015 году на протяжении всего периода исследования был примерно 0,13, что ниже порогового значения 0,18, причем имел тенденцию к снижению с 0,1334 в 2013 до 0,1333 в 2014, до 0,1309 в 2015 году. Диагностика CR4 по шкале Бейна показывает, что 2013 году Четырехдольный показатель концентрации по сравнению с 2014 годом значительно снизился, когда в 2015 году он достиг такой же концентрации как в 2014 году. Таким образом, оценка концентрации позволило определить тип рынка – умеренно концентрированной ( т.к. CR4 62%) Однако расчеты индекса Розенблюта показывают несколько иную тенденцию: с оживлением конкурентной борьбы в 2015 г.( индекс уменьшился с 0,148 до 0,147 единиц) Показатель энтропии I подтвердил расчеты CR4, CR8 и указывает, чем больше значение E, тем, стало быть, выше степень экономической неопределенности, тем ниже вероятность формирования монополии или олигополии поскольку E1 возрастает.

Построение конкурентных карт строят в виде матрицы, в которой по строкам откладываются темпы роста рыночной доли, а по столбцам размещаются фирмы в зависимости от занимаемой ими рыночной доли (лидер, сильная конкурентная позиция, слабая конкурентная позиция, аутсайдер) [3].

Таблица 3 - Конкурентная карта 2015/2014

Рыночная доля, $D_i$ Темпы прироста рыночной доли, $T_i$				Классификационные группы			
				I	II	III	IV
				Лидеры округа	Регионы с сильной конкурентной позицией	Регионы со слабой конкурентной позицией	Аутсайдеры округа
				$D_{cp} + 3\sigma_2, D_{max}$ (0,20; 0,11)	$[D_{cp}, D_{cp} + 3\sigma_2]$ (0,11; 0,08)	$[D_{cp} - 3\sigma_1, D_{cp}]$ (0,08;0,07)	$[D_{min}, D_{cp} - 3\sigma_1]$ (0,07;0,004)
Классификационные группы	I	Регионы быстро улучшающейся конкурентной позицией	$[T_{cp} + 3\sigma_2, T_{max}]$ (26,0;8,0)				1,2,3,6
	II	Регионы улучшающейся конкурентной позицией	$[T_{cp}, T_{cp} + 3\sigma_2]$ (8,0;0)	10	5		4
	III	Регионы ухудшающейся конкурентной позицией	$[T_{cp} - 3\sigma_1, T_{cp}]$ (0;-4,0)	7,8,11			12
	IV	Регионы быстро ухудшающейся конкурентной позицией	$[T_{min}, T_{cp} - 3\sigma_1]$ (-4,0;-9,4)	9			

На основе построенной конкурентной карты, можно сделать вывод о том, что в 2015 году по отношению к 2014 году в Сибирском Федеральном округе Новосибирская область стала лидером округа с улучшающейся конкурентной позицией. Красноярский край, Иркутская и Омская области являются лидерами округа с ухудшающей конкурентной позицией. Кемеровская область зарекомендовала себя как лидер округа с быстро ухудшающей конкурентной позицией. Алтайский край зарекомендовал себя как регион с сильной конкурентной позицией, постоянно улучшающейся. Аутсайдерами округа стали Республика Алтай, Республика Бурятия, Республика Тыва и Забайкальский край с быстро улучшающейся конкурентной позицией. Республика Хакасия – аутсайдер с улучшающейся конкурентной позицией. Аутсайдером с ухудшающей конкурентной позицией является Томская область.

#### Список литературы:

1. Веселая Л. С. Рыночная инфраструктура и развитие конкурентной среды / Л. С. Веселая, Д. Н. Ендовицкий. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2004. – 396 с.
2. Захаров, В.Я. Управление региональными рынками: теория, методология, практика: Диссертация доктора экон. наук: 08.00.05 / В.Я. Захаров. – Нижний Новгород: 2002. – 325 с.
3. Орлов, А.И. Прикладная статистика: учебное пособие / А.И. Орлов. – Москва: Экзамен, 2004. – С. 36-48.
4. Шеховцева, Л.С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания / Л.С. Шеховцева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2001. - № 4. – С. 1-5.

## **РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В ПРЕДПРИЯТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

**Вологодина О.А.**

*Научный руководитель: Васильева Н.О.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Комплекс маркетинга – совокупность практических инструментов приспособления фирмы к рыночной ситуации и мер воздействия на рынок. Цель комплекса маркетинга - разработка стратегии, позволяющей увеличить рассматриваемую стоимость продукта и повышение дохода предприятия.

Термин комплекс маркетинга ("маркетинг-микс") был впервые предложен в 1953 г. Neil Borden в президентском обращении к Американской маркетинговой ассоциации. Он использовал работы James Culliton, в которых маркетолог был описан как человек, координирующий процессы и комбинирующий в работе различные элементы.

Первый вариант комплекса маркетинга включал много составляющих – образование цен, реклама, рекламные мероприятия, сервис, создание торгового продукта, личные реализации и др. Предполагалось, что разнообразное сочетание элементов может приводить к положительным результатам деятельности на рынке.

Теоретическое обоснование понятия «комплекс маркетинга» появилось в монографии Neil Borden не без участия его партнёра James Culliton в 1964 году. Целью было описание всех маркетинговых инструментов, участвующих в разработке комплекса маркетинговых мероприятий по продвижению продукта производителя [1].

В 1960 г. Jerry McCarthysформулировал модель, объединяющую четыре элемента: товар (Product), цену (Price), сбыт или товародвижение (Place) и продвижение или коммуникации (Promotion). Эти инструменты были выделены из многих других, прежде всего потому, что их использование оказывало непосредственное влияние на спрос, стимулировало потребителей к совершению покупок; а для владельца бизнес-процесса элементы являлись доступными для восприятия и быстрого реагирования. Именно этот комплекс признается «классическим».

В теории маркетинга нередко рассматривают элементы комплекса маркетинга в качестве самостоятельных субкомплексов, имеющих собственные стратегии и политику. Инструменты составляющих комплекса маркетинга сведены и представлены в таблице 1.

Таблица 1- Инструменты комплекса маркетинга [2]

Составляющие модели 4P			
Товар	Цена	Сбыт	Продвижение
Дизайн	Цена реализации	Каналы сбыта (товародвижения)	Реклама
Упаковка	Скидки	Транспортирование	Стимулирование сбыта
Марка	Надбавки	Складирование	Персональная продажа
Качество и конкурентоспособность	Кредитование	Реализация	Связи с общественностью
-	Условия оплаты	-	-
Товарная политика	Ценовая политика	Сбытовая политика	Коммуникационная политика
Ассортиментная политика Инновационная политика Брендинг Сервисная политика	Политика ценообразования Политика кредитования Политика ценового стимулирования	Политика продаж Логистическая политика	Рекламная политика Политика неценового продаж Политика персональных продаж Имиджевая политика Политика спонсорства

По мере усиления конкуренции комплекс маркетинга был преобразован в модели 5P и 7P.

К основным элементам маркетинг-микса добавились ещё дополнительные составляющие: «Люди», «Процесс», «Физическое окружение». Однако в конце XX в., после появления концепции «цепочек ценности» (внутренних и внешних потребителей), в среде маркетологов появились сообщения о новом расширении ранее существовавших моделей. В 1999 г. J. Balmer, опубликовал модель «10P» и назвал новый расширенный комплекс маркетинга «корпоративный маркетинг-микс». Один из создателей современной технологии интегрируемых маркетинговых коммуникаций RobertLauterborn заменил традиционную модель, характерную для периода массового потребления,

на модель «4С», более адекватную современному уровню развития остро конкурентного и сегментированного рынка. На данный момент насчитывается более 10 моделей комплекса маркетинга, наиболее популярные из которых представлены таблице 2 [2].

Таблица 2 – Модели маркетинга-микс

Модель	Составляющие модели	Авторы модели
5P	4P + упаковка (Packaging)	J.T. Russell, Y.R. Lane
5P	4P + восприятие (Perception)	H. Hart
6P	4P+ общественное мнение (PublicOpinion)+ политика (Politics)	P. Kotler
7P	4P + люди-персонал, представление марки (People) + процесс продаж (Process)+ вещественные доказательства – обстановка, фирменный стиль (PhysicalEvidence)	J.Ellwood
7P	6P + поведение персонала и владельцев предприятия (Policy)	F. Popcorn
8P	7P + темп – координация во времени (Pace)	L. Tvede
10P	7P + философия организации – идеи, поддерживаемые фирмой (Philosophy) + индивидуальность (Personality)+ позиционирование (Positioning)	J. Balmer
12P	8P + добровольность общения (Permission) + создание новых правил (парадигма (Paradigm)) + реклама «из уст в уста» или передай дальше (Passalong/ idea - virus) + практика (тесты и измерения (Practice))	S. Godin
12P + 4P	12P + выбор целевой аудитории – адресность (Adressability) + изменяемость результата (Accountability) + возможность реализации (Affordability) + доступность целевой аудитории(Accessibility)	S. Rapp, C.Martin
4C	Потребитель, его же желания и запросы (Consumer) + издержки потребителя (Cost) + удобство приобретения (Convenience) + коммуникации с потребителями (Communication)	R. Lauterborn

Детальный анализ всего разнообразия моделей комплекса маркетинга показал, что наиболее актуальной и адаптируемой для коммерческой деятельности предприятий розничной торговли «концепция классического маркетинга». Модель в необходимой и достаточной степени согласуется с практикой торгового дела в отечественной экономике в текущей ситуации. Однако с товароведной точки зрения элемент «товар» в недостаточной степени отражает материально-вещественную, то есть качественную сторону реализуемого продукта.

Для повышения эффективности результатов торговой деятельности розничного торгового предприятия со смешанным ассортиментом товаров с частичным самообслуживанием [3] (магазин «Продукты» ИП или адрес г. Красноярск) использовался алгоритм модели «4P», который как основные этапы включал: анализ конкурентов, SWOT-анализ, исследование потребностей покупательной способности постоянного контингента покупателей.

Результаты анализа (таблица 3) говорят о том, что предприятия не в состоянии конкурировать с магазином «Продукты» по критерию «цена товара». По остальным показателям реальным конкурентом является магазин «Корзинка». Критерий, по которому предприятие уступает всем конкурентам – это «режим работы», так как магазин имеет упущенную выгоду за счет «потерянных» покупателей с 8.00 до 10.00, и в вечерние часы с 21.00 до 23.00 часов.

Таблица 3 - Сравнительный анализ конкурентов (оценка, балл)

Критерий конкурентоспособности	Предприятия-конкуренты			
	«Продукты»	«Корзинка»	«Калина»	«Оливье»
Качество продукции	5	5	5	3
Уровень цен	5	3	4	5
Репутация	5	5	5	2
Качество торгового обслуживания	5	5	4	2
Режим работы	2	4	3	3

Сегментация покупателей магазина «Продукты» по уровню доходов и её отслеживание актуальны, для того, чтобы поддерживать выбранную ценовую стратегию, ситуативно регулируя размер торговой надбавки на определенные виды товаров. В обслуживаемом контингенте по уровню доходов были выделены группы, которые определяют ассортимент по виду, качеству и цене:

50% – люди со средним достатком, рабочие и служащие, с доходом от 12000 до 30000 рублей в месяц на члена семьи;

22% – «малоимущие» с размером дохода менее и незначительно превышающим прожиточный минимум на члена семьи;

15% – «наиболее обеспеченные», в основном руководители с доходом выше 30000 рублей;

3 % – покупатели с доходом от 60000 рублей;

10% – студенты и другие категории с непостоянным ежемесячным доходом.

Матрица SWOT- анализа магазина «Продукты», впервые составленная при участии руководства предприятия и представленная в таблице 3, отражает сильные и слабые стороны деятельности, а также возможности и угрозы для предприятия.

Таблица 3 - Матрица SWOT– анализа магазина «Продукты»

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
Доступность товаров в разном ценовом диапазоне	Отсутствие фирменного стиля
Высокое качество реализуемых товаров	Неаккуратное оформление ценников
Хорошая репутация	Преобладание устаревшего оборудования
Высокое качество обслуживания	Узкий ассортимент отдельных групп товаров
Квалифицированный персонал	
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
Реклама	Снижение покупательских возможностей (спроса)
Обновление оборудования	Конкурентная активность магазина «Корзинка»
Возможность расширения ассортимента	Потери покупателя в вечерние и утренние часы

Результаты SWOT– анализа были углублены и детализированы путем анкетирования потребителей, анализа реализованного и неудовлетворенного спроса. Это позволило определить вполне конкретные направления совершенствования деятельности предприятия на основе использования концепции комплекса маркетинга, которые перечислены ниже.

1. Расширить ассортимент товаров детского питания, по позициям: соковая продукция в упаковке емкостью 0,5л Tetra Pak и каши для детей раннего возраста, готовые к употреблению торговых марок «Nestle» и «Gerber».

2. В рекламной политике следует оперативно отслеживать действия конкурентов. Необходимо разместить баннер с названием и указанием пути к магазину на остановке общественного транспорта, с акцентом на низкие цены и указанием специальных предложений. Информацию о низких ценах и специальных предложениях представлять и постоянно обновлять не только на ценниках, но и на баннере в хорошо обозримом месте рядом с магазином

3. Разработать фирменный стиль в магазине, начав с введения производственной униформы формы торгово-оперативного персонала. Целесообразно обновить логотип коммерческого наименования предприятия «Магазин «Продукты», с учетом того, что в ассортименте представлены и непродовольственные товары.

4. Товарные ценники оформлять в соответствии с требованиями Постановления Правительства РФ от 23.12.2015 г №1406 единообразно, в удобочитаемом формате, своевременно обновлять по мере «загрязнения» или повреждения.

5. Заменить односекционный холодильный ларь на двухсекционный, изменив его расположение в торговом зале, что позволит увеличить объем одновременно хранимого товара разных групп и обеспечит более удобный самостоятельный доступ покупателя к продукту.

6. Рассмотреть возможность изменения режима работы предприятия с 10.00 до 21.00 часа на режим с 8.00 до 23.00 часов.

#### **Список литературы:**

1. Розова Н.К.«Маркетинг» [Электронный ресурс]. - <https://marketing.wikireading.ru/1443>.
2. Брижашева О. В. Б Маркетинг торговли : учеб.пособие / О. В. Брижашева. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 170 с.
3. ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли [Электронный ресурс]. - <http://docs.cntd.ru/document/1200079743>.

#### **ОТ БРЕНДА К БРЕНДИНГУ**

**Ведерников П.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Карелин О.И*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Любой бренд живет точно так же, как живем мы с вами. Он рождается, достигает пика своего развития (становится модным), стареет и умирает. Бренд может «жить счастливо», а может

постоянно испытывать проблемы и огорчать своих владельцев. Чаще всего корень зла в неэффективных исследованиях и выбранных после гипотезах, которые легли в основу бренда, считают в компании Freedomart. Построенная на неправильных гипотезах стратегия бренда обречена на провал. Провал этот может произойти не сразу, некоторые бренды протягивают на такой платформе год-два. Но потом все равно неизбежно погибают. Бренды сменяют друг друга, мы наблюдаем это каждый день. Поэтому и их владельцам, даже если сейчас все идет хорошо, всегда интересно будущее их компаний, товаров и услуг.

Исследование рынка краски для волос показывает, что, например, в этом году 80% женщин покупают краски темных оттенков, а 20% - светлых, блонд. Значит ли это, что новому производителю сегодня нужно выпускать краски темного цвета? Отнюдь. Очевидно, что для бренда было бы гораздо интереснее знать, сколько и какой краски купят, предположим, через 1 год и почему.

Впрочем, для анализа рынка необходимы данные еще о десятке параметров - изменения в социальной среде, риски изменения законодательства, выхода на рынок новых игроков и их продукции и десятки других. При этом скорость этих изменений растет день ото дня.

«Сегодня, чтобы бренду нормально существовать, необходимо отслеживать изменения рынка как минимум раз в пол года. А после этого получать обратную связь и вносить коррективы в управление брендом, - говорит Кирилл Халюта. - Это очень долго и очень дорого».

Но есть ли сегодня возможность применять в брендинге такие технологии, которые показывали бы бренд в его развитии, то есть бренд как непрерывный процесс, а не как статичную точку?

В поисках предсказуемого брендинга мы нашли несколько важных факторов:

1) Нельзя строить предположения о бренде на основе данных, которые актуальны только сегодня. То есть, знания о том, что происходит на рынке сегодня, ничего полезного бренду не дадут.

2) Можно опираться на данные о рынке, но это слишком дорого и слишком трудоемко. Подобный анализ необходимо часто повторять. Любой товар производится не для рынка, а для человека. Поэтому цель изучения - человек, а не рынок.

3) Нельзя отталкиваться от человеческих потребностей. Они слишком быстро меняются. Гораздо меньше в течении жизни меняются ценности человека.

4) В построении бренда нельзя применять готовые исследования. Они не уникальны и информация в них не имеет ценности хотя бы потому, что такое исследование покупается всеми желающими.

5) Данные любого исследования необходимо проанализировать. От умственных способностей того, кто интерпретирует полученные данные, зависит 99% успеха.

Совокупность интересов, состояний и отношений - это ценности человека. Ценности являются базовыми и слабо изменяются и трансформируются в течение жизни. Зная о том, что ценно целевой аудитории, можно узнать не только, что нужно потребителю сегодня, но и понять направление изменений и предсказать развитие бренда в будущем.

Понимая значения конкретной аудитории, возможно прогнозировать действия покупателя присутствие вероятных модификациях обстоятельств в торге (к примеру, заключении новейшей трейдерской марки). «Методика состояний, заинтересованностей и взаимоотношений ICA дает возможность основательнее осознавать покупателей, вернее и успешнее функционировать, - свидетельствует Имя Халюта. Данное вероятно, в случае если раскрыть преобладающий мотив в существования лица. В случае если о данном катализаторе представляет изготовитель, в таком случае некто способен реализовать ему все без исключения, то что нужно». Наивысший заинтересованность персоны постоянно обретает вывод, в этом количестве и в действии равно как покупателя.

«Хорошо созданный брэнд - данное, в котором-в таком случае значении, - предвидение предстоящего. Очевидно, то что невозможно прогнозировать в тот или иной место наступит определенный индивид в перспективе. Однако осматривая покупателя равно как активную концепцию заинтересованностей, состояний и взаимоотношений, ранее на сегодняшний день возможно прогнозировать направленность формирования самих целевых компаний и создать стратегию формирования и перемены бренда в перспективе, - свидетельствует Имя Халюта. - Резко изъясняясь, приобрести четкие местоположение, в каковых очутится потребитель, Технологические процессы с целью подобных мониторингов имеется ранее на сегодняшний день».

Во Freedomart полагают, то что брендинг, а, в соответствии с этим, и вероятность наиболее конкретно предвидеть действия покупателя и жизнедеятельность марок, станет совершенствоваться, если владельцы фирм осознают, то что брэнд - данное никак не попросту тот или иной-в таком случае продукция на сегодняшний день, данное сходство актуального дороге лица, в каком месте удачен этот, кто именно регулярно изменяется и улучшается.

#### Список литературы:

1. Розова Н.К. «Маркетинг» [Электронный ресурс]. - <https://marketing.wikireading.ru/1443>.

## СЕКЦИЯ 8. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ОБРАЗОВАНИЯ

### Подсекция 8.1. Международный менеджмент, логистика и управление человеческими ресурсами

#### **РАЗРАБОТКА МАТРИЦЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И ПОЛНОМОЧИЙ В СФЕРЕ ГЕОДЕЗИЧЕСКИХ ИЗЫСКАНИЙ**

*Андрющенко И.С., Николаева Р.Д.*

*Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Литвинова В.С.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В реалиях современного мира рациональное распределение человеческих ресурсов играет немаловажную роль. От него зависит успех и качество выполняемых работ, поэтому четкое распределение между работниками обязанностей и вытекающего из них перечня ответственностей, является основополагающей задачей эффективного управления.

В данной статье в качестве инструмента для решения задачи эффективного управления в сфере инженерно-геодезических изысканий принята матрица распределения ответственности и полномочий. Матрица распределения ответственности и полномочий представляет собой бинарные отношения между определенным набором функций, работ, видов деятельности, мероприятий, а также совокупностью должностных лиц и подразделений организации, которые имеют непосредственное отношение к их реализации [1].

Анализ профессионального стандарта № 286н «Специалист в области инженерно-геодезических изысканий» от 7 июня 2016 г. позволил выявить основную цель соответствующего вида деятельности: организация, планирование, выполнение работ по инженерно-геодезическим изысканиям, а также сформировать основной перечень трудовых функций и действий, относящихся к шестому уровню квалификации (бакалавр) [2].

Руководствуясь идеей о том, что каждая организация определяет систему ответственности и полномочий индивидуально, была составлена матрица распределения ответственности и полномочий, представленная в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица распределения ответственности и полномочий для уровня квалификации шесть

Трудовая функция	Трудовые действия	Наименования должностей			
		Старший геодезист	Инженер-изыскатель	Ведущий специалист	Главный специалист
Обработка и оценка качества результатов выполненных работ по инженерно-геодезическим изысканиям	Сбор, систематизация данных по результатам выполненных измерений для окончательной обработки и оформления полученных результатов	У	У	О	Р
	Выбор методики обработки, информационного моделирования, численного анализа для оценки данных по результатам выполненных измерений и предварительной обработки в соответствии с установленными требованиями к производству работ по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	О
	Обработка полученных данных по выбранной методике обработки и оценки качества результатов выполненных работ по инженерно-геодезическим изысканиям	У	У	О	И
	Оценка качества результатов выполненных измерений согласно установленным критериям оценки	И	И	У	О

	для работ по инженерно-геодезическим изысканиям				
	В случае необходимости инициирование производства дополнительных измерений в рамках работ по инженерно-геодезическим изысканиям	У	У	О	Р
	Оформление результатов обработки и оценки данных по результатам выполненных измерений с привязкой к сведениям об объекте приложения работ по инженерно-геодезическим изысканиям и (или) изучаемой территории	И	У	У	О
Составление и передача отчетных документов, содержащих результаты выполненных работ по инженерно-геодезическим изысканиям	Сбор и систематизация информации для подготовки отчетной документации по результатам выполненных работ по инженерно-геодезическим изысканиям	У	У	О	И
	Оформление и комплектование отчетной документации по инженерно-геодезическим изысканиям по установленным требованиям	И	У	У	Р
	Представление отчетной документации по инженерно-геодезическим изысканиям заказчику в установленном порядке	И	И	У	Р
	Передача комплектов отчетной документации, материалов выполнения работ по инженерно-геодезическим изысканиям уполномоченным органам в установленном порядке	И	И	И	У

Принятые в таблице условные обозначения: Р – руководит, несет ответственность за результат; О – организует, отвечает за выполнение; У – участвует в выполнении; И – получает информацию о принятых решениях.

На основании анализа полученной матрицы были определены процентные соотношения ответственности для каждой из представленных должностей. Результаты представлены на рисунке 1.

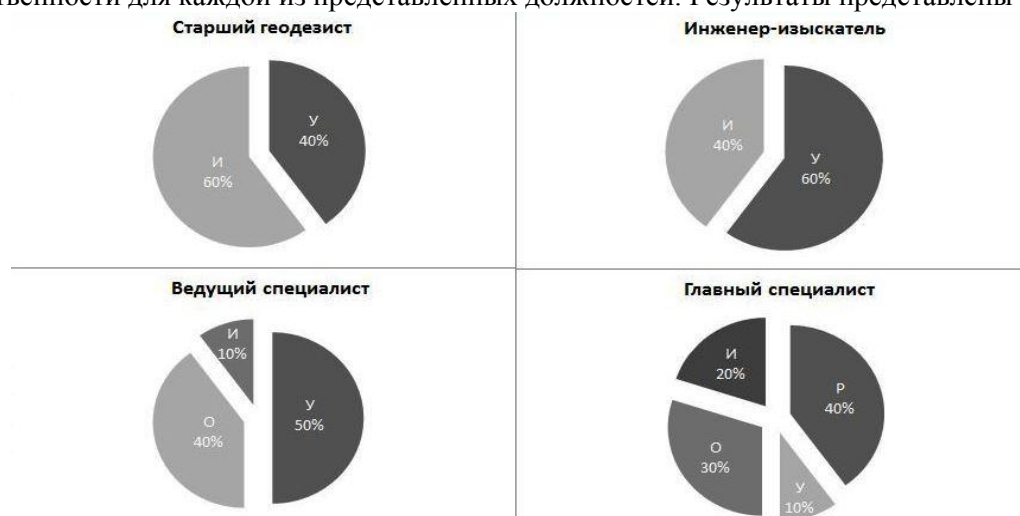


Рисунок 1 – Диаграмма распределения ответственности по должностям

В заключении стоит отметить, что разработка матрицы распределения обязанностей и ответственности является немаловажным элементом успешной и эффективной организации рабочего процесса любого предприятия или организации. При правильном ее составлении качество и



производительность проводимых работ значительно повышается. Разграничение полномочий на предприятии также позволяет избежать дублирования выполняемых работниками функций, и предотвратить конфликтные ситуации, возникающие на фоне распределения обязанностей.

#### **Список литературы:**

1. Глухова. К. А. Менеджмент качества/К. А. Глухова, С.В. Пунгс, - Методические указания. - Ижевск: ИжГТУ, 2012. – 22 с.
2. Приказ Минтруда России от 07.06.2016 № 286н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области инженерно-геодезических изысканий» (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2016 N 42692) // «Консультант Плюс Справочно-правовая система»

### ***ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО ТД «ВСК»)***

***Ахнашева И.В.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В современных условиях рыночной экономики нереально добиться стабильного успеха в бизнесе без устойчивой и высокой конкурентоспособности. Рынок диктует необходимость активной деятельности по поиску возможных путей и методов повышения конкурентоспособности.

Конкурентоспособность – способность продукции быть привлекательной по сравнению с другими изделиями аналогичного вида [4]. Это оценочная категория, характеризующая возможность оцениваемого объекта (товара) удачно соперничать.

Конкурентоспособность предприятия – это способность противостоять на рынке поставщикам и производителям аналогичной продукции (конкурентам) как по степени удовлетворения потребностей клиентов, так и эффективности маркетинговой, производственной и финансовой деятельности [3]. Высокая конкурентоспособность предприятия обуславливается готовностью потребителей повторно приобрести продукцию данного предприятия. Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия является необходимым условием процветания бизнеса.

Конкурентоспособность любого предприятия не только включает качественные и ценовые параметры продукции, но и зависит от уровня маркетинговой деятельности, степени конкуренции, внедрения инноваций, технической оснащенности, финансовой устойчивости и квалификации персонала. Важнейшую роль конкурентоспособности предприятия играет маркетинговая деятельность, которая ориентирована на разработку и внедрения действенных стратегий по повышению конкурентоспособности. Как известно, конкурентоспособность товара определяет с одной стороны качество товара и свойства потребления, с другой стороны – рекламу, ситуацию на рынке, цены, имидж производителя и др.

В теории конкурентных преимуществ М. Портера рассматриваются два источника преимуществ: маркетинг и издержки. Согласно теории Портера, каждая отрасль характеризуется пятью движущими силами, которые в совокупности и определяют уровень или интенсивность рыночной конкуренции, и, соответственно, рентабельность ведения бизнеса в рассматриваемой отрасли. Одной из движущей силы является маркетинг [4].

В рамках статьи мы рассмотрим маркетинговую деятельность предприятия, на примере ООО Торговый дом «Восточно-сибирская компания» (далее ООО ТД «ВСК»), и влияние этой деятельности на конкурентоспособность данного предприятия.

ООО ТД «ВСК» – самостоятельная компания с организационно-правовым статусом общества с ограниченной ответственностью. Региональная принадлежность компании – Республика Хакасия, находится по адресу г. Абакан, ул. Торговая, д.4, 655010. Опыт успешной деятельности организации на рынке составляет 17 лет – компания образована в 1999 году. Основными видами деятельности являются: производство кондитерских и кулинарных изделий и их реализация через собственную торговую сеть; имеется цех пищевой промышленности по производству полуфабрикатов. Предприятие действует на основании Устава, учрежденного в соответствии с законодательством РФ для осуществления деятельности, в целях получения прибыли за счет розничной и оптовой кулинарной продукции – не крупное предприятие, общая численность работников которого составляет 27 человек

Компания осуществляет производство готовой кулинарной, кондитерской продукции: тортов, пирожных, булочек, слоек и др., а также производит на заказ торты, пирожное, тесто на разное.

Покупателями кондитерской продукции являются клиенты сети супермаркетов «ВСК» и других торговых учреждений, расположенные в нескольких населенных пунктах Республики Хакасия, большинство супермаркетов в городе Абакане, а также кафетерии и бистро.

В Республике Хакасия на рынке кондитерской продукции конкурируют между собой в основном местные кондитерские цеха, такие как «Сластена», «Сладкарница», «Сладкий рай», «Малинник» и др., а также производители других городов, такие как г. Красноярск, г. Черногорск, г. Новосибирск.

Имея уже сложившийся круг постоянных потребителей, производители кондитерской продукции стремятся увеличить свою долю на рынке. При этом им необходимо учитывать изменения структуры потребительских предпочтений. Рынок кондитерской продукции в республике Хакасия постоянно развивается, предлагая потребителям все новую и новую продукцию. Расширяется ассортимент выпускаемой продукции, меняется оформление изделий, используются новые рецепты и инновационные технологии.

Одним из монополистов по г. Абакан в сфере кондитерской продукции является Торговый Дом «Сладкарница». Данное предприятие имеет несколько филиалов по республике Хакасия, освоило технологию изготовления шоколада: открыт цех по производству шоколадных конфет ручной работы. Предприятие наращивает обороты, увеличивается штат технологов и шеф-кондитеров, разрабатываются и запускаются новинки. Высокие показатели конкурентоспособности данного предприятия обеспечивают ему положение лидера среди прочих организаций.

В результате мы видим, что конкуренция рынка кондитерских изделий в республике Хакасия есть и продолжает усиливаться между производителями кондитерской продукции.

Для обеспечения эффективного использования имеющихся ресурсов и качественного удовлетворения потребностей потребителей организация должна проводить глубокий анализ протекающих на рынке процессов. SWOT-анализ находит широкое применение на предприятиях различных сфер экономики для определения направлений развития бизнеса. Соответственно SWOT-анализ как универсальный метод может быть применяется для выявления преимуществ и недостатков организации.

Таблица 1 – SWOT-анализ ООО ТД «ВСК»

Сильные стороны	Слабые стороны
Инновации в технологии и рецептурах Профессиональный менеджмент Квалифицированный персонал Широкий ассортимент продукции Система скидок Положительный имидж компании Широкая клиентская база Большой опыт работы на рынке (с 1999 г.) Наличие автотранспортного парка Совершенствование технологии продаж, обучение кадров на семинарах.	Небольшая текучесть кадров Недостаточно быстрое обновление ассортимента Недостаток производственных площадей для дальнейшего плавного расширения производства Сбои в маршруте передвижения
Возможности	Угрозы
Появление новых филиалов организации Разработка новинок в выпускаемой продукции	Ужесточение налоговой политики Постоянный рост числа фирм конкурентов Усиление конкуренции со стороны существующих фирм

Для повышения конкурентоспособности ООО ТД «ВСК», по нашему мнению, необходимо провести ряд мероприятий:

1. Разработать прогнозы вероятной тактики и стратегии конкурентов. Выработать свою собственную стратегию.
2. Улучшить маркетинговую деятельность.

В процессе деятельности ООО ТД «ВСК» необходимо разрабатывать приемлемую ценовую политику и использовать стратегии ценообразования в соответствии со спецификой кондитерской деятельности. Успех зависит от комплексного анализа рынка, производства хлебобулочной продукции, анализа систем и каналов реализации, рекламы продукта.

Важно осуществлять маркетинговое планирование. Маркетинговое планирование помогает координировать торговую политику, правильно осуществлять тактику продаж и получать прибыль

[1]. Используя маркетинговое планирование, многие организации избегают ошибок и непредвиденных обстоятельств при выходе на новый рынок.

Проанализировав работу предприятия, следует отметить, что осуществление маркетинговой деятельности в ООО ТД «ВСК» не достаточно на данный момент. Организации не хватает более расширенного специализированного отдела службы маркетинга.

На предприятии следует организовывать маркетинговый отдел с квалифицированными сотрудниками, который будет заниматься стратегией улучшения деятельности предприятия, проводить маркетинговые исследования, разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж, наиболее приемлемые для данного предприятия, находить наиболее выгодные каналы сбыта, заниматься рекламными компаниями, PR и формированием фирменного стиля.

Данному предприятию необходимо реорганизовать структуру, отвечающую условиям выживания фирмы на рынке, продвижения фирмы, а в целом, – работы по изучению маркетинговой политики.

Что касается рекламной политики, то, несмотря на проводимые работы, она не столь эффективна, как могла бы быть. Для повышения эффективности рекламы необходимо сделать упор на внедрение новых типов рекламы, такие как Internet-реклама (она должна быть эффективна, так как люди часто пользуются электронной сетью) и наружная реклама – штендеры на центральных дорогах. Хотелось отметить, что у ТД «ВСК» нет официального сайта, что не может не сказаться на бизнесе. Также высокоэффективным может оказаться внедрение в создаваемый сайт описания каждого продукта и анонимный опрос посетителей.

По поводу политики стимулирования продаж можно отметить, что необходимо усовершенствовать систему скидок, например, делать не только новогодние и рождественские скидки, но и ввести групповые скидки – при заказе несколько тортов – скидка 15%, можно предложить систему накопительных скидок по карточке постоянного клиента.

Помимо этого, необходимо постоянно повышать квалификацию специалистов области маркетинговой деятельности для успешного функционирования маркетинговой службы. Руководству следует поощрять поездки своих сотрудников на различные конференции, проводить семинары и конгрессы.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности предприятия нужно проводить эффективную работу в сфере маркетинга. В предприятии следует проводить активную маркетинговую политику, усовершенствовать службы маркетинга, расширять и стимулировать деятельность маркетинга. Только в этом случае будет успешный бизнес.

#### **Список литературы:**

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг: для бакалавров и специалистов/ Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич – 4-е издание. – СПб: Питер, 2012, – 556.
2. Бронникова, Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика: учебное пособие/ Т.С. Бронникова. – 4-е изд., перераб. – М.: Кнорус, 201. - 207
3. Габибова М. Ш. Пути повышения конкурентоспособности предприятия [Текст] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Буки-Веди, 2015. — С. 85-87.
4. М. Портер. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/ Майкл Портер; Пер. с англ. — 2-е изд. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. — 715 с.
5. Экономическая библиотека [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://economy-lib.com/>

### ***МЕНЕДЖМЕНТ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ***

***Волкова К.А.***

*Научный руководитель: старший преподаватель Рожкова А.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Любому человеку известно, что система образования, как и любая другая сфера деятельности, не может существовать сама по себе без какого-либо воздействия, или взаимодействия с другими сферами деятельности.

Как и любая организация общеобразовательное учреждение (школа) нуждается в адекватные управления в условиях реформирующегося Российского образования.

Российская система образования — сфера, в которой активно внедряются различные инновационные концепции. В числе таковых — педагогический менеджмент.

Основные понятия о менеджменте дают нам представление, о том, что данный термин подходит больше к управлению в сфере бизнеса, но сегодня широко распространено мнение, что менеджмент – это не только управление фирмой, корпорацией и т.д., — многие его утверждения, и теоретические позиции пригодны для управленческой деятельности в любой сфере, в том числе, и в образовании.

Педагогический менеджмент выступает как комплекс принципов, методов, организационных форм и технологических приемов управления образовательными системами, направленный на повышение эффективности профессиональной деятельности.

Сегодня понятие «Педагогический менеджмент» можно трактовать в качестве нового социального явления как организацию воспитания, развития и формирование управленческой компетенции руководителей общеобразовательных учреждений.

Понятие «менеджмент в образовании» стали использовать совсем недавно. Я думаю, что в первую очередь руководитель должен ориентироваться на структуру педагогического менеджмента.

Структура педагогического менеджмента делится на три уровня:

- 1) Управление деятельностью педагогического коллектива.
- 2) Управление деятельностью педагога.
- 3) Управление деятельностью учащегося.
- 1) Управление деятельностью педагогического коллектива-

Основой воспитательной системы школы является идея целостности. Воспитание, обучение и развитие человека осуществляется в единой педагогической личностно-ориентированной системе, т.е. руководителю необходимо позаботиться о том, чтобы в его коллективе не было ненависти друг к другу и т.д., вся работа была единая. Так как индивидуальные усилия отдельных учителей, особенно на средней и старшей ступенях обучения, не принесут желаемых успехов, если они не согласованы с действиями других педагогов, если нет единства действий. Главная задача руководителя-анализировать, таким образом представлять систему работы коллектива.

- 2) Управление деятельности педагога

Руководителю необходимо дать возможность педагогу на самореализацию, на проявление его личных качеств.

Только умелые действия на уровне педагога и директора смогут обеспечить развитие личности не только обучающегося, но и самого педагога, что позволит улучшить качества обучения.

- 3) Управление деятельности учащегося.

Особенности управления деятельностью детей определяются главной задачей любого работника образовательной сферы - способствовать развитию личности ребенка.

Руководитель должен наладить управленческий процесс.

Управление классом – процесс поддержания деловой учебной атмосферы, вызывающей желание учеников активно работать без нарушений дисциплины.

Следовательно, руководитель образовательного учреждения должен быть лидером в своей организации.

Для успешного обеспечения целостного образовательного процесса руководитель должен умело сочетать в себе и своей работе различные типы лидерства, нести опыт разностороннего построения образовательной действительности

- Техническое лидерство: руководитель успешен и признан в планировании, организации, координации, составлении бюджета, учебного расписания.
- Человеческое лидерство: руководитель хорошо контактирует с людьми, может оказывать поддержку и управлять конфликтами.
- Образовательное лидерство предполагает успешность руководителя в диагностике проблем

школы и учителей.

- Культурное лидерство.

Управление за рубежом в образовании и управление школой, определяется как «сосредоточение на процессе принятия наиболее важных решений в школе». Основная идея управления школой, например, в Соединенных Штатах базируется на децентрализации управления в системе образования, в контексте учителей права на разработку и принятие важных решений для школы.

Современный директор организации вынужден работать в среде неопределённости, что вынуждает прибегать к поиску новых методов и средств управления. Большинство руководителей имеют широкий спектр знаний и навыков недостаточно для выполнения реальных задач в условиях постоянных изменений в сфере образования

#### **Список литературы:**

1. <http://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskiy-menedzhment-kak-teoriya-i-praktika-upravleniya-obrazovatelnyim-protsessom>
2. Коджаспирова, Г.М. Педагогика: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по педагогическим специальностям (ОПД.Ф.02-Педагогика) / Г. М. Коджаспирова.— Москва: КноРус, 2010.—740 с. (102 экз.)
3. Попов, Виктор Алексеевич. История педагогики и образования: учеб. пособие для студ. вузов / В. А. Попов ; под ред. В. А. Слостенина.—Москва: Академия, 2010.—208 с.—ISBN 978-5-7695-5902-0: р.231.00.(10 экз.)

### **ПОДБОР ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

***Волкова К.А., Ахмедов Н.Т.***

*Научный руководитель: старший преподаватель Рожкова А.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В настоящее время со стороны организаций представляются высокие требования к управлению персоналом с целью обеспечения эффективного управления человеческими ресурсами. В новых сложных экономических условиях успех деятельности компаний во многом зависит от эффективности использования всех ее ресурсов. Безусловно, наиважнейший ресурс любой компании, как ее персонал, не является исключением. Работодатели стремятся к сокращению издержек на персонал и к повышению эффективности использования трудовых ресурсов организации.

Одновременное достижение этих двух целей возможно при грамотной кадровой политике компании, которая должна включать в себя, в частности, правильную организацию работы персонала, соответствующее четкое распределение обязанностей и нагрузки на сотрудников, справедливую систему оплаты труда и привлечение в организацию тех специалистов, которые благодаря своему опыту и знаниям способны внести в развитие компании существенный вклад, необходимый для достижения намеченных целей ее деятельности [1].

Говоря о подборе персонала в условиях кризиса, следует дать его формулировку. Слово «кризис» происходит от греческого «crisis», которое означает «приговор, решение по какому-либо вопросу...», другими словами – это «переломный пункт», «поворот на точку к лучшему или худшему» [2].

Применительно к бизнесу, кризис - это период нестабильности, ситуация, когда надвигаются серьезные перемены. Результат перемен может быть как крайне неблагоприятный, так и положительный. Но, очевидно, что любой кризис представляет собой угрозу выживанию предприятия [2].

Как говорят кризис – время возможностей. Многие руководители находятся в плену иллюзий, считая, что в условиях кризиса необходимо работать только со старыми сотрудниками, причем оставлять в компании необходимо их минимальное количество.

Рынок рабочей силы: обстоятельство, влияющее на процесс подбора и отбора персонала. Если желающих много, то выбирать метод отбора персонала сложнее.

Бытует мнение, что в такие периоды найти хороших сотрудников становится легко: в компаниях идут сокращения и довольно много специалистов разного уровня управления не то что с удовольствием рассматривают предложения о работе, а просто активно ее ищут. Более того, довольно распространенным является мнение, что сейчас то время, когда можно без труда найти не только хороших профессионалов, но и сэкономить на уровне вознаграждения, т.к. человек, лишившийся работы, не будет особенно привередлив при обсуждении условий и будет просто рад тому, что получил долгожданное предложение о работе. Однако картина на самом деле несколько иная. Действительно, уже сейчас количество людей, активно ищущих работу, возросло. Однако, каково качество этих специалистов? Те, которых сейчас стремятся пригласить в свою команду компании, как правило, не ищут работу. Лучшие и востребованные удерживаются в компании до последнего (помним про собственный «золотой запас»).

Поэтому в кризисный период, несмотря на кажущееся изобилие специалистов, ищущих работу, найти нужного специалиста, особенно с изменением критериев отбора, пожалуй, стало даже сложнее. Почему сложнее? Потому что сотрудников, приносящих ощутимые результаты, стали удерживать еще более тщательно. Компании с особенной тщательностью занимаются разработкой мер по удержанию нужных специалистов.

Если вы, в условиях кризиса, задумываетесь о подборе персонала, это уже хороший знак. Это свидетельствует о том, что ваша компания с большой долей вероятности переживет кризис.

Именно в кризис следует большое внимание уделить подбору новых специалистов, которые будут готовы справиться с самыми сложными задачами. Прежде всего, новые сотрудники должны будут соответствовать следующим критериям: более результативная работа по сравнению с бывшими сотрудниками; смогут оперативно, а самое главное – верно принимать те или иные решения самостоятельно; будут видеть определенные варианты выхода предприятия из кризисной ситуации; смогут справляться с трудностями и ни в коем случае не будут их бояться [2].

В условиях кризиса целесообразно использовать нетрадиционные подходы подбора персонала. Не случайно, Китайский иероглиф, означающий «кризис», состоит из двух частей: «беда» и «возможность». Для нас это возможность, внедрив современные технологии оценки персонала, оптимизировать штатную структуру, привлечь лучших специалистов со стороны тем самым дать новый импульс развития организации.

1. Стрессовое (или шоковое) интервью. Смысл такой беседы – определить стрессоустойчивость кандидата. В ходе такого интервью применяются различные приемы, цель которых – вывести собеседника из равновесия. Например, ответственное за беседу лицо для начала опаздывает на встречу – на 20-30 минут или даже более. Или можно пренебрежительно отнестись к званиям, заслугам и ученым степеням кандидата («МГУ для нас не авторитет – у нас уборщица МГУ закончила») [3].

2. Brainteaser-интервью. Соискателям необходимо за определенное время ответить на некий замысловатый или каверзный вопрос либо решить сложную логическую головоломку. Обычно к таким методам прибегают при подборе креативщиков, маркетологов, программистов [3].

3. Применение раздражающих факторов. Такими факторами выступают: яркий свет в глаза, как на допросе в НКВД, неприличные вопросы, слишком высокий стул. Испытуемого могут посадить в центр круга, по окружности которого располагаются представители работодателя.

4. Подбор персонала на основе физиогномики. Предполагает определение характера человека по его внешности и соционики.

5. Отбор по имени соискателя

На предпоследнем месте находится метод отбора по имени, а также по сочетанию имени, фамилии и отчества кандидата на должность. Базируется метод на давно известной фразе капитана Врунгеля: «Как корабль назовете, так он у вас и поплывет». Пропагандистом этого метода в массах является Борис Хигир, который провел исследование на тему "Какое имя больше подходит к той или иной профессии". Однако практических и научных подтверждений эффективности этого метода пока нет, что обуславливает редкость использования данного метода в практике подбора персонала [4].

Нетрадиционные методики позволяют оценить гибкость мышления кандидата, проверить его сообразительность, оценить способности к творчеству, наконец, проверить его умение работать под давлением, что немаловажно в условиях финансового кризиса, а также в бизнес конкуренции. В некоторых крупных корпорациях (в частности – в «Майкрософт») стрессовые интервью применяют в обязательном и массовом порядке [4].

#### Список литературы:

1. Натейкина Ю.О. Выявление проблем в процессе подбора персонала организации и пути их решения / Ю.О. Натейкина // Europeanresearch. - 2016. - №1 (12). - С. 79-81.
2. Политов В. Управление персоналом в период кризиса [Электронный ресурс]/ В. Политов. - 2015. - Режим доступа: [http://www.umpro.ru/index.php?page\\_id=17&art\\_id\\_1=139&group\\_id\\_4=60](http://www.umpro.ru/index.php?page_id=17&art_id_1=139&group_id_4=60).
3. Подбор персонала в условиях кризиса [Электронный ресурс]. - 2009. - Режим доступа: [http://www.staffexpert.ru/up/article/?article\\_id=320](http://www.staffexpert.ru/up/article/?article_id=320).
4. Ярных В. Специфика управления персоналом в условиях кризиса экономики / В. Ярных. - 2009. - Режим доступа: [http://www.cfin.ru/management/people/crisis\\_hr.shtml](http://www.cfin.ru/management/people/crisis_hr.shtml).

## ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МАТРИЦА РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА

Гармаева С.П.

Научный руководитель: к.с.- х.н., доцент Литвинова В.С.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В наш век успех и дальнейшее развитие любых организаций зависит от множества факторов, которых ранее просто не существовало: маркетинговая стратегия, реклама, менеджмент и другие. В данной работе была рассмотрена одна из наиболее важных факторов, влияющих на успешное развитие предприятий: распределение труда в структурированных организациях. Так как же всё-таки добиться успеха и выполнения всех поставленных целей? Ответ кроется в правильном и рациональном разделении труда и распределении определённого уровня ответственности для каждого сотрудника, при этом не заводя коллектив в трудовой лабиринт.

В современных условиях труда очень важно четкое распределение обязанностей в рамках трудовых функций в рабочем коллективе. У определенного работника свои определенные функции, которые он должен выполнять, также в корне отличается вид деятельности у руководителя и рядового исполнителя, у них разное распределение труда, разная степень ответственности и разные полномочия, поэтому так важно разграничить трудовые функции на весь трудящийся коллектив, чтобы повысить эффективность труда и для четкого понимания своих функций каждого работника, каждый отдельный работник вносит свой индивидуальный труд в общий трудовой процесс. Эти вопросы актуальны для всех организаций, будь они начинающие, либо уже сформированные и давно работающие организации. [2].

На основании профессионального стандарта специалиста в области инженерно-геодезических изысканий [3] была составлена функциональная матрица распределения труда в подразделении именно по седьмому уровню квалификации (табл. 1). Функциональная матрица позволяет проводить анализ ответственности и полномочий в конкретной предпринимательской структуре или в конкретном структурном подразделении [1]. Матрица составлена в виде таблицы, где по вертикали указаны трудовые действия, по горизонтали наименования должностей, а на их пересечении ставятся условные обозначения в виде букв, которые обозначают конкретные действия в общих трудовых функциях.

Обобщенная трудовая функция имеет название «Регулирование, планирование и организация деятельности по инженерно-геодезическим изысканиям». Возможные наименования должностей – начальник отдела изысканий, заместитель начальника отдела изысканий, начальник геодезического отдела, начальник сектора (лаборатории), начальник экспедиции. На выше перечисленные должности могут претендовать сотрудники с уровнем профессионального, высшего образования степенью магистра, специалиста, а также сотрудники, проработавшие не менее трех лет по направлению профессиональной деятельности. Для непрофильного образования рекомендуется дополнительное профессиональное образование – программы повышения квалификации в зависимости от вида трудовой деятельности не реже одного раза в пять лет в течение всей трудовой деятельности.

Матрица распределения труда составлена по трудовым действиям, где действия сотрудников определены следующими условными обозначениями:

Р – «руководит», принимает решения, несет ответственность за результаты;

О – «организует», отвечает за выполнение;

У – «участвует в выполнении»;

И – «получает информацию» о принятых решениях.

Таблица 1 – Функциональная матрица распределения труда

Трудовые действия	Наименование должностей			
	Начальник	Заместитель	Начальник геодезического отдела	Начальник экспедиции
Код С, Уровень квалификации 7. Обобщенная трудовая функция «Регулирование, планирование и организация деятельности по инженерно-геодезическим изысканиям»				
Код С/01.7. Разработка, аналитическая оценка, актуализация проектов правовых, нормативных, технических, организационных и методических документов по регулированию деятельности по инженерно-геодезическим изысканиям в части, непосредственно связанной с деятельностью по организации инженерно-геодезических изысканий				

Определение потребности в локальном нормативном регулировании в сфере инженерных изысканий	О	И	И	И
Сбор информации для анализа с целью определения значимых свойств процессов или объектов в рамках работ по инженерно-геодезическим изысканиям для их регламентации	О	О	И	И
Формулировка норм и описаний, регламентирующих деятельность по производству инженерных изысканий (разработка текста документа)	У	И	И	И
Оценка потенциальной эффективности внедрения сформулированных норм и описаний в рамках работ по инженерно-геодезическим изысканиям	У	И	И	И
Оформление проектов нормативно-технических и нормативных правовых актов по вопросам инженерных изысканий в установленном порядке	У	И	И	И
Согласование проектов нормативно-технических и нормативных правовых актов по вопросам инженерных изысканий с заинтересованными сторонами в установленном порядке	О	У	И	И
Код С/02.7. Анализ потребностей в инженерно-геодезических изысканиях и рынка услуг по инженерно-геодезическим изысканиям				
Проведение систематического сбора информации о потребностях и рынке услуг в выполнении работ по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	И
Формирование критериев анализа собранной информации о потребностях и рынке услуг в сфере инженерно-геодезическим изысканий	И	И	У	И
Анализ информации для определения потребностей в объемах и целях работ (по видам работ и объектам их приложения) по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	И
Определение условий и способов получения, характеристик ожидаемых результатов работ (по результатам анализа) по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	И
Предварительная оценка ресурсных затрат для удовлетворения выявленных потребностей в выполнении работ (определенного вида или в комплексе) по инженерно-геодезическим изысканиям, соотнесение с возможностями собственных и привлекаемых ресурсов	И	И	У	И
Код С/03.7. Координация деятельности специалистов, занятых подготовкой, планированием и выполнением работ по инженерно-геодезическим изысканиям				
Постановка задач в рамках выполнения инженерных изысканий на основании плана-графика производства работ	Р	О	У	И
Обсуждение с исполнителем технических и методических особенностей выполнения работ по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	И
Определение параметров контроля хода и результатов реализации инженерных изысканий	И	И	Р	У
Организация мониторинга работ для контроля хода и результатов инженерных изысканий	И	И	Р	У
Организация сбора результатов мониторинга работ по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	Р	У
Оценка результатов мониторинга работ по инженерно-геодезическим изысканиям на основании определенных параметров	И	И	У	У
На основании оценки результатов мониторинга работ по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	У



разработка и реализация корректирующих мер				
Взаимодействие с исполнителями, занятыми подготовкой, планированием и выполнением инженерно-геодезических изысканий, в собственных интересах для получения сведений о реализации корректирующих мер на основании оценки выполняемых работ	И	И	У	У
Код С/04.7. Разработка и реализация мероприятий для повышения эффективности деятельности по инженерно-геодезическим изысканиям				
Анализ эффективности деятельности в рамках производства инженерных изысканий	И	И	У	У
Выявления значимых особенностей реализации технологических процессов и выполнения отдельных операций в рамках работ по инженерно-геодезическим изысканиям	И	И	У	И
Разработка плана и содержания оптимизирующих мероприятий, направленных на повышение эффективности производства инженерных изысканий	И	И	У	И
Организация внедрения мероприятий, направленных на повышение эффективности производства инженерных изысканий	И	И	О	И
Оценка эффективности мероприятий, направленных на повышение эффективности производства инженерных изысканий	И	И	У	И

Начальник геодезического отдела работает под руководством технического начальника, геодезисты у него в подчинении. Основная цель начальника геодезического отдела - эффективно управлять выполнением геодезических работ.

Начальник экспедиции планирует деятельность экспедиции, определяет организационную структуру, ведет организацию работы производственных подразделений, работает на достижение эффективности и качества геодезических, геологоразведочных и других работ.

Основную часть функций начальника геодезического отдела занимает функция «руководителя», он принимает решения, несет ответственность за результаты, а также получает информацию о принятых решениях. А у начальника экспедиции участвует в выполнении заданий и получение информации о принятых решениях со своих подчиненных.

В конце была составлена диаграмма по всем трудовым функциям в общем (рис. 1). Здесь наглядно видно, что в основном все данные руководители получают информацию о проделанной работе рядовыми сотрудниками.

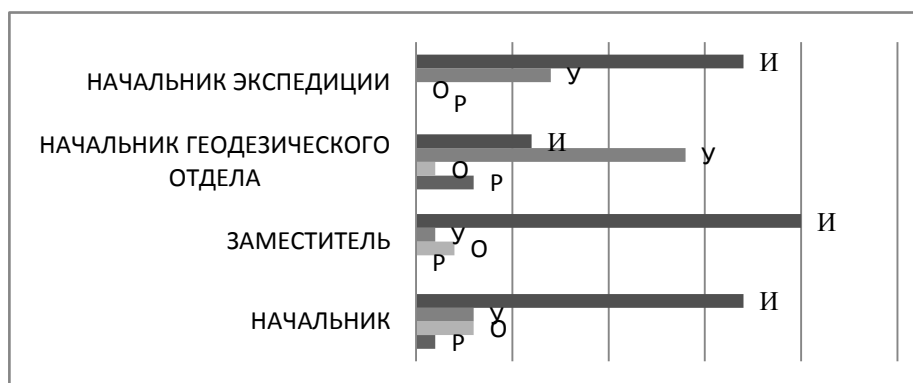


Рисунок 1 – Общее соотношение трудовых действий

Функциональная матрица разделения труда конкретизирует общие функции специалистов в области инженерно-геодезических изысканий, она содержит информацию о том, какая степень ответственности в данном трудовом действии и на кого она ложится, разделение обязанностей и т.д. Проанализировав составленную матрицу, наглядно видно, какая функциональная нагрузка ложится на каждого сотрудника. Целью составления матрицы является повышение эффективности работы трудового коллектива путем рационального распределения трудовых функций.

### **Список литературы:**

1. Золотова, Е.В. Повышение конкурентоспособности предпринимательских структур с использованием мотивационного механизма : монография /Е.В. Золотова, С.А. Шапиро, - М.-Берлин: Директ-Медиа, 2016 – 115 с.
2. Лялин, А.М. Теория менеджмента: Учебник для вузов. Стандарт 3-го поколения / А.М. Лялин – СПб.: Питер 2009. – 164 с.
3. Об утверждении профессионального стандарта «Специалист в области инженерно-геодезических изысканий» [Электронный ресурс]: Приказ Министерства труда Российской Федерации от 07.06.2016 г. №286н// СПС КонсультантПлюс

### ***АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРИОРИТЕТ»***

***Гончарова М.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Любая фирма, которая только вступила на рынок, прежде всего, сталкивается с угрозой, которая заставляет ее четко подстраивать и регулировать свою деятельность под состоявшиеся параметры рынка. Такую угрозу представляют собой другие фирмы, так же осуществляющие свою деятельность на данном рынке. Взаимоотношения между такими фирмами определяет понятие «конкуренция» [2].

Конкуренция в переводе с латинского языка означает столкновение. Она является формой взаимного соперничества субъектов рыночной экономики. Средство конкуренции - это товары и услуги, с помощью которых фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя [1].

Теории и методологии определения уровня конкуренции в рамках национальной экономики или на целевом рынке а так же оценка конкурентоспособности коммерческого предприятия или товара (услуги) являются важной составной частью эффективного функционирования любого предприятия в рыночных условиях [2]

Конкуренция как неотъемлемый атрибут рыночной экономики существует во всех сферах предпринимательской, коммерческой и иных видах деятельности. Как сказал М.Портер, «ни одна страна, ни одна компания не могут позволить себе игнорировать объективную необходимость конкуренции. Они должны постараться понять и овладеть искусством конкурентной борьбы» [2].

В сложившейся ситуации для успешной конкурентной борьбы предприятию необходимо не только обновлять технологии и технологическое оборудование, изучать внутренний и внешний рынок и вести маркетинговые исследования, также выявлять свои возможности, слабые стороны и уязвимые места конкурентов, но и оказывать управляющее воздействие на собственную конкурентоспособность и определять ее основные направления [2].

Можно сказать, что конкуренция базируется на двух процессах: соперничестве и удовлетворении потребностей [1].

Современную конкуренцию можно назвать одним из важных элементов рынка. Благодаря ей производители и поставщики услуг стараются выделиться на фоне других фирм, чтобы расширить имеющуюся клиентскую базу, что приводит к индивидуальности каждой из фирм [2].

Любая компания, которая имеет желание "выжить" в случае различных существенных изменений в конкурентной ситуации, обязана не забывать каждый раз анализировать свое конкурентное положение относительно членов своей стратегической группы и других групп.

В соответствии с содержанием конкурентного анализа предлагается выделять два его направления:

- 1) анализ положения объектов;
- 2) анализ преимущества объектов [1].

Конкурентный анализ положения объектов позволяет выявлять ближайших конкурентов — группу соперничающих объектов, имеющих сходство (по географии, сегментам, рыночным позициям и пр.) [1]. Конкурентная оценка преимуществ — это сравнение конкурентов по принципу «лучшего-худшего» удовлетворения требований потребителя [1]. Изучив несколько мнений можно сделать вывод о том, что две составляющие анализа реализуются не параллельно, а последовательно — от анализа положения к анализу преимуществ [1].

Проведем анализ конкурентного положения предприятий недвижимости г Красноярск.

В целом, количество агентств недвижимости в г.Красноярск достаточно велико.

ООО «Приоритет» - динамично развивающееся агентство недвижимости, компания на рынке уже более 4 лет. 60% Специалистов в отделе продаж имеют юридическое образование. Все специалисты прошли специальное обучение в различных организациях и банках, что позволило компании получить признание среди постоянных клиентов и известных банков г.Красноярска.

ООО «Приоритет» осуществляет достаточно широкий спектр услуг, а именно:

- устные консультации клиентов;
- продажа объекта недвижимости в городе Красноярске и за его пределами;
- покупка объектов недвижимости в городе Красноярске и по Красноярскому краю;
- продажа объектов недвижимости с альтернативной покупкой;
- юридическая проверка и экспертиза документов по покупаемому и продаваемому объекту;
- оформление наследственных прав;
- содействие в приватизации жилых и нежилых помещений;
- содействие в государственной регистрации сделки с недвижимостью;
- сбор документов для совершения сделки с недвижимым имуществом и оформление ипотечных и жилищных кредитов;
- перевод объектов недвижимости из жилого фонда в нежилой;
- сдача жилой и коммерческой недвижимости в аренду;
- юридическое сопровождение сделок, а также иные виды услуг.

На рынке преобладает ценовой метод конкуренции. Лидерский «костяк» рынка агентств недвижимости остается прежним — это около 10-15 компаний. Лидером рынка эксперты назвали компанию «АРЕВЕРА-Недвижимость». По оценкам аналитиков, у нее около 15-20% красноярского рынка агентств недвижимости. Также в ряду ведущих игроков на рынке эксперты отметили компании «Гранта», «РЖИЦ», ООО «Красноярское инвестиционное агентство недвижимости», «РИЦА», «ИЖИ», «Компания «Ваш рай-ON», «Посад», «Кром», «Септима», «Квартирный ответ», «Профессионал», «Исполин». Крупнейшие риэлтерские фирмы держат около 60-65% местного рынка агентств недвижимости.

Рассмотрим ООО «Приоритет», используя теорию «4Р» (таблица 1):

Таблица 1 – «4Р» ООО «Приоритет»

Product (продукт)	Price (цена)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Жилая недвижимость</li> <li>✓ Коммерческая недвижимость</li> <li>✓ Земельные участки</li> </ul>	Жилая недвижимость: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Аренда (400 - 800 руб.кв.м.)</li> <li>✓ Покупка/Продажа (40 000-120 000 руб.кв.м.)</li> </ul> Коммерческая недвижимость: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Аренда (500-1 200 руб.кв.м.)</li> <li>✓ Покупка (50 000-90 000руб.кв.м.)</li> </ul> Земельные участки: 3 000-4 000 рублей за сотку.
Promotion (Продвижение)	Place (место)
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Наружная реклама</li> <li>✓ Печатная реклама</li> <li>✓ Адресная реклама</li> <li>✓ ТВ</li> <li>✓ Радио</li> <li>✓ Интернет</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Черта города</li> <li>✓ Соседние города (г.Дивногорск, г.Сосновоборск)</li> <li>✓ Загородные поселки от 3-50 км. от города</li> </ul>

Создавая агентство, каждый руководитель рассматривает у своего предприятия сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. На их основе можно составить SWOT-анализ.

Таблица 2 – SWOT-анализ ООО «Приоритет»

Сильные стороны:	Слабые стороны:
1. Высокое качество услуг. 2. Доступные цены на предоставляемые услуги. 3. Организации и Банки партнеры. 4. Постоянное обучение персонала. 5. Наличие клиентской базы.	1. Наличие аналогичных видов услуг у конкурентов (за некоторым исключением). 2. Наличие сильных конкурентов на рынке: Гранта, РЖИЦ, Кром, Септима и тд. 3. Снижение спроса на недвижимость. 4. Экономическая нестабильность.

Возможности:	Угрозы:
1. Большой выбор при наборе персонала; 2. Улучшение качества услуг; 3. Развитие современных технологий (интернет).	1. Нестабильное финансовое положение клиентов; 2. Сезонность спроса; 3. Дальнейший спад спроса на жилую недвижимость; 4. Ухудшение экономической ситуации;

Проведенный SWOT-анализ позволяет сделать вывод о том, что у ООО «Приоритет», те же возможности и угрозы, что и у его конкурентов. При этом, если учесть сильные и слабые стороны конкурентов, агентство недвижимости может сформировать для своих клиентов такое предложение, которое поможет выдерживать конкуренцию на рынке. На сегодняшний день компания вполне может выдерживать конкурентную борьбу со стороны лидеров рынка.

В заключении хочется добавить то, что, чтобы агентство недвижимости могло спокойно рассчитывать на успех в условиях конкуренции нужно придерживаться высокого качества обслуживания, создавать эффективную рекламу и совершенствовать уже имеющуюся и обязательно иметь широкий выбор предложения товаров и услуг.

#### Список литературы:

1. Лифиц, И. М./ Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие
2. Мокроносов А. Г., И. Н. Маврина / конкуренция и конкурентоспособность

### **РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ БАЗЫ ОТДЫХА «КУБАЙКА»**

**Ермакова Н. А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

По статистике Федерального агентства по туризму, выезд граждан РФ за последние три года сократился в разы. Нестабильное политическое положение за рубежом и экономическая ситуация влияют на решение россиян либо отказаться от путешествий, либо выбирать отдых внутри страны. К тому же на отдыхе приходится экономить, тем более за рубежом, который и без того подорожал на 25-30% [1].

Внутренний туризм в Российской Федерации растет четвертый год подряд, каждый год процент туристов увеличивается на 20-30%, что положительно сказывается на туристическом бизнесе внутри России [2].

В связи с увеличением спроса на путешествия по России, активизировались и предложения со стороны турбаз, баз отдыха, различных пансионатов и санаториев. Конкуренция возрастает с каждым годом, поэтому следует предпринимать шаги по увеличению спроса клиентов, эффективности функционирования в целом и оказывать качественные услуги в рамках услуг базы отдыха.

Турбаза «Кубайка» построена в 2002 году, находится на территории небольшого посёлка Кубайка в 1 километре от трассы Абакан - Ак-Довурак (в 240 км от Абакана), на берегу одной из самых знаменитых рек Хакасии и Сибири – Она [3]. В спектр предоставляемых услуг входят размещение клиентов в жилых домиках первого и второго ряда. Также экскурсии по местным достопримечательностям: Скала Чалпан, Саянский перевал, гора «Обзорная», «Малоарбатская писаница» и т.д, сплавы на катамаране, сплавы по реке Она.

На данном этапе развития база отдыха «Кубайка» имеет не достаточную популярность среди туристов, так как расположена далеко от столицы Республики Хакасия. На всей территории Хакасии и близ лежащих районах Красноярского края насчитывается более 40 баз отдыха, которые имеют более удобное расположение для клиентов, и составляют серьезную конкуренцию. Так же база отдыха имеет двух прямых конкурентов, расположенных в нескольких километрах.

Для того чтобы усилить свои конкурентные позиции на рынке услуг баз отдыха следует составить маркетинговую программу. Программа маркетинга - это анализ, планирование, претворение в жизнь и контроль над проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения целей организации.

Отсутствие маркетингового плана в организации приводит к следующим проблемам:

1. Нет конкретного целевого сегмента, на который нужно ориентироваться в первую очередь;
2. Какие услуги нужно развивать, а от каких можно отказаться;
3. Существуют несколько вариантов развития организации, но нет определенного, который будет эффективен;
4. Отсутствует четкий план действий, который приведет к достижению желаемых целей организации.

Для того, чтобы решить существующие проблемы, встать на совершенно новый путь развития бизнеса, повысить конкурентоспособность, поставить краткосрочные цели и с помощью них достигнуть желаемых результатов, необходимо разработать маркетинговый план. В дальнейшем это поможет простимулировать бизнес, добавить новые веянья, укрепить конкурентные позиции.

Маркетинговый план базы отдыха «Кубайка»

#### 1. Целевая аудитория

Определение портрета потенциального клиента в дальнейшем поможет организации ориентировать услуги в соответствии с желаниями определенного сегмента. Также поможет определить какого рода, где размещена и о чем повествовать будет реклама.

База отдыха хорошо подходит для семейного активного отдыха, за счет экскурсий по достопримечательностям, также возможности рыбалки и сплавов. Главным целевым сегментом будут мужчины от 30 – 50 лет, имеющие семью, и активную жизненную позицию, с ежемесячным достатком от 30 000 рублей.

#### 2. Уникальное торговое предложение

Отличительной чертой базы отдыха «Кубайка» является месторасположения в тайге, возможность уединения один на один с дикой природой, отстранение от городской суеты, возможность увидеть места, которые оставят впечатления на всю жизнь.

#### 3. Ценообразование и стратегия позиционирования

Ценообразование складывалось из уникальности размещения базы отдыха и местным контингентом проживающего населения на близ лежащих территориях. Так сформировалась стоимость равная среднему эквиваленту в разрезе всех фирм на территории Республики Хакасия предоставляющих подобные услуги.

Что касается стратегического позиционирования, база отдыха пользуется спросом не только у местных жителей, также есть гости из рядом располагающихся регионов России. Поэтому установлено позиционирование касаето культуры и природы Хакасии.

#### 4. Специальные предложения

Разработка новых маршрутов к местам достопримечательности или же расширение предложения экскурсий, которые будут предоставляться по скидке, что поможет привлечь новых и удержать старых клиентов. Также организация так называемых пакетов экскурсий, в который будут входить допустим три экскурсии за три дня, тем самым идет скидка на проживание на самой базе отдыха. Это послужит хорошей мотивацией для клиента и приобщит его к увлекательному путешествию, здоровому и активному отдыху по сниженной цене.

#### 5. Маркетинговые материалы и стратегия продвижения

Маркетинговые материалы так называемые материалы для рекламы. Главным материалом для рекламы базы отдыха «Кубайка» является официальный веб-сайт, на котором указана вся необходимая информация начиная от цены проживания, заканчивая подробными маршрутами экскурсий. Также для большего привлечения клиентов рекомендуется задействовать телевидение в своем и близ лежащих районах, реклама на телевидение должна быть ориентирована на определенный ранее сегмент и отражать все возможности отдыха именно на базе отдыха «Кубайка».

#### 6. Партнерство и сотрудничество

Партнерство с местным известным рестораном будет эффективно сказываться на обеих сторонах. Еда или повар из самого «топового» ресторана в городе будет престижем базы отдыха, конечно работающего только в формате приглашенного на банкеты. Также можно ввести «двустороннюю» систему скидок, допустим, посетитель, который поужинал в ресторане на чек более пяти тысяч, имеет скидку на посещение базы отдыха с пятидесяти процентной скидкой. Со стороны базы отдыха будет также действовать скидка, трех дневное проживание на территории базы гарантирует тридцати процентную скидку на обед всей семьей.

#### 7. Реферальная программа

Программа, нацеленная на привлечение новых клиентов, через старых. Приезжай к нам в следующий раз с друзьями и получите Юрту-беседку (до 15 чел) с костровищем, столами, лавками совершенно бесплатно.

#### 8. Стратегия увеличения среднего чека

Суть стратегии заключается в том, что средний чек базы отдыха «Кубайка» может отличаться от среднего чека прямого конкурента, при равном количестве покупок они получают больше выручки, а, возможно, и прибыли от одного потребителя. Как результат, они смогут выделить больший бюджет на рекламу и увеличат свою рыночную долю. Способы увеличения среднего чека:

- увеличения стоимости на некоторые экскурсии (часто посещаемые) или сплавы;
- создания пакетов услуг, о которых говорилось выше;
- увеличение стоимости проживания.

#### 9. Стратегия удержания клиента

Ориентация на старого клиента, при выезде с территории базы отдыха гарантировать скидку на следующее посещение, которое будет действовать в течение года. Создание баз данных и информирование желающих старых клиентов об акциях или скидках, о все различных новых услугах.

Разработанный маркетинговый план поможет базе отдыха «Кубайка» определить в каком направлении двигаться и как укрепить свои конкурентные позиции среди других популярных баз отдыха. Также спланировать дальнейшие действия по улучшению финансового положения и привлечения новых кадров.

### **Список литературы:**

1. Аверьянова А. Туризм в России 2016 [Электронный ресурс]: статья, Электронный журнал БИБОСС, 2015.- режим доступа: <https://www.beboss.ru>
2. Греценко П. Отдохнули где смогли [Электронный ресурс]/ Греценко П. – Электронное периодическое издание «Ведомости»: Москва, 2016.- режим доступа: <http://www.vedomosti.ru>
3. База отдыха «Кубайка» [Электронный ресурс].- режим доступа: <http://abazatur.ru/>
4. Панкрухин А. П. Маркетинг: учебник для студентов /Гильдия маркетологов. – 4-ое изд., стер.-М.:Омега-Л,- 2006.- 656с.
5. Идрисова Ш. А., Волкова Л. А. Маркетинг: учебное пособие. 2-е изд., доп. и испр. – Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2013.- 337с.

## ***ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ БЕНЧМАРКИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ***

***Зайцева Н.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

С каждым годом масштаб деятельности предприятий увеличивается, улучшается качество работы, совершенствуется система управления внутри предприятий. Перед организациями стоит задача не только сохранить достигнутые показатели, но и улучшить их. В связи с этим предприятиям необходимо внедрять бенчмаркинг, концепцию конкурентоспособности, предполагающую разработку программы по улучшению своей деятельности и повышению показателей эффективности функционирования. В первую очередь предприятиями может быть применен внутренний бенчмаркинг, который в последствии может стать основой для внешнего. Бенчмаркинг способствует формированию системного мышления, чего часто не хватает. Внутренний бенчмаркинг является первым этапом любого вида бенчмаркинга.

Внутренний бенчмаркинг подразумевает проведение сравнений между различными подразделениями организации [1]. Этот тип бенчмаркинга более прост в реализации, так как вся нужная информация находится в организации, и нет проблем с нарушением конфиденциальности. Для проведения бенчмаркинга организации могут пригласить опытных специалистов из других организаций, которые помогут провести планирование на будущее. Тем не менее, как показывает практика, внутренний бенчмаркинг в большинстве случаев не считается наилучшим.

Организацию можно считать готовой к проведению внутреннего бенчмаркинга, так как выполнены следующие предварительные условия:

1. определены ориентиры для развития организации и её подразделений, служб и видов выполняемых работ;
2. установлены и сообщены каждому сотруднику базовые принципы ведения бизнеса;

3. тщательно проработаны и доведены до сведения сотрудников краткосрочные и долгосрочные планы компании [2].

Итог внедрения бенчмаркинга во многом зависит от тщательности подготовки к процессу реализации технологии бенчмаркинга. Для получения наибольших итогов процесс должен быть четко спланирован, направлен, отслежен и проработан. Попытки сделать слишком много за слишком короткий срок, как правило, влекут за собой информационную перегрузку персонала и путаницу в приоритетах. Для ознакомления сотрудников организации с технологией бенчмаркинга достаточно двух или трех областей (направлений) исследования. Впоследствии, поддержка и активное участие в процессе бенчмаркинга высшего руководства организации послужат ускорителями дальнейшей деятельности в данном направлении [1].

Таблица 1 – Преимущества и недостатки внедрения бенчмаркинга

Преимущества внедрения бенчмаркинга	Недостатки внедрения бенчмаркинга
простое получение информации	нежелание отказываться от собственных преимуществ
метод противодействует сопротивлению к изменениям	осложнение из-за страха внутренних изменений
доступ ко всем данным	проблема с компетенцией
четкие сравнимые данные	сравнение затруднено из-за внутренних убеждений
применяется во всех областях деятельности	боязнь оказаться виновным

Проведение внутреннего бенчмаркинга позволит:

1. выявить различия в эффективности сходных процессов, чётко обозначая существующие проблемы;
2. способствовать достижению максимально возможного уровня эффективности всех внутренних операций.

Бенчмаркинг сейчас – это неотъемлемый элемент управления предприятием. Особое значение он имеет в управлении качеством, позволяя постоянно контролировать уровень качества, отслеживать новейшие тенденции в производстве товаров и оказании услуг. Более того, данный инструмент дает компаниям, его использующим, возможность непосредственно изучить, посмотреть новинки, лучший опыт других компаний, так как предусматривает сотрудничество между компанией-инициатором и компанией-партнером по бенчмаркингу.

Внедрение концепции бенчмаркинга на предприятиях способствует повышению эффективности работы предприятия в целом и улучшает качество выпускаемых проектов путем оптимального использования различных ресурсов, непрерывного совершенствования предпринимательской деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Михайлова Е.А. – Основы бенчмаркинга: основные принципы концепции и планирование бенчмаркинг-проекта / Михайлова Е.А. – Менеджмент в России и за рубежом.
2. Злобина Н.В., Висков М.М., Толстошеина В.А. – Современные инструменты развития системы менеджмента качества организации / Злобина Н.В., Висков М.М., Толстошеина В.А. – Монография Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011

### ***ИССЛЕДОВАНИЕ ВЕРБАЛЬНЫХ МЕТОДОВ ПОЛУЧЕНИЯ И ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ***

***Книга Н.В.***

*Научный руководитель: старший преподаватель Рожкова А.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Сегодня любая организация, которая ведёт борьбу за выживание, не может существовать без информации. Ибо, как сказал Рональд Рейган: «Информация – кислород современного общества». Данная проблема является актуальной в последнее время, так как необходимость передачи

информации является неотъемлемой частью жизни всех людей. Люди издревле передавали сведения об различных объектах самыми разными способами. Но самым важным способом всегда оставался вербальный метод передачи информации. Этот метод, в отличие от жестов, является более надежным и удобным. На протяжении всей истории человечества появлялись различные вербальные методы получения и передачи информации. Как правило, выделяются два метода вербального общения: устное и письменное. Второе появилось позже первого и сыграло очень важную роль в нашей жизни. Письменное общение позволило нам оставлять информацию на глиняных и деревянных досках, а позже и на бумаге. Информация, таким образом, могла сохраняться веками, по крайней мере, в первоначальном виде. Сейчас люди могут оставлять информацию в электронном виде. Устному общению мы обучаемся отроду, так как это самый традиционный способ передачи сведений о чем-либо. Такой способ не требует много времени, чтобы передать информацию. Однако, стоит помнить, что все эти методы никогда не стояли на месте, а совершенствовались. Совершенствовались и устная речь, и письмо.[4] Объектом моего исследования является Российская биофармацевтическая компания ООО «НАНОЛЕК». Предметом исследования являются вербальные методы получения и передачи информации на предприятии ООО «НАНОЛЕК».

Основная проблема вербального общения заключается в передаче и получении информации. В процессе обмена информацией могут возникнуть проблемы, связанные с передачей и получением информации, с обратной связью и шумами, которые препятствуют коммуникациям. Со всеми этими проблемами в большей степени сталкиваются региональные и территориальные менеджеры. На основе личного опыта одного из сотрудников компании «НАНОЛЕК» разберём каждую проблему. Первая проблема в вербальном общении заключается в том, как передать информацию, чтобы она была понятна получателю. Вторая проблема заключается в получении информации. Третья проблема заключается в обратной связи. Четвертая проблема – шумы. У каждого менеджера есть два способа передачи информации: устным и письменным способом. Как заявляет сотрудник, что некоторые коллеги торопятся в написании письма, при этом, не соблюдая этикет деловой переписки. Эти письма, как правило, не имеют чёткой структуры, информация по приоритетности разбросана по всему сообщению. И многим, кто получает такие письма, приходится отправлять сообщения с дополнительными вопросами, которые можно было бы избежать, если эти сообщения были бы с чёткой структурой написания и с использованием этикета деловой переписки. Ещё менеджеры передают информацию устно. Как сообщает сотрудник компании «НАНОЛЕК», некоторые менеджеры в ходе беседы, зачастую, используют не нужные слова, которые не относятся к профессиональному виду деятельности, а также могут использовать слова или фразы паразиты. Опять-таки, время для современного менеджера – это его личное пространство, в котором для каждого промежутка времени определены его дела. И если у тебя отнимают время, используя слова паразиты и бессмысленные, не относящиеся к теме предложения, то это также нарушает принципы тайм-менеджмента и заставляет тебя нервничать и раздражаться из-за того, что придётся корректировать свой график работы. Те же слова или фразы паразиты и бессмысленные предложения могут сбивать с толку слушателя, который получает информацию. Проблема получения информации тесна связана с двумя другими проблемами, а именно с передачей информации и с возникающими шумами во время коммуникационного процесса. Эти проблемы сильно влияют на то, как информацию воспримет получатель.[4] Обратная связь – это реакция на услышанное или увиденное, при которой отправитель и получатель информации меняются ролями. Она помогает нам повысить шансы на эффективный обмен информацией, позволяя обеим сторонам подавлять шум, который препятствует донесению информации без помех. Проблема состоит в том, что некоторые сотрудники после того, как получили искажённую информацию, могут не переспросить об услышанном, либо поверить, что правильно поняли сообщение, смысл которого отличим от неискаженного сообщения. Наличие запоздалой реакции на услышанное может привести к дезинформации. Шум — это любое вмешательство в процесс коммуникации на любом из его участков, искажающее смысл послания.[3] Так как менеджеры находятся на большом расстоянии друг от друга, они не имеют возможности общаться в живую, поэтому используют различные технические средства. Разговаривая по телефону, нередко менеджеры сталкиваются с шумами, которые происходят по причинам плохой телефонной связи и посторонними шумами, которые не позволяют нормально расслышать говорящего. Шумы каждую неделю у менеджеров происходят в скайп-конференции, так как они находятся в различных уголках страны и не могут собраться в одном помещении для проведения конференции. Рекомендации по решению проблем следующие. В написании письма, каждый отправитель должен соблюдать правило этикета деловой переписки. В сообщении не должно быть ничего лишнего, кроме как необходимой информации. Сообщение должно иметь чёткую структуру, вопросы должны быть



пронумерованы. Сообщение должно быть таким объёмным, чтобы потом не было необходимости отправлять ещё одно такое же сообщение. В случае необходимости, рекомендую использовать комплименты, относящиеся к профессиональному виду деятельности получателя. В письменной речи, получатель должен внимательно читать содержание письма. В устной речи необходимо уметь слышать своего собеседника. Развивать память для того, чтобы запоминать необходимую информацию, либо уметь делать пометки на листе, во время того, как слушаешь своего собеседника. В случае возникновения помех в телефоне, рекомендую слушателю, если он не понял, вежливо попросить повторить сказанное. Тот, кто говорит должен уважать слушателя, ему необходимо избавлять свою речь от слов паразитов и фраз паразитов, а также от бессмысленных предложений, не относящихся к теме разговора. Для того, чтобы максимально избежать различные шумы в телефонной связи, рекомендую заранее подбирать время и место разговора. Находить такое место, где телефонная связь на высоком уровне, рекомендую избегать публичных мест, где громко разговаривают люди, а также при разговоре избегать места, где много машин, где идут строительные работы и т.п. Офис или личный кабинет прекрасно подойдут к общению через телефон и другие технические средства, в которых нужно говорить.[1]

За период наблюдения за коммуникационными процессами внутри организации были выявлены некоторые проблемы, препятствующие эффективному коммуникационному процессу. В связи с чем, были сделаны рекомендации по решению этих проблем. Основные проблемы в коммуникационном процессе среди менеджеров заключались в том, что они не были обучены этикету делового общения, многие подходили к работе не серьёзно, а другие и вовсе были не внимательны. И так как организация является молодой, то менеджеры этой компании либо не опытные, либо уже имеют сформировавшуюся в другой организации манеру общения. Организации, для решения проблем, происходящих во время вербального общения, предлагается проведение тренингов для воспитания в менеджерах этикета делового общения. Тренинги будут эффективными, если организация будет проводить их сразу же после того, как менеджер был нанят в организацию. В дальнейшем с обретением собственного имиджа организации, предлагается создание своей индивидуальной культуры общения среди работников. Что, как показывает опыт японского менеджмента, позволяет сотрудникам лучше понимать друг друга и чувствовать себя частью одной большой семьи.

#### **Список литературы:**

1. Кашкин В., Основы теории коммуникации Краткий курс, Москва: "АСТ Восток-Запад", 2007.
2. Мерманн Э., Коммуникация и коммунибельность, Харьков: "Гуманитарный центр Харьков", 2007.
3. Прокопенко С., «Каналы коммуникации,» *Пресс-служба, всероссийский специализированный журнал*, р. 1, 2014.
4. Шарков Ф.И., Коммуникалогия- основы теории коммуникации, Москва: "Дашков и Ко", 2010.

### ***КАЧЕСТВЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ В РОССИИ КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА***

***Кожевникова А.А., Рябинина Е.И.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Российская хлебопекарная промышленность переживает в настоящее время ряд изменений, активно внедряется на рынок разнообразная диетическая продукция, в связи с массовой тенденцией перехода на здоровый образ жизни, к здоровой пище, спортивному питанию, низкокалорийным ингредиентам.

Ориентирование потребителей на здоровый образ жизни дает преимущество производителям, выпускающим хлебобулочные изделия с полезными добавками, включая продукцию премиального сегмента. Таким образом, рынок хлеба продолжает расти за счет спроса на более дорогие и качественные продукты.

Кроме того, вступление России в ВТО повысило требования к конкурентоспособности отечественных хлебопекарных предприятий, в связи, с чем в стране необходима комплексная модернизация в отрасли хлебопечения.

Для успешного присутствия на рынке игроки вынуждены расширять ассортиментный ряд и инвестировать в модернизацию производства.

Комплексная модернизация предполагает:

- создание нового механизма финансирования и привлечения инвестиций;
- усовершенствование ассортимента;
- улучшение уровня организации всех элементов системы управления, включая экономику, логистику, маркетинг;
- постоянное повышение квалификации кадров;
- повышение уровня экологической безопасности хлебопекарных предприятий.

Но для того, чтоб модернизировать производство, необходимо также учитывать статистические данные о состоянии зерновых культур, так как основным сырьем для производства этой продукции является ржаная и пшеничная мука. В 2016 году урожай зерна в России вырос почти на 30%, добравшись до отметки 91 млн. тонн в чистом весе. По данным официальной статистики, урожайность пшеницы и ржи в прошедшем году составила соответственно 22,3 и 18,9 центнера с гектара, что превысило показатели 2015 года на 26%.

Российский рынок хлеба и хлебобулочных изделий условно разделяется на два основных сегмента:

- продукция длительного хранения (изделия с пониженной влажностью, полуфабрикаты);
- продукция недлительного хранения (основные сорта пшеничного, ржаного, ржано-пшеничного хлеба, пироги и другие) [1].

По данным информационного агентства «Крединформ», большую часть реализуемой продукции в России составляет продукция с маленьким сроком хранения – на ее долю приходится более 90% рынка в натуральном выражении (рисунок 1).

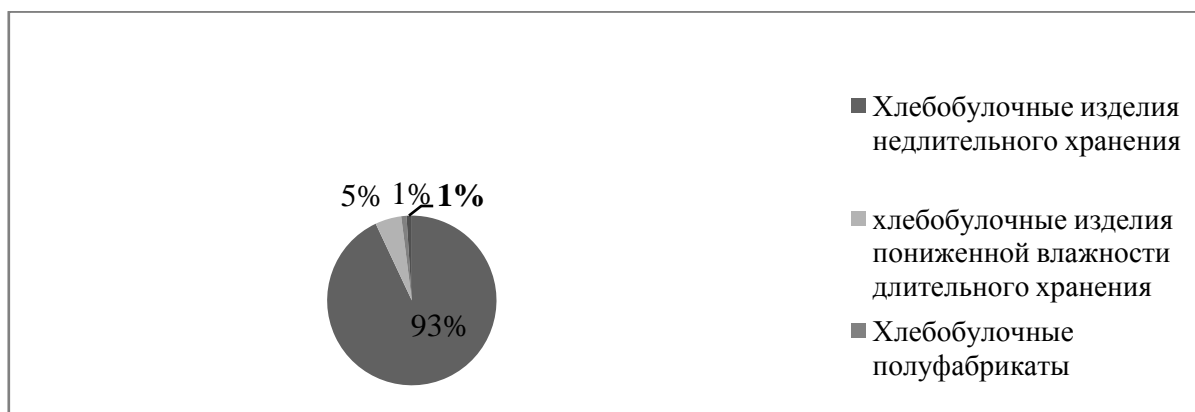


Рисунок 1– Структура рынка хлеба и хлебобулочных изделий по видам в 2016 году в натуральном выражении (%).

Исходя из выше представленных данных следует вывод, что человек всегда заинтересован в покупке свежих хлебопекарных изделий, независимо от экономической ситуации в стране. В целях же совершенствования хлебопекарной промышленности необходимо отслеживать изменение потребностей населения для их более полного удовлетворения. Потребители особое внимание уделяют качеству продукции. Лишь качественное хлебопечение может являться действенным фактором для достижения стабильности на продовольственном рынке [2, с.179].

Повышение качества изделий зависит от мер, предпринимаемых для повышения сохранности, усиления контроля технологических процессов, внедрения новых и совершенствования традиционных технологий, обеспечения герметизации упаковки, использования современных экологически безопасных упаковочных материалов.

Ярким примером качественного хлебопечения является предприятие ООО Дом Хлеба «ДиХлеб», уже зарекомендовавшее себя как качественный производитель хлебобулочной продукции, востребованной на рынке Красноярска и близко расположенных городов.

На протяжении многих лет политика предприятия направлена на сохранение и приумножение традиций хлебопечения. Технологи завода постоянно разрабатывают новые рецептуры, используя различные ингредиенты, что позволяет выпускать на рынок все новую и новую продукцию. Наибольшее внимание отдается, именно, производству диетического хлеба, так как пользуется наибольшим спросом среди потребителей. В настоящий момент предприятие предлагает

более 20 наименований диетической продукции и не собирается на этом останавливаться [3]. В ближайшее будущее планируется запустить новую товарную линию по производству диетического хлеба с добавлением клюквы, семян льна и тыквы.

Семена льна являются самым богатым растительным источником полиненасыщенных жирных кислот. Также семена обладают иммуностимулирующими и противовоспалительными свойствами, хорошо защищают сердечно-сосудистую систему, уменьшают концентрацию холестерина в крови.

Польза тыквенных семечек в том, что это незаменимый продукт для организма, содержащие полезные минералы, витамины. Их можно использовать для поддержания красоты, здоровья, а также для похудения.

Польза клюквы заключается во многих ее питательных качествах. Клюква активный антиоксидант, она оберегает клетки от вредного влияния свободных радикалов, защищает от старения.

Клюква богата солями калия и витамином С, ее употребление является профилактикой простудных заболеваний и она защищает организм от воздействия вирусов.

В связи с этим целесообразно введение в рецептуру новых жизненно важных компонентов, которые будут способствовать улучшению здоровья и профилактике различных заболеваний.

По-настоящему качественная продукция позволит диктовать свои условия конкурентам, заинтересовать покупателей, повысить уровень участия в рынке, что, в свою очередь, приведет к устойчивому экономическому росту в сфере сельскохозяйственного производства.

#### **Список литературы:**

1. Маркетинговое исследование «Рынок хлеба и хлебобулочных изделий и.прогноз.2017», М.: сайт компании Intesco Research Group. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – [ URL: <http://i-plan.ru/selskoe-khozyajstvo-i-produkty-pitaniya/produkty-pitaniya/khlebobulochnye-i-konditerskie-izdeliya/khlebobulochnye.php> ].
2. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок [Текст]: перев. с англ. под ред. Колчанова В.Б. – СПб.: Питер – 2006.-800с.
3. Официальный сайт компании ООО Дом Хлеба «Ди Хлеб». Режим доступа:[<http://dihleb.ru>].

### ***РИСКИ В ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ЖКХ И ПУТИ ИХ МИНИМИЗАЦИИ***

***Кожевникова А.А., Рябинина Е.И.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Согласно положениям Жилищного кодекса, управляющей компанией является организация (юридическое лицо) осуществляющая управление многоквартирными жилыми домами, на основе возмездного договора с собственниками указанных домов [1, ст. 161]. Целью деятельности такой компании является поддержание нормального технического состояния общего имущества многоквартирных домов (жилых домов) и его составных частей, а также обеспечение возможности использования общего имущества по его назначению.

Но, как и в любой другой сфере, в сфере ЖКХ существует ряд различных рисков способных серьезно повлиять на деятельность управляющей компании. Выделим основные из них – это нормативно-правовой риск, отраслевой риск, региональный риск, юридический риск, финансовый и производственный риски.

Рассмотрим влияние каждого из них.

Нормативно-правовой риск связан с законодательным регулированием тарифов на отдельные виды жилищно-коммунальных услуг; лицензированием деятельности управляющей компании, введением норм и правил стандартов обслуживания [4, с. 64].

Отраслевым риском в сфере ЖКХ считают единую в рамках муниципалитета сеть водо-, тепло-, энергоснабжения со значительно изношенными сетями. Сбои хотя бы в одном звене ЖКХ могут привести к значительному ущербу, даже для жизни и здоровья людей[2, с.55]. В связи с этим необходимо отметить трудности в управлении рисками непосредственно на предприятиях, занимающихся жилищным обслуживанием, которые во многом являются промежуточным звеном между ресурсопроизводящими предприятиями-монополистами, диктующими свои условия.

Помимо этого, риски в ЖКХ необходимо рассматривать и в региональном аспекте, когда имеет место их возрастание во многих муниципальных образованиях в связи с дефицитностью бюджетов и низким уровнем реальных доходов населения, которые являются основными источниками финансирования ЖКХ. Вероятность недофинансирования, т.е. финансовые риски управляющей компании ЖКХ в этих условиях возрастают многократно [3, с. 1]. Поэтому решение вопросов межбюджетных отношений, а также реализация масштабных социально экономических программ – важнейшие направления снижения региональных рисков в ЖКХ.

Отдельно необходимо отметить высокие юридические риски, обусловленные историческими особенностями объекта обслуживания муниципального жилищного фонда, который представлен по большей части многоэтажными жилыми домами. Эти дома являются объектом собственности муниципалитета, который частично сдает их внаем, а также объектом частной собственности граждан, приватизировавших свои квартиры. Отсутствие соответствующего юридического оформления отношений в связи с обслуживанием жилищного фонда, нестыковки в жилищном и гражданском кодексах делают трудноразрешимыми многие судебные разбирательства в связи с неуплатой коммунальных платежей, использованием мест общего пользования и т.д [2, с. 2].

Финансовый риск выражается в низких сборах платежей за оказание жилищно-коммунальных услуг вследствие неплатежеспособности определенных слоев населения либо целенаправленного отказа от осуществления коммунальных платежей; возникновение кредиторской задолженности перед ресурсоснабжающими организациями; долевая ответственность собственников в товариществах собственников жилья [4, с. 63].

На сегодняшний день для предприятий ЖКХ финансовые риски очень высоки, и это будет продолжаться до тех пор, пока проникновение рыночных отношений в эту сферу не станет реальностью. Это даст возможность предприятию иметь дополнительные источники финансирования, будет способствовать финансовому оздоровлению и развитию и вместе с тем сделает предприятия ЖКХ более инвестиционно-привлекательными.

Отдельно необходимо сказать о высоких производственных рисках. Производственный риск применительно к предприятиям жилищно-коммунальной сферы характеризуется как опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов, а также появления дополнительных убытков по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов.

Очень тесно с производственными рисками связаны операционные риски. Под операционным риском в данном случае мы будем понимать вероятность непоставки жильцам тепло- и водоресурсов, невыполнения поступивших от жильцов заявок на устранение текущих неполадок, возникших при эксплуатации жилых помещений и требующих незамедлительного устранения под угрозой опасности для проживания.

В целом предполагаемые направления регулирования рисков могут быть сведены к реализации следующего комплекса мер [4, с. 65-66]:

1. Уменьшение неблагоприятного влияния тех или иных факторов риска на результаты оказания жилищно-коммунальных услуг. Предполагается принятие всех возможных превентивных мер:

- Повышение качества планирования, организации предоставления услуг, контроль качества оказания данных услуг.
- Контроль состояния основных объектов оказания услуг (в первую очередь, многоквартирного жилого фонда). Целесообразно проведение мониторинга состояния жилищного фонда, что позволит создать актуальную и полную базу данных о техническом состоянии многоквартирных домов. Для вновь принимаемых в эксплуатацию жилых домов усилить контроль качества строительства и наладки работы по гарантийным обязательствам со стороны генеральных подрядчиков строительства.
- Создание системы резервных фондов материальных и финансовых ресурсов;
- Оптимизация дебиторской и кредиторской задолженности жилищно-коммунальных предприятий. Предполагает проведение разъяснительной работы среди домовладельцев, развитие системы претензионно-исковой работы, вплоть до привлечения специализированных коллекторских агентств. Начисление платы за фактически потребленные коммунальные ресурсы посредством установки индивидуальных и общедомовых приборов учета. Постановка правильной

финансовой политики на предприятиях жилищно-коммунальной сферы при заключении договоров, с подрядчиками.

– Обеспечение прозрачности функционирования жилищно-коммунальных предприятий.

2. Формирование эффективной структуры страхования в сфере оказания жилищно-коммунальных услуг, за исключением нестрахуемых видов риска.

Кроме этого, чтобы повысить контроль качества оказания жилищно-коммунальных услуг, органам городских округов и муниципалитетов следует внедрить стратегии выявления, классификации и регулирования рисков в сфере оказания такого рода услуг.

Это позволит обеспечить надежное и устойчивое функционирование систем жизнеобеспечения населения, социальную защиту собственников многоквартирных домов и, что немало важно, осуществить внедрение рыночных отношений, сформировать конкуренцию среди предприятий жилищно-коммунальной сферы.

#### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 29.12.2004 г. № 188-ФЗ. «Жилищный кодекс Российской Федерации».
2. Бадилина Л. П., Риски в сфере жилищно-коммунального хозяйства // Известия ИГЭА. 2014. №2. С.54-59.
3. Казанатов М. Г., Риски в ЖКХ в современных условиях//Аудит и финансовый анализ. 2011. №6. С. 1-2.
4. Спицина, Л. В. Классификация рисков в сфере жилищно-коммунальных услуг в современных условиях. // Известия

### ***СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ООО «СЫРНАЯ ДОЛИНА»***

***Колтуновский М.Ю.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Наш мир на данный момент – это мир скорости и динамичности. Для того чтобы в нем выживать, нужно идти в ногу со временем и постоянно приобретать различные знания и умения. Мало ими обладать, нужно уметь грамотно воспользоваться ими так, чтобы они принесли наибольшую выгоду их владельцу.

В наше время экономика, которая динамично развивается, приводит к тому, что фирмы и организации вынуждены постоянно развивать себя, чтобы их не обошел прогресс и бизнес. Абсолютно все рынки настолько насыщены различными товарами, что всем компаниям приходится грубо говоря сражаться за своих покупателей, и все это приводит к пониманию того, что сбыт очень важен для фирмы. Любой продукт или услуга, которую производит или оказывает фирма, должна быть продана с учетом всех предпочтений и пожеланий клиентов, и с получением наибольшей выгоды. Именно поэтому одной из главных задач для предпринимателя является: идеальным образом постараться совместить желания всех клиентов и собственные производственные возможности, и именно в этом случае у него получится доказать преимущество их товаров или услуг.

Именно поэтому система сбыта является центральной в системе экономической устойчивости работы предприятия. И это не пустые слова – именно в процессе сбыта готовой продукции выяснится, точны и удачны были все использованные концепции и стратегии по продвижению товара на рынок. И если все задуманное предпринимателем получится реализовать на практике, то покупатель непременно заметит ваш товар или услугу на рынке, и прибыль – которая является конечной целью любой предпринимательской деятельности – придет к вам в максимально быстрое время. В противоположном случае, о высоких доходах даже говорить не приходится. В бизнесе цена ошибки бывает весьма высока.

Каждый товар обязательно требует продвижения на рынке, это означает что просто необходима качественная и оригинальная реклама, различные акции, способствующие продвижению товара. Помимо этого, предприятию было бы не плохо иметь как можно более обширную сеть розничных продаж или же сеть посреднических организаций, если она, конечно, не занимается очень крупным и дорогим производством. В такой сети уровень сервиса должен быть на высшем уровне, так как сегодняшний покупатель привык к сегодняшнему покупателю привык к что его качественно обслуживают и предоставляют широкий спектр дополнительных товаров и услуг. И только

после выполнения всех перечисленных требований, фирма может рассчитывать на то, что ей удастся занять прочное место в сердце покупателя.

Не стоит забывать при этом об эффективности рыночного поведения и развития фирмы. Очень важно в познании и удовлетворении потребностей покупателя – это знать и постоянно изучать его мнение о товарах фирмы, конкурирующих товарах, проблемах и перспективах жизни и работы потребителей. Только обладая этим знанием и умением можно наиболее максимально удовлетворить запросы потребителей. И именно этим должна заниматься фирма в рамках системы сбыта – там, где она ближе всего соприкасается с покупателем. Сбыт продукции для предприятия очень важен по ряду причин: объем сбыта определяет другие показатели предприятия (величину доходов, прибыли, уровня рентабельности). Кроме этого, от сбыта так же зависят производство и материально-техническое обеспечение. Таким образом, в процессе сбыта окончательно определяется результат работы предприятия, направленный на расширение объемов деятельности и получение максимальной прибыли.

В моём случае, на предприятии ООО «СЫРНАЯ ДОЛИНА» сбыт играет очень важную роль, без которой существование предприятия просто невозможно. Абсолютно каждый товар, который предоставляет данная фирма, нуждается в сбыте, для того чтобы это реализовать, требуется не мало усилий и трудов. Без разработки новых концепций, стратегий продвижения товара, без хорошей рекламы, каких-либо маркетинговых ходов и прочего, просто напросто не получится реализовать все возможности для получения максимальной прибыли, поскольку в данной отрасли очень большая конкуренция. Похожих, и даже точно таких же компаний, которые занимаются данным видом деятельности в нашем городе и в Красноярском крае очень большое количество. Из них все пытаются занять лидирующие позиции на рынке, но, к сожалению, или же к счастью, не у всех это получается. Учитывая такую конкуренцию, и то, что, помимо ближайших компаний, которые производят продукты питания множество и с других регионов России, товары которых мы можем видеть и у нас в городе на различных прилавках поэтому, приходится уделять сбыту много внимания, чтобы потребитель обратил внимание именно на наш товар.

Под словом «сбыт» следует понимать комплекс процедур для продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса на продукцию, получение и обработка всех заказов, комплектация и подготовка продукции для отправки покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту назначения) и организацию расчетов за нее (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за продукцию). Главная цель сбыта –реализовать экономический интерес производителя (получить предпринимательскую прибыль) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей.

Сбытовая деятельность – это процесс, направленный на достижение коммерческой организацией своей основной цели на рынке товаров (работ, услуг). Продажа продукции является важнейшим показателем объема деятельности организации, характеризующим эффективность коммерческо-сбытовой деятельности. В процессе реализации завершается кругооборот средств, авансированных на производство. Реализация продукции, кроме того, является необходимым условием для возобновления цикла производства. Задержка в реализации продукции свидетельствует о том, что произведена продукция, ассортимент и качество которой не отвечают спросу потребителей.

Под сбытовой деятельностью следует понимать процесс продвижения готовой продукции на рынок и организации товарного обмена с целью извлечения предпринимательской прибыли. Здесь под готовой продукцией подразумевается законченные производством на данном предприятии изделия, работы и услуги, которые могут быть предложены рынку как товары.

Таким образом, сбыт является целой системой мероприятий, которые проводятся после производства продукции. Под сбытовой политикой предприятия нужно понимать выбранную его руководством совокупность всех сбытовых стратегий маркетинга и так же комплекс его решений и действий по управлению продажей товара.

Роль сбыта в деятельности предприятия достаточно многопланова:

- В сфере сбыта определяется окончательно результат всех усилий предприятия, которые были

направлены на развитие производства и получение максимальной прибыли.

- Приспосабливая сбытовую сеть к запросам покупателей, создавая им максимальные удобства до, а иногда и после приобретения товара, у производителя появляется значительно больше шансов для выигрыша в конкурентной борьбе.

Сбытовая политика должна ориентироваться на достижение следующих показателей эффективности функционирования организации:

- получение предпринимательской прибыли на текущий период, а также гарантии ее получения в будущем;
- долговременная рыночная устойчивость организации, конкурентоспособность ее продукции.

Сбытовая политика формируется на основе целей и задач сбыта, она также должна быть адекватна бизнес - концепции организации (что собой представляет организация, чем она сильнее конкурентов, каково желаемое место на рынке и т.д.), а также принятому курсу действий (ориентирам).

Задачами сбыта для продукции являются:

- формирование предпочтений потребителей и стимулирование их к покупкам
- налаживание контактов и заключение договоров с покупателями
- обеспечение взаимовыгодных сделок
- правильное хранение и подготовка готовой продукции к продаже

В России система сбыта находится на переходной стадии развития, что в большой степени осложняет сбыт на рынке в нашей стране. Обычно он характеризуется следующими чертами:

- слабое управление каналом сбыта;
- неполное выполнение обязательств в рамках канала;
- решения принимаются по каждой сделке в отдельности в результате постоянных переговоров;
- частое нарушение «контрактных» обязательств.

По итогам вышесказанного можно сделать вывод, что сбытовая деятельность – это процесс, который направлен на достижение коммерческой организацией своей основной цели на рынке товаров (работ, услуг).

Свою тему я решил рассмотреть на примере компании ООО «СЫРНАЯ ДОЛИНА». Данная компания работает по нескольким направлениям, связанная с оптовой торговлей различного типа продуктов и их производства. Свою деятельность данная компания осуществляет с 30 декабря 2013 года. Главная цель ООО «СЫРНАЯ ДОЛИНА» — реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей. Для всего вышесказанного ей необходимо обеспечить завоевание и сохранение организацией предпочтительной доли рынка и добиться превосходства над конкурентами. Сбыт продукции должен рассматриваться под принципиально иным углом зрения — через призму рыночного спроса и предложения. Для выживания в рыночных условиях отечественные товаропроизводители должны производить то, что продается, а не продавать то, что они производят. Так же в каждой компании, руководитель рассматривает слабые и сильные стороны, а также возможности и угрозы. На это может составить SWOT-анализ.

Таблица 1 – SWOT-анализ предприятия

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Очень большой ассортимент товаров, по самым низким ценам</li> <li>2 Для перевозки товаров имеется большое количество транспорта</li> <li>3 Отличное качество доставки продукции, при необходимости</li> <li>4 Междугородняя доставка своей продукции и товаров</li> <li>5 Прямые поставки продуктов питания от производителя в кратчайшие сроки</li> </ol>	<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Расширение видов деятельности</li> <li>2 При увеличении объема, приобретать дополнительные машины, складские помещения</li> <li>3 Необходимо повышать квалификацию персонала</li> <li>4 Необходимо повышать уровень производства</li> <li>5 Переходить полностью на собственное производство</li> </ol>
<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Товары скоропортящиеся</li> <li>2 Отсутствие обширной рекламы.</li> <li>3 Зависит от заказов</li> </ol>	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Необходимо следить за качеством доставки, упаковки товаров</li> <li>2 Машина может попасть в аварию, что приведет к сокращению количества обслуживаемых клиентов, повреждению продукции</li> <li>3 Некоторые клиенты очень долго производят расчет</li> </ol>

Таким образом, из полученного SWOT-анализа мы видим все необходимые действия для улучшения работы компании.

По мере развития организации необходимо будет повышать классификацию персонала, изучать новые технологии в производстве продукции.

Проведенный SWOT – анализ показал, что в основном предприятие имеет не плохие возможности для развития, как и сейчас вполне не плохо держится на рынке, если оно грамотно будет оценивать и использовать свои возможности и сильные стороны, предотвращать угрозы и избавиться от своих слабых сторон, тогда его будет ждать только рост и развитие.

По итогам изучения теоретических основ управления сбытом продукции можно сделать следующий вывод: сбытовая деятельность – это процесс, который направлен на достижение коммерческой организацией своей основной цели на рынке товаров. Система управления сбытом предполагает систему решений и мер по формированию ассортимента продукции и его управлению; поддержанию конкурентоспособности товаров на требуемом уровне; нахождению для товаров оптимальных товарных ниш (сегментов); разработке и осуществлению стратегии упаковки, маркировки, обслуживания товаров.

#### **Список литературы:**

1. <https://sbis.ru/contragents/2466269152/246601001> дополнительная информация о предприятии
2. Википедия. Свободная энциклопедия [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
3. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом" №6 год – 2002
4. Зуйченко К. В., Жарикова О. А. Совершенствование системы управления сбытом продукции на предприятиях общественного питания // Молодой ученый. — 2016. — №11.1. — С. 20-24.

### ***РОЛЬ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА***

***Кривошеина Е. А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В связи с развитием экономики России, стали развиваться малые предприятия в нашей стране. Главная задача малого предприятия – это способность быстро адаптироваться к изменениям рынка. В современном мире, когда количество малых предприятий увеличивается в разных отраслях, соответственно растет конкуренция. Чтобы выжить в современном бизнесе, нужно большое внимание уделять стратегиям развития. Учитывая некую неопределенность в будущей ситуации на рынках услуг, увеличения конкурентов, снижения спроса и ожидания потребителей, будет недостаточно развиваться в избранной специализации, нужно расширяться и проникать в другие отрасли.

Если компании хотят расти и развиваться на протяжении долгого времени, они должны меняться, и эти изменения предполагают пересмотр в деятельности бизнеса компании. Это значит, что компании следует начать выпускать совершенно другую продукцию или другие услуги, не похожие на то что производит компания на данный момент. Одним таким способом развития является диверсификация бизнеса, ориентированная на построение адаптивно-устойчивых стратегий развития. Диверсификация – это развитие предприятия и прирост ее объема за счет выпуска новых продуктов или расширения новых услуг, не связанных с основной деятельностью предприятия [2].

Новицкий определяет, что диверсификация – это проникновение организации в отрасли, не имеющие прямой производственной связи или функциональной зависимости от основной отрасли их деятельности [1].

Другие авторы отмечают диверсификацию как процесс проникновения фирмы в другие отрасли. При этом они говорят, что стратегия диверсификации разрабатывается для снижения риска зависимости от одной отрасли, а также получение дополнительной прибыли, т.к. основные отрасли компании уже перестали приносить прибыль на достаточном уровне [3].

Эта стратегия является одним из способов выживания бизнеса в тяжелые времена, в данный период времени эта концепция актуальна в нашей стране. Любая бизнес-модель имеет свой жизненный цикл, со временем любая первоначальная идея изживает себя. Тем самым чтобы удержать свои позиции на рынке, руководству компании приходится время от времени корректировать



структуру бизнеса и стратегию управления. Диверсификация помогает компании сохранить бизнес, приумножить капитал и избежать серьезных убытков.

Стратегия диверсификации имеет несколько видов [4]:

- Связанная диверсификация;
- Несвязанная диверсификация;

В данной статье мы рассмотрим связанную диверсификацию. Связанная диверсификация является разнообразием предприятия, из-за новой структуры имеющее какое-либо отношение к уже имеющейся концепции. Такая стратегия позволяет использовать достижения, которых фирма достигла в имеющейся сфере. Она направлена на получение большей прибыли.

Связанная диверсификация может быть вертикальной и горизонтальной. Рассмотрим второй вид связанной диверсификации. При горизонтальной диверсификации расширение производства компании делается из продукции, которая не употребляется в производственной цепочке основного продукта, но которая выполняется с внедрением применяемой технологии. Горизонтально связанная диверсификация обладает высочайшими параметрами по понижению отраслевых рисков.

Данная тема актуальна и для парикмахерской ООО «Завиток». Парикмахерская ООО «Завиток», существует на рынке услуг уже более 20 – ти лет. Находится данная парикмахерская в городе Абакане. Конкуренция в городе среди салонов красоты и парикмахерских стремительно растет. Данное предприятие в сфере парикмахерских услуг достигла определенного уровня, и сейчас можно сказать стоит на месте. Но новых клиентов привлекать нужно и оживлять парикмахерскую тоже. Одним из способов развития в данном бизнесе и повышения конкурентоспособности является разработка стратегии диверсификации.

Стратегия диверсификации в парикмахерской ООО «Завиток» предполагает открытие новой сферы услуг - открытие косметологического кабинета. В России и в мире в целом, сейчас почти каждый второй следит за своим внешним видом, уделяет большое внимание здоровью, соответственно посещение косметологического кабинета, просто необходимо. Косметологические услуги стали пользоваться не малой популярностью у населения. Для многих жителей посещение косметолога уже вошло в привычку, в основном посещают косметологов женщины, но последнее время рост клиентов мужского пола увеличивается. Спрос на данное предоставление услуг растет, как среди женщин, так и среди мужчин. В данной организации есть специальное помещение под косметологический кабинет, с ярким освещением и с не малой площадью. Сама организация находится недалеко от центра города, удобная транспортная развязка, парковочные места, недалеко расположен автовокзал соответственно там большая проходимость людей, тем самым данные услуги будут пользоваться большим спросом.

Косметологические услуги появились довольно давно и динамично развиваются в наше время. Новые технологии в сфере данных услуг, т.е. в косметологии позволяют людям всегда оставаться красивыми и держать свое лицо в тонусе, при этом учитывая все индивидуальные параметры, как: возраст, тип лица, состояние кожи, здоровье. Этот вид бизнеса относится к перспективным, ведь каждый человек хочет выглядеть красиво. Среднестатистический человек, неважно женщина это, или мужчина, хотя бы раз в месяц посещает парикмахерскую и косметический кабинет. Поэтому данный вид услуг будет очень перспективным в этой компании и даст толчок на пути к выживанию на современном рынке услуг.

#### **Список литературы:**

1. Новицкий Е. Г. Проблемы стратегического управления диверсифицированными корпорациями. М. : Буквица, 2001. – 163с.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Гардарики, 1998. – 296с.
3. Томпсон А. А., мл., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий: учеб. для вузов/пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. М. : Банки и биржи; ЮНИТИ, 1998. – 576с.
4. Жулина Е. Г. Диверсификация деятельности предприятия [Электронный ресурс]/ Е.Г Жулина, Т.Л. Мягкова, Кацуба О. Б. – Режим доступа: [[http://modernlib.ru/books/elena\\_zhulina/diversifikaciya\\_deyatelnosti\\_predpriyatiya/read](http://modernlib.ru/books/elena_zhulina/diversifikaciya_deyatelnosti_predpriyatiya/read)].

## **УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА**

**Лесняк Г.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Металлургическая промышленность является одной из главных отраслей в специализации международного разделения труда России.

Ключевая цель развития металлургии в РФ до 2020 года – это обеспечение возрастания спроса на металл в необходимой номенклатуре, качестве и объеме поставок отраслям, использующим металл на внутреннем рынке страны, международном рынке на основании ускорения и инновационного развития отрасли, ее высокой эффективности, безопасности в экологическом плане, ресурсов и энергосберегающем аспекте, должного уровня конкурентоспособности, импортозамещения и обеспечения сырьем [2].

Немаловажным аспектом для достижения данной цели является оценка конкурентоспособности предприятий металлургической промышленности. Оценка может прояснить сформировавшуюся обстановку, определить на каком этапе находится развитие предприятия и определить его положение на рынке. Благодаря анализу конкурентоспособности, предприятие оценивает свои возможности на рынке и формирует наиболее подходящую стратегию развития.

Управление конкурентоспособностью предприятия – это деятельность, которая направлена на принятие конкретных управленческих решений, которые, в свою очередь ориентированы на противостояние всевозможным внешним воздействиям и достижение лидерства в поставленных целях и задачах предприятия. Сюда можно отнести быстрое изменение каких либо новых форм и методов, которые сделают предприятие лидером в данном спектре услуг. Также для улучшения позиции на рынке необходимо увеличивать эффективность экономики на основе внедрения новых методов управления, а так же различных усовершенствованных технологий, направленных на постоянное развитие производимых услуг или продукции, значительное увеличение ее качества.

Конкуренция, также определяется как противоборство между одной стороной рынка с другой, для того чтобы стать лучшими в условиях производства. Купля и продажа товаров неизбежна. Только благодаря выходу товара или услуги на рынок появляется возможность предприятию выжить в условиях рынка.

Проблемы повышения уровня конкурентоспособности и конкуренции теоретически достаточно обоснованны, но при учете переходной экономики России данные вопросы нуждаются в дополнительных исследованиях. Так, к факторам, отрицательно влияющим на отрасль металлургии относятся:

1. Низкая конкурентоспособность сырьевой базы;
2. Недостаточное финансирование;
3. Слабый уровень конкурентоспособности организационных структур;
4. Отсутствие механизма для повышения конкурентоспособности предприятий

металлургического комплекса, который бы формировал эффективную стратегию развития металлургического предприятия.

Все указанные выше факторы ставят под угрозу практически все металлургические предприятия России.

Рассматривая российскую металлургическую отрасль можно сказать, что отечественная металлургия производит порядка 4,5 % от объемов мирового производства. Так, в 2015 году РФ произвели 71,1 млн. тонн стали и 52,6 млн. тонн чугуна. Крупнейшие российские производители металлургической отрасли – Северсталь, ММК, НЛМК, Мечел. Они в совокупности производят 62% стали в РФ и 69 % чугуна в стране.

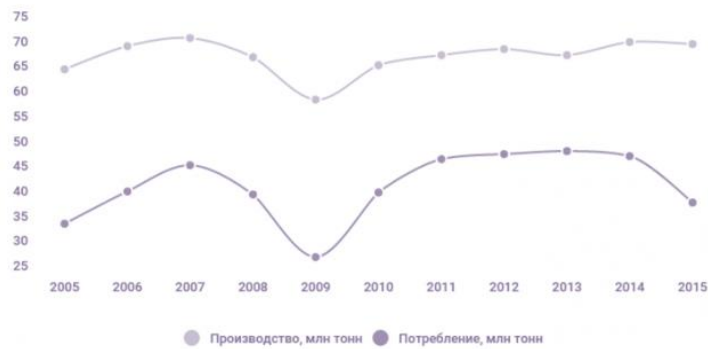


Рисунок 1 – производство и потребление стали в России

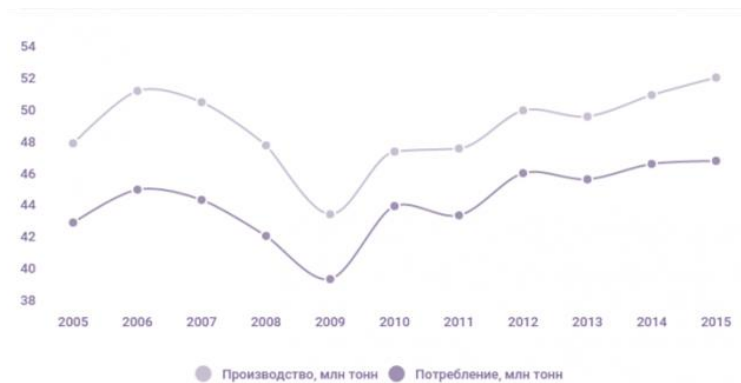


Рисунок 2 – производство и потребление чугуна в России

Из рисунков видно, что есть большой разрыв между производством и потреблением стали и чугуна в стране, что отражается на выручке.

Сущность конкурентоспособности в глобальной экономике состоит в поиске и нахождении методов определения выгодной позиции и регулярно изменяющейся среде маркетинга, которая формируется факторами, находящимися за пределами национальной экономики. Так, первое место занимают трудовые ресурсы, инновационные процессы, постоянное совершенствование производственного процесса [4].

Таблица 1 – Классификация конкурентных преимуществ предприятий металлургического комплекса.

Признак классификации	Вид конкурентного преимущества	Тип конкурентного преимущества
По характеру источника конкурентного преимущества	Основанные на экономических факторах	Лучшее общеэкономическое состояние рынков; Эффект масштаба; Экономический потенциал предприятия; Возможность изыскания и эффективного использования источников финансирования
	Основанные на нормативно-правовых актах	Льготы и иные привилегии, предоставленные региону или отдельным предприятиям органами власти и управления; Исключительные права на интеллектуальную собственность
	Структурного характера	Высокий уровень интеграции процесса производства и реализации в компании; Возможность быстрой экспансии в незанятые сегменты рынка
	Вызванные административными мерами	Ограничения со стороны органов государственной и муниципальной власти в выдаче патентов и лицензий; Квотирование; Усложненный порядок регистрации предприятий
	Основанные на информативности	Наличие обширного банка данных о продавцах, покупателях, информации об инфраструктуре рынка
	Основанные на географических факторах	Выгодное географическое положение; Развитая инфраструктура, доступность транспортных путей
	Основанные на демографических факторах	Увеличение численности целевой группы населения; Повышение образовательного и профессионального уровня

	Неправового характера	Недобросовестная конкуренция; Наличие сложившихся неформальных отношений между соответствующими органами государственной власти и крупными хозяйствующими субъектами
По объекту источника конкурентного преимущества 1. Резолютивная часть постановления объявлена 02.03.2016. Постановление изготовлено	Иницилируемые конъюнктурой рынка	Высокая конкуренция у поставщиков; Высокая конкуренция на входе в отрасль
	Иницилируемые государственной политикой в области регулирования конкуренции	Благоприятная внешнеторговая политика Защита прав собственности Политика в области инвестиций
	Иницилируемые деятельностью конкурентов и непосредственно предприятия	Технологические новации; Создание профессиональных, отраслевых или торговых ассоциаций 1. ) о взыскании изготовлено
По возможности имитации	Уникальные	Получение патента
	Имитируемые	Заимствование у конкурентов ноу-хау в области производства или менеджмента
По сфере проявления	НИОКР	Освоение ресурсосберегающих технологий; Освоение новых информационных технологий
	Производство	Меньший по сравнению с конкурентами удельный расход ресурсов на производство товаров
	Реализация	Прирост объема продаж Создание дистрибьюторской сети
	Сервис и эксплуатация	Обоснованные гарантии в сопроводительной документации; Наличие станций гарантийного обслуживания

Таким образом основная проблема металлургического комплекса это несоответствие технологического и технического уровней производства целям и задачам развития отрасли в целом. Эта проблема и иные ее аспекты угрожают росту экономики, реализации социальных программ, федеральных и региональных проектов. Именно поэтому так важно, чтобы предприятия металлургической отрасли умели грамотно позиционировать свою фирму на рынке и знать ее сильные и слабые стороны, чтобы грамотно управлять своей конкурентоспособностью.

#### Список литературы:

1. <http://people.conomy.ru/blog/analytics/760.html> (дата обращения 12.02.2017)
2. Кичигин А.В. Васильцов В.С. Повышение конкурентоспособности металлургического предприятия/ Проблемы развития минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов России// Записки горного института. - Т. 179. – 2008.
3. Кичигин А.В. Социально-экономические проблемы конкурентоспособности предприятий металлургической отрасли промышленности.// Проблемы фундаментальной подготовки специалистов в школе и вузе в контексте современности: Материалы II региональной научно-практической конференции (6-7 декабря 2007 года): Межвузовский сборник научных работ. Ч.2. – Череповец: ЧГУ, 2009.
4. Новиков Н.И. Пути повышения конкурентоспособности предприятий черной металлургии Кузбасса//Металлург. - 2010. - №6. - с. 8 - 10.

### **ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

**Малютин В.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Агропромышленный комплекс (АПК) – комплекс, который объединяет все отрасли хозяйства по производству сельскохозяйственной продукции, переработке и доведению ее до конечного потребителя. Цель данного комплекса – обеспечить продовольственную безопасность страны.

Данный комплекс делится на четыре сферы [1]:

1. Отрасли по производству и обеспечению материальными ресурсами сельского хозяйства (тракторное и сельскохозяйственное машиностроение; производство удобрений, химикатов);

2. Инфраструктурный блок - производство по заготовке сырья, транспортировке и хранению сельскохозяйственной продукции;

3. Сельское хозяйство – растениеводство, животноводство, фермерские хозяйства, подсобные хозяйства и т.д.

4. Отрасли по переработке сельскохозяйственного сырья (пищевая промышленность, отрасль по первичной переработке сырья для легкой промышленности).

В свою очередь пищевую промышленность делят на следующие подвиды [2]:

- Мясная промышленность;
- Рыбная промышленность;
- Фруктово - и овощеперерабатывающая промышленность;
- Масложировая промышленность;
- Молочная промышленность;
- Мукомольная промышленность;
- Крахмальная промышленность;
- Хлебобулочная промышленность;
- Сахарная промышленность;
- Кондитерская промышленность;
- Макаронная промышленность;
- Производство готовых к употреблению блюд;
- Производство кормов для животных.

Кондитерская промышленность наиболее зависима от маркетинговой деятельности. Данная зависимость выражается в постоянном проведении маркетинговых мероприятий, анализе потребительского рынка и продвижении конечных продуктов с помощью инструментов маркетинга. Однако многие компании осознанно выбирают именно этот рынок, потому что в данном сегменте проще внедрить инновации, сделать наиболее привлекательную рекламу и быстрее донести информацию о продукте до конечного потребителя, поскольку продукты кондитерской промышленности приобретают большинство потребителей.

Основные сложности для кондитерских компаний заключаются в производственных процессах и маркетинговых мероприятиях, ведь нужно не просто создать качественный продукт, но и осуществлять грамотное управление маркетингом. Согласно Бутовой Т.Г. «Управление маркетингом – процесс целенаправленного воздействия на маркетинговую деятельность, обеспечивающий успешное развитие организаций на целевых рынках».

К маркетинговой деятельности относится не просто продвижение товара на рынке, но и анализ данного рынка, определение потребительских предпочтений, выбор маркетинговых инструментов и т.д. Таким образом, можно сказать, что эффективное управление маркетинговой деятельностью – это процесс целенаправленного воздействия на комплекс мероприятий, связанных с товаром определенного рынка и непосредственно с самим рынком для достижения компанией своих целей на нем. Для эффективного управления предприятие выбирает стратегию маркетинга и разрабатывает план маркетинга, состоящий из следующих этапов [7]:

1. Анализ ситуации: на данном этапе компании потребуется провести подробный анализ рынка, на котором она работает, и выявить своих основных конкурентов, ее позиция на рынке и результаты своей работы;

2. SWOT – анализ: компания должна знать и понимать свои сильные стороны, свои слабые стороны, возможности, которые она может реализовать и угрозы для себя.

3. Стратегический план: основываясь на SWOT-анализе и анализе внешней среды компания должна разработать стратегический план, основная цель которого определить направление дальнейшего развития, поставить операционные задачи и заложить основу для будущей маркетинговой политики;

4. Стратегия комплекса маркетинга: на данном этапе потребуется определить инструменты маркетинга, с помощью которых будет осуществляться маркетинговый план;

5. Маркетинговый бюджет: происходит распределение финансовых ресурсов для реализации стратегического плана и маркетинговой стратегии;

6. Прогноз реализации плана: если бюджет компании позволяет, то необходимо выстроить график реализации планов (нужно точно определить, когда должны быть достигнуты те или иные результаты, чтобы в любой момент времени можно было оценить насколько успешно реализуется стратегия);

7. Оценка результатов: постоянный контроль над изменениями рынка и уровнем прибыльности компании и сравнение получаемых результатов с планами.

На данный момент российский рынок кондитерских изделий является одним из крупных рынков мира и потому обладает высокой инвестиционной привлекательностью не только для отечественных производителей, но и для зарубежных. Красноярский край, согласно данным Национального Рейтингового Агентства, считается регионом со средней инвестиционной привлекательностью [3]. Кондитерский сегмент рынка региона представлен положительной динамикой как в объеме производства товаров данной отрасли, так и по уровню среднегодовой мощности по отдельным видам выпускаемой продукции. Так в 2015 году красноярские предприятия произвели 52456,2 тонны кондитерских изделий, что значительно больше показателя за 2010 год – 36915,1 тонн, при условии того, что в 2010 году уровень использования среднегодовой мощности организаций Красноярского края по выпуску отдельных видов продукции составлял 71,7 %, а в 2015 данный показатель составил лишь 66,6 % [4].



Рисунок 1– Производство кондитерских изделий в Красноярском крае

В кондитерской промышленности, также как и во всех остальных сегментах, используются все маркетинговые инструменты – товар, цена, продвижение и место (точки сбыта). Часто используется такой инструмент как продвижение. Для того чтобы потенциальный потребитель узнал о новом товаре используют такие виды маркетинговых коммуникаций как реклама – достаточно вспомнить рекламные ролики шоколадной фабрики «Коркунов» или «Ferero Rocher». Также активно используется пропаганда (public research) – порой для этого привлекают не только медийных личностей, но и создают историю компании, например: фабрика «Бабаевский» делает акцент на том, что производит шоколад с 1804 года, т.е. на истории своего концерна.

Также кондитерские компании используют товар как инструмент маркетинга – торговая марка «Рошен» выпустила конфеты «Коровка», при этом была использована новая технология производства, которая улучшила вкусовые качества продукта и увеличила срок его хранения, а благодаря секретной рецептуре «Новгородская кондитерская фабрика» (холдинг «Невские берега») улучшила вкус шоколадной глазури. Но большинство известных компаний такие как «Mars» и «Kraft Foods» просто расширили свой товарный ассортимент: добавили новые начинки в батончики «Mars» и «Snickers» или выпустили шоколад «Milka» со вкусом «Спелая вишня со сливками» и «Десерт крем-карамель» [5].

Цена и место продвижение также могут помочь компании донести информацию о продукте и привлечь своих потребителей. Пересмотрев ценовую политику, можно сделать товар доступным для любого потребителя не потеряв при этом качества, что и сделал концерн «Красный Октябрь»[5]. Реализацию продукции можно осуществить как через розничные сети (авторизированных дистрибьюторов), так и открыв свои фирменные магазины, ярким примером этому может являться фабрика «Бабаевский».

Но, как отмечают многие эксперты, рынок кондитерской продукции уже переполнен. Имея слишком большой выбор товаров, потребитель попросту теряется и порой не может отдать предпочтение определенной марке или определенному продукту. Для любой компании это плохой показатель, так как у потребителя отсутствует лояльность к определенной фирме, а гарантий что будет куплен именно ее товар нет никаких, поэтому компании должны научиться грамотно и эффективно управлять маркетинговой деятельностью

#### **Список литературы:**

1. Агропромышленный комплекс. Википедия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9\\_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81)
2. Пищевая промышленность. Википедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%89%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D1%8F\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B8%D1%89%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C)
3. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России: тенденции по итогам 2016 года [Отчет]. Национальное Рейтинговое Агентство; М.- 2017
4. Официальная статистика. Промышленное производство. Комплексная информация. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю (Красноярскстат).
5. Продвижение кондитерской продукции [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://7statey.ru/basic\\_marketing/osnovy\\_marketinga\\_2/prodvizhenie\\_konditerskoj\\_produkcii/](http://7statey.ru/basic_marketing/osnovy_marketinga_2/prodvizhenie_konditerskoj_produkcii/)
6. Бутова Т.Г., Казаков А.А., Жираткова А.Н. «Управление маркетингом» [Учебник]/Т.Г. Бутова, А.А. Казаков, А.Н. Жираткова – Москва: Проспект, 2017

### **ФОРМИРОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «НОВОАНГАРСКИЙ ОБОГАТИТЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»**

**Порубченко В.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

На сегодняшний день, сбытовая деятельность является необходимой сферой функционирования любых предприятия. Существует два понятия сбыта - узкое- общение покупателя и продавца по поводу купли-продажи товара, и широкое, которое характеризует сбыт как распределение и движение товара от места производства к месту реализации, а также процесс купли-продажи. Изучив специальную литературу можно сделать вывод, что понятие «сбыт» представлено учеными по-разному. По мнению, Д.И Баркана, сбыт-это сфера деятельности предприятия, направленная на реализацию продукции на определенных рынках[1] Л.А. Давыдов и В.К Фальцман в своей работе[4] характеризуют сбыт ,как превращение производственных товаров и услуг в деньги. Наумов В.Н отмечает, что под сбытом продукции понимается совокупность мероприятий, которые проводятся после выхода продукции за пределы территории производителя.

Сбытовая политика предприятия понимается как организация оптимальной сбытовой сети для эффективных продаж производимых товаров (создание оптовой и розничной торговли, определение маршрутов товародвижения, организации транспортировки, хранения, системы снабжения, пунктов техобслуживания и выставочных залов, обеспечение эффективности товародвижения) [3,143]. Организация сбытовой деятельности является важной составляющей функционирования предприятия. На сегодняшний день существует несколько понятий сбытовой деятельности. Например, по мнению М. Акулича сбытовая деятельность – это практика осуществления обмена материальными ценностями и услугами, т.е. особый вид деятельности, от которой зависят конечные результаты хозяйственной деятельности компании в целом [7]. Сбытовая деятельность включает в себя некоторое количество операций: распределение, транспортировка и хранение товаров, контакты с покупателями и посредниками с целью их продажи, доработку, продвижение к оптовым и розничным торговым звеньям. К основным элементам системы сбыта относятся: канал сбыта, оптовик, брокер, торговый агент, дилер, оптовый агент, торговый агент, комиссионер, розничный торговец. Такое многообразие участников системы сбыта объясняется тем,

что собственник фирмы стремится уменьшить сбытовые издержки, но необходимо, чтобы обеспечивалось удобство потребителя.

Сбытовая политика организации может быть представлена в следующем виде:

- Собственная система сбыта – когда у предприятия имеются филиалы и за границей и в своей стране или имеются дочерние предприятия.
- Представители от предприятия – и в своей стране и за границей, торговые точки, сбытовые конторы, агентства в своей стране и за границей.
- Совместная сбытовая деятельность – совместные сбытовые предприятия, соглашения о совместном сбыте.
- Участие в сбытовых ассоциациях и объединениях.
- Создание собственных сбытовых отделов.

Выбор канала сбыта играет большую роль и зависит от характера производимой продукции.

Виды каналов сбыта: [2, с. 46].

- Прямая продажа непосредственным покупателям и потребителям продукта или услуги через офис продаж.
- Интернет продажи и телемаркетинг.
- Партнерские сети (дилеры, франчайзинг, посредники).
- Оптовые покупатели.
- Служба сбыта.

Каналы распределения можно охарактеризовать по числу составляющих их уровней. Уровень канала распределения – это посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному потребителю. Протяженность канала обеспечивается по числу имеющихся в нем промежуточных уровней.

Канал нулевого уровня, это канал который состоит из производителя, продающего свой товар непосредственно потребителю. То есть данный канал, без применения посредников, который используется для большинства видов продукции производственно-технического назначения. Но при этом, во-первых, продукция может реализовываться большими партиями. Во-вторых, технико-экономические требования к продукции часто являются специфичными. В-третьих, существует возможность предоставления взаимосвязанных услуг по производственному использованию продукции

Одноуровневый канал включает в себя только одного посредника. Как правило на потребительском рынке этим посредником выступает розничный торговец, а на рынках промышленного назначения – агент по сбыту или же брокер.

Двухуровневый канал включает двух посредников. На потребительском рынке такими посредниками обычно становятся оптовый и розничный торговцы, на рынке промышленного назначения – промышленный дистрибьютор и дилеры.

Трехуровневый канал состоит из трех посредников. Ими являются оптовый посредник, мелкий оптовик и розничный посредник.

С точки зрения производителей, чем больше уровней имеет канал распределения, тем меньше возможность контролировать его.

В качестве примера формирования сбытовой политики рассматривается ООО «Новоангарский обогатительный комбинат». Одно из ведущих предприятий горнорудной отрасли, крупнейшее в России. Основная сфера деятельности – добыча свинцово-цинковых руд открытым способом и их переработка путем селективной флотации. В основе технологии обогащения руды Горевского месторождения заложена флотационная схема с получением свинцового и цинкового концентратов. Свинцовый концентрат является сырьем для получения металлического свинца и его соединений, которые используются в электротехнике, при производстве взрывчатых веществ, для изготовления аккумуляторных батарей, красок, лаков, защиты от радиации, добавок к топливу, изготовления пуль, дроби и др.

Цинковый концентрат – это сырье для изготовления металлического цинка и его соединений. Они используются для восстановления благородных металлов, оцинковки стали, в металлургии, медицине, электротехнике и др.[5]

Сегодня промышленную добычу и переработку свинцово-цинковой руды ведёт Группа Новоангарский Обогатительный Комбинат. Продукция, выпускаемая на предприятии – свинцовый концентрат. Всю готовую продукцию подвергают в полном объеме приемочному контролю и испытаниям согласно требованиям заказов и контрактов.



Выстраивая свой сбыт, производитель должен четко понимать приоритетность тех или иных каналов, определять их оптимальную конфигурацию по ширине и глубине.

Сбыт и распределение продукции предприятия осуществляется через канал нулевого уровня. Основные потребители продукции – металлургические заводы Китая и Казахстана. Одна из особенностей это то, что производимая продукция является узкоспециализированной и требует непосредственного контакта производителя и потребителя. У любого канала есть свои достоинства и недостатки. Достоинствами прямого канала сбыта (нулевой уровень) являются: простая структура распределения, которая обеспечивает контроль над каналами сбыта, отсутствие необходимости делиться прибылью, возможность непосредственного общения с потребителями и получение сведений об их реакции на товар (из первых рук). Недостатком этого уровня является сложность организации (включая организационную, финансовую и управленческую стороны вопроса) [6]. Достоинства многоуровневых каналов распределения это: обеспечение ширины охвата аудитории (с помощью прямого канала это сделать сложно), увеличение скорости оборота и валового дохода, каждый участник товародвижения выполняет свою функцию. Недостатками этих каналов являются отсутствие контроля за каналом, слабая возможность контролировать цены и условия продаж, зависимость от посредников, отсутствие прямого общения с покупателем.

Окончательный выбор канала зависит от особенностей товара, клиентов, самого предприятия, а так же конкуренции. Очень важным аспектом в сбытовой политике является выбор посредника. Компания работает по контракту с потребителем на прямую, контракт заключается на год. По истечению срока действия контракта, он продлевается или расторгается.

Важным условием в распределении и сбыте продукции является транспортировка продукции. При транспортировке продукции специалисты ООО «НОК» уделяют большое значение упаковке. Что касается упаковки концентрата, его фильтруют в специальные мешки из джута с целлофановым вкладышем внутри исключая повреждение и коррозию концентрата. Проводятся испытания продукции, после которых обеспечивается сохранность идентификационных признаков таких как взвешивание, опломбировка маркировка, записи, т.д. На протяжении всего цикла испытаний, начиная от отбора образцов и проб и заканчивая заполнением результатов испытаний в сопроводительной документации, выдачу результатов и их хранение, а также при необходимости параметры микроклимата в соответствии с нормативной документацией на метод их проведения. Готовую продукцию складировуют в речном порту, затем отгружают в вагоны и отправляют до места назначения.

В целом можно сказать, что предприятиям необходимо владеть информацией о потребностях в товаре и наличии его на складе, держать под контролем и управлять товарными запасами, а также иметь информацию о конкурентах и постоянно отслеживать и учитывать ее при принятии различных управленческих решений, контролировать реализацию товара и анализировать недостатки, принимать оперативно решения по их устранению.

#### **Список литературы:**

1. Баркан Д.И. Управление сбытом: учеб. пособие / Д.И. Баркан. – СПб.: Изд-во С.- Петербургского университета, 2004. – 341 с
2. Баркан Д.И. Управление продажами. Учебник. 2007, 908 с.
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. М.: Финпресс, 2011. - 774 с.
4. Давыдова Л.А. Экономика и управление предприятием. Основы немецкой теории Betriebswirtschaftslehre, адаптированной для применения в России: учеб. пособие / Л.А. Давыдова, В.К. Фальцман. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 398 с.
5. Официальный сайт « Новоангарский обогатительный комбинат» URL <http://nokgroup.ru/nok>
6. Ф. Котлер « Основы маркетинга»- Санкт-Петербург ОА «Коруна»
7. [http://studbooks.net/792513/marketing/teoreticheskie\\_osnovy\\_sbytovoy\\_deyatelnosti](http://studbooks.net/792513/marketing/teoreticheskie_osnovy_sbytovoy_deyatelnosti)

### ***МОТИВАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ***

***Сайботалова В.Н.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Мотивация – это совокупность процессов, которые побуждают, направляют и поддерживают поведение человека к конкретной цели. Конечно, существуют различные факторы мотивации,

которые определяют, что является самым ценным, важным для человека. Как правило, это не один фактор, а несколько, и вместе они составляют карту или набор мотивационных факторов. Факторы мотивации делятся на внешние и внутренние.

Внутренние факторы мотивации:

- Мечта, самореализация.
- Идеи, творчество.
- Самоутверждение.
- Осуждение.
- Здоровье.
- Чувство нужности кому-то.
- Личностный рост.

Внешние факторы мотивации:

- Деньги.
- Карьера.
- Положение в обществе (статус).
- Престижные вещи.
- Эстетика жизни.

Кроме того, мотивы человеческого поведения также различны по своей природе: они могут быть положительными (купить, сохранить) или отрицательными (избавиться, избежать). Таким образом, позитивный внешний мотив поведения – это премия, которую человек может получить за хорошую работу, а отрицательный – наказание за ее невыполнение; Положительный внутренний мотив - это увлечение бизнесом, которым он занимается, а негатив – его рутинная природа, и, как результат, человек, напротив, стремится избавиться от своей профессии.

Исследования показывают, что при наличии всех необходимых условий 20% людей не хотят работать ни при каких обстоятельствах; Из оставшихся 36% будет работать в случае интересной работы; 36% – во избежание скуки и одиночества; 14% – из-за боязни «потерять себя»; 9% – потому что работа приносит радость. Лишь около 12% людей считают деньги своей главной мотивацией, в то время как до 45% предпочитают им славу; 35% – удовлетворенность содержанием работы [1].

Таким образом, знание факторов мотивации сотрудников является основополагающим для менеджера, так как именно соотношение внутренних и внешних факторов мотивации является основой для координации интересов сотрудника и компании, разработки для него системы мотивации. Вы можете определить набор мотивационных факторов для сотрудника по-разному. Это могут быть интервью, тест и опросник (анекта). Выбор конкретного инструмента всегда зависит от ситуации в компании, от запланированных результатов, от навыков самого менеджера и / или специалиста по персоналу.

Прежде всего, основными мотивами для сотрудника могут быть:

- Заработная плата.
- Содержание рабочей силы (т.е. труда).
- Интенсивность работы.
- Защита трудовых прав работников.
- Отношение руководства к работнику.
- Отношения в команде.

Это инструменты, которые можно использовать в компании. С другой стороны, с точки зрения компании, можно разделить все возможные инструменты мотивации на две большие группы: материальные и нематериальные мотиваторы.

Материальные инструменты мотивации (их также называют финансовыми типами мотивации):

- Заработная плата.
- Премия.
- Компенсационный (социальный) пакет.

Нематериальные (или нефинансовые) инструменты намного больше. Здесь параметры могут быть самыми различными. Например:

- переходящий титул на ограниченный период времени (во время отсутствия директора выполнять его полномочия).
- Размещение фотографии на Почетной доске.
- Награждение досугом (билеты в кино, театр, зоопарк).

Для сотрудников, главными мотиваторами которых являются признание, карьера, статус, самоутверждение, менеджер имеет еще несколько вариантов нематериальных инструментов:

- Участие в принятии решений
- Передача полномочий.
- Участие в новом проекте компании.
- Передача важного (ключевого) клиента [2].

Каждая компания использует то, что уже было описано, или придумывает свои собственные варианты. Все зависит от корпоративной культуры компании, ее стратегических целей и задач. Но, комбинируя эти или другие инструменты мотивации при построении общей системы, следует помнить, что неосязаемые инструменты могут использоваться только тогда, когда сотрудники удовлетворены с материальной точки зрения. То есть, когда их материальные ожидания будут удовлетворены, речь идет не только о заработной плате, но и о полном заполнении компенсационного пакета. Довольно часто компания просто забывает, что для работника, помимо заработной платы и бонусов, есть, например, бесплатное питание, командировочные расходы. Дополнительные дни отпуска, выплата больничного листа в большем размере, чем предусмотрено. Это также вся финансовая составляющая компенсационного пакета. Не нужно сразу повышать заработную плату, необходимо рассчитать все компоненты компенсационного пакета, и тогда станет ясно, что возможно, что ваш компенсационный пакет не ниже, а иногда даже выше среднего по рынку.

Таким образом, мотивация сотрудников является важным ресурсом компании, что позволяет ей двигаться вперед и выполнять свои задачи. Существуют финансовые и нефинансовые инструменты мотивации, сочетание которых компания использует исключительно индивидуально. А также необходимо помнить, что баланс интересов сотрудника и интересы компании всегда лежат в основе. Соотношение интересов организации и ее сотрудников рассмотрим в развитых странах США и Японии.

Мотивационные системы в США направлены на повышение мотивации труда в американских компаниях, которая основана на методах как финансового, так и нефинансового вознаграждения. Широко распространена в последние годы в американских корпорациях система «Плата за производительность» - «PayforPerformance» (PFP), которая предполагает использование любой формы оплаты, при которой вознаграждение, получаемое сотрудником, зависит от личных достижений и достижений группы, в которой работает сотрудник. Это выражается в гибких системах оплаты, переменных платежных системах и т. п.

Схемы гибкой заработной платы включают следующие

1. Комиссия. Суть этой схемы заключается в том, что работник (прежде всего это относится к агентам по продажам) получает определенный процент от сумм, которые ему платят клиенты при покупке товаров у него.

2. Денежные платежи по достижении поставленных целей (они используются 61% американских компаний). Эти выплаты выполняются, когда работник отвечает определенным заранее установленным критериям).

3. Специальное индивидуальное вознаграждение в знак признания ценности работникам.

4. Программы распределения прибыли, согласно которым работники получают определенный процент прибыли от компании в виде индивидуального вознаграждения за отличное выполнение работы или в виде прибыли, разделенной на всех сотрудников.

5. Акции. В этом случае сотрудники не получают «живые» деньги.

Как отмечают эксперты, преимущества системы PFP очевидны, потому что типичная программа PFP повышает производительность организации на 5 – 49%, а доходы сотрудников – на 3–29% [3].

Нефинансовые награды, обычно используемые ведущими компаниями США, включают:

1. Льготы, связанные с графиком работы.

2. Материальные нефинансовые награды: подарки сотрудникам по случаю праздников, дней

рождения или в качестве символа важности сотрудника для службы; Оплата медицинского страхования; Кредиты по льготной программе; и т.д.

3. Общесистемные мероприятия, посвященные значимым событиям или праздникам, на которые

сотрудники могут приглашать членов своей семьи;

4. «Награды – благодарность». Этот тип вознаграждения включает устные похвалы,

комплименты сотрудникам. Многие компании имеют свои собственные значки и другие отличия и рекламные акции.

5 Вознаграждения, связанные с изменением статуса сотрудника.

6 Вознаграждения, связанные с изменением рабочего места, т.е. все те меры, которые приводят

к изменению технического оснащения рабочего места и его эргономики.

В последнее время в американских компаниях наблюдается тенденция использовать «пакет услуг» в качестве стимулов. В этом случае работник получает возможность выбирать из определенного количества наград более приоритетную форму поощрения для него.

В Японии большинству сотрудников необходимо удовлетворение идеологических и процессуальных мотивов. Особенностью японского менеджмента является отсутствие жесткой классификации позиций с фиксированной заработной платой. Обязанности между сотрудниками компании строго распределены, но в то же время она поощряет выполнение различных видов работ с гибким взаимодействием сотрудников в зависимости от конкретной ситуации. Вознаграждение труда зависит от фактических результатов работы работника. Оплата труда в Японии зависит от стажа работы. Считается, что со временем работник начинает работать лучше и эффективнее. Поэтому его следует поощрять за это. Кроме того, оплата зависит от так называемых жизненных пиков. Так, например, когда японка выходит замуж (обычно это происходит в 28-30 лет), ее заработная плата увеличивается. В отличие от японской системы оплаты, в американских и европейских компаниях сотрудники получают оплату по времени. В то же время, как почасовые ставки, так и минимальная заработная плата регулируются законом. Японская система оплаты труда – гибкая система, основанная на личности человека. Несомненно, его преимуществом считается зависимость от жизненных пиков. Самой важной обязанностью японского менеджера является условий жизни работников. Чтобы иметь возможность сделать это, компания должна получать прибыль. Получаемая прибыль никогда не займет первое место в списке задач. В Японии работник может быть уверен в будущем и имеет возможность организовать свою жизнь, объединив его с карьерой. Но, с другой стороны, система оплаты в Японии весьма субъективна, так как она не регулируется законами. В японском менеджменте вознаграждение представляет собой некоторые (насколько это возможно в случае заработной платы) сочетание управления, как науки и искусства. Одна наука ставит сотрудников на равное положение. В сочетании с наукой искусство позволяет дифференцировать работу сотрудников, что для большинства из них является основным стимулом к работе [4]. В Японии наряду с экономическими мотивами (повышение заработной платы, регулярная выплата бонусов, размер которых зависит от деятельности компании в зимнее и летнее время от единовременных пособий по социальному обеспечению, выплаты крупных выходных пособий), существует Многосторонняя система психологических стимулов. Эта система состоит из непосредственного психологического воздействия на работников и их участия в различных производственных процессах. Особое место в этой системе (лучше сказать, ее главный принцип) – установление «человеческих отношений» в промышленности. Интересно, что эта система родилась в США, но ее развитие было получено в Японии. Цель этой системы - дать рядовым сотрудникам компании чувство равенства с руководящим персоналом, потому что они все работают в одной компании и живут в одной стране. Используемые в этой системе методы способствуют созданию неформальных связей в компании, постоянному высокому корпоративному духу и повышению производительности без каких-либо материальных затрат. Таким образом, японские компании стимулируют работу сотрудников, а затем сотрудники стимулируют работу компании.

#### Список литературы:

1. <http://do.gendocs.ru/docs/index-260022.html>
2. <http://napishem.ws/work/25902/Zarabotnaya-plata-kak-instrument>
3. [http://www.cfin.ru/management/people/motivation\\_sys.shtml](http://www.cfin.ru/management/people/motivation_sys.shtml)
4. <http://7nauk.ru/20-amerikanskij-opyt-motivacii-personala.html>

## **ЛИЗИНГ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ**

**Сафьянова И.А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Термин «лизинг» происходит от английского глагола «to lease» и характеризует экономико-правовые отношения, действия сторон, складывающиеся по поводу сдачи имущества внаем или в аренду [4].

Предметом лизинга могут быть любые не потребляемые вещи, в том числе предприятия и другие имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другое движимое и недвижимое имущество, которое может использоваться для предпринимательской деятельности [6].

Весьма важным при заключении лизинговых сделок является определение объектов лизинга.

Статья 666 ГК РФ определяет, что объектами или предметами договора лизинга могут быть «любые не потребляемые вещи, используемые для предпринимательской деятельности, кроме земельных участков и других природных объектов» [3].

Если объектом лизинга является недвижимое имущество (здания, сооружения, предприятия и цехи), в договоре лизинга предусматривается передача лизингополучателю права той части земельного участка, которая занята этой недвижимостью и необходима для ее использования.

Основными субъектами лизинга, т.е. сторонами договора лизинга являются лизингодатель и лизингополучатель. При финансовом лизинге участником сделки является также производитель (продавец) имущества – объекта договора лизинга, хотя стороной непосредственно в договоре лизинга он не является.

Лизингодатель – физическое или юридическое лицо, которое за счет привлеченных или собственных денежных средств приобретает в ходе реализации лизинговой сделки в собственность имущество и предоставляет его в качестве предмета лизинга лизингополучателю за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование с переходом или без перехода к лизингополучателю права собственности на предмет лизинга [5].

Функции лизингодателей на рынке лизинговых услуг, как правило, выполняют специализированные коммерческие организации – лизинговые компании в виде хозяйственных товариществ и акционерных обществ.

Лизингополучатель – физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга. [5].

Лизингополучателем может стать любое предприятия, пожелавшее получить по договору лизинга то или иное имущество.

Как сложное социально-экономическое явление, лизинг охватывает важнейшие функции по формированию многоукладной экономики: финансовую, производственную, снабжения, использования налоговых льгот и амортизационных льгот, при этом использование последних имеет некоторые особенности:

- имущество по лизингу учитывается на балансе лизингодателя или лизингополучателя по согласованию между ними;
- лизинговые платежи относятся на себестоимость производимой лизингополучателем продукции (услуг), что соответственно уменьшает налогооблагаемую прибыль;
- ускоренная амортизация, исчисляемая оговоренным в контракте сроком, уменьшает облагаемую прибыль и ускоряет обновление материально-технической базы.

Приведенные налоговые факторы эффективности лизинга позволяют при лизинге экономить в текущие денежные средства предприятия, в результате чего эти средства не выводятся из оборота, а продолжают работать.

Сэкономленные на налогах собственные денежные средства компании, пущенные в оборот, позволяют сформировать дополнительный денежный поток, необходимый для погашения лизинговых платежей и формирования дополнительной прибыли [2].

Приведем пример использования лизинга предприятием ОАО «Аскизавтотранс». Данное предприятие занимается грузовыми перевозками горюче-смазочных материалов в Монголию.

Проведя анализ финансового состояния предприятия по данным финансовой отчетности (бухгалтерский баланс; отчет о прибылях и убытках), можно сделать следующий вывод, что финансовое состояние ОАО «Аскизавтотранс» на протяжении трех лет с 2013-2016 гг. было абсолютно устойчивым. Данный факт говорит о том, что все запасы предприятия покрываются собственными оборотными средствами, т.е. предприятие не зависит от внешних кредиторов.

Основные средства (транспортные средства) в большей части очень изношены, что говорит об их моральном и физическом устаревании, поэтому я предлагаю следующее мероприятие.

ОАО «Аскизавтотранс» заключил контракт на поставку ГСМ в Монголию. При этом производственных мощностей предприятия недостаточно для удовлетворения потребностей клиентов, поэтому необходимо приобретение дополнительной единицы техники. Предприятию требуются седельные тягачи, так как данный вид машин предусмотрен для перевозок на дальние расстояния, лучше всего модели Scania по мнению главного инженера ОАО «Аскизавтотранс», так как данные модели уже есть на предприятии, что облегчает задачу по поиску запчастей и сервисному обслуживанию машин. На предприятии планируется приобрести машину модели Scania марки P420CA6X4HSZ, а также приобрести полуприцеп-цистерну НЕФА3-9693-0000010.

Таблица 1 – Стоимость единицы техники

Вид инвестиций	Сумма, рублей
1)Автомобиль Scania марки P420CA6X4HSZ	4790000
2)Полуприцеп-цистерну НЕФА3-9693-0000010	1158400
3)Доставка	12000
Итого	5960400

Ранее ОАО «Аскизавтотранс» пользовалось услугами ООО «Хакасская лизинговая компания». Данная лизинговая компания основалась в 2001 г. Основным видом деятельности является предоставление услуг по финансовой аренде (лизингу) автотранспорта, оборудования и недвижимости для российских организаций и предприятий.

Итак, необходимое имущество приобретаем в лизинг на следующих условиях:

1. Размер авансового платежа 20%;
2. Срок лизинга - 3 года;
3. Лизинговые платежи 2168656,68 рублей в год.

Для оценки эффективности инвестиций необходимо продисконтировать денежный поток. Для этого, в первую очередь, оценим ставку дисконтирования.

Ставка дисконтирования = ставка рефинансирования + уровень инфляции + надбавка за риск.

Ставка дисконтирования = 20%

При этом, надбавка за риск зависит от вида деятельности. Анализируемое предприятие увеличивает объемы реализации по существующему виду деятельности за счет увеличения мощностей.

Рассчитаем коэффициенты дисконтирования по периодам.

Таблица 2 – Коэффициенты дисконтирования

	1 год	2 год	3 год
Ставка дисконтирования	0,833	0,694	0,579

Определим дисконтированный денежный поток.

Таблица 3 – Дисконтированный денежный поток

	1год	2 год	3 год
Дисконтированны й денежный поток	2168656,68*0,833=18064 90,95	2168656,68*0,694=1505047,7 4	2168656,68*0,579=1255652,2 2

Таким образом, суммируя дисконтированный денежный поток ОАО «Аскизавтотранс», получаем 4567190,91. Значение положительное, следовательно, вложения целесообразны.

Необходимость осуществления широкомасштабных инвестиций в оборудование российских предприятий не вызывает сомнений ни у кого. Материальная база абсолютного большинства так называемых «старых» предприятий крайне изношена как физически, так и морально и требует либо замены, либо модернизации. Многие новые компании с современным оборудованием также испытывают потребность в инвестициях – для расширения бизнеса [1].

#### Список литературы:

1. Авраменко О.А. Лизинг в России: становление и развитие // Вестн. Амур. гос. ун-та. - 2010. - Вып.13. - С.67-68. - Библиогр.: 9 назв.
2. Аверчев И. Лизинговые операции - форма или содержание? // Консультант. - 2011. - N 3. - С.56-59.

3. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.05.2016)
4. "Лизинг-ревью", 2007, №1/2,- М.: Издательский дом "Деловая пресса"
5. Шабашев В.А., Федулова Е. А., Кошкин А. В. Лизинг: основы теории и практики. Учебное пособие Издательство: КноРус, 2008 г.
6. Федеральный закон от 29 октября 1998 г. N 164-ФЗ О финансовой аренде (лизинге) (с изменениями от 29 января, 24 декабря 2002 г., 23 декабря 2003 г.)

## **ПРОБЛЕМЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЫБИНСКОГО РАЙОНА**

**Соколова И.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Рыбинский район — административно-территориальная единица (район) и муниципальное образование (муниципальный район) в восточной части Красноярского края России.

Образован 4 апреля 1924 года. 9 декабря 1925 года включён в состав Канского округа Сибирского края. 30 июля 1930 года был передан в прямое подчинение Восточно-Сибирского края. 7 декабря 1934 года вошёл в состав Красноярского края.

Административный центр — город Заозёрный, в 119 км к востоку от Красноярска.

Площадь территории — 3651 км<sup>2</sup>.

Климат района: умеренно-континентальный с коротким, относительно теплым летом, продолжительной, умеренно холодной зимой и ясно выраженными сезонами весны и осени.

Численность населения: около 35000 человек

Количество населенных пунктов: 51 [1]

Сельское хозяйство представлено животноводством, свиноводством, молочно-мясным производством и птицеводством, а также растениеводством, в котором преобладают зерновые и кормовые культуры.

В районе производятся: мясо, молоко, куриное яйцо, зерно, картофель и овощи. Производством сельскохозяйственной продукции занимаются 109 хозяйств, пять из них — государственные.

Птицеводством занимается ОАО «Налобинское», свиноводством — ЗАО «Успенское», ГУСХ ОПХ «Соляное», ЗАО «Сетра», колхоз им. Ленина и ГУСХП «Гурьевский» [2].

Растениеводством заняты все хозяйства общественного сектора района и часть крестьянских хозяйств, которых в районе насчитывается 97. Посевные площади в основном заняты под зерновые и кормовые культуры, картофеля и овощей выращивается мало.

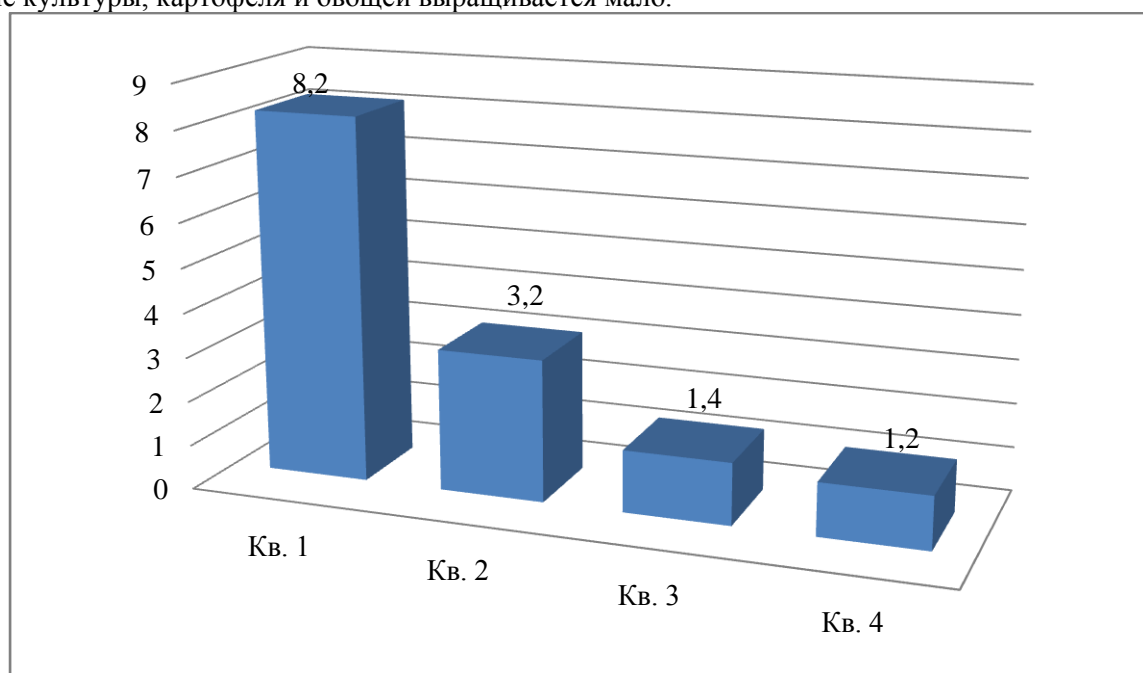


Рисунок 1 – Производительность продукции в районе:

Ежедневно в сутки во всем районе производится 120 тонн мяса птицы, 10 тонн мяса свиней, около 600 тысяч штук куриных яиц и 20 тонн молока.

Смотря на такие высокие показатели можно сделать вывод, что сельскохозяйственная отрасль должна процветать, но на самом деле данная отрасль медленно вымирает.

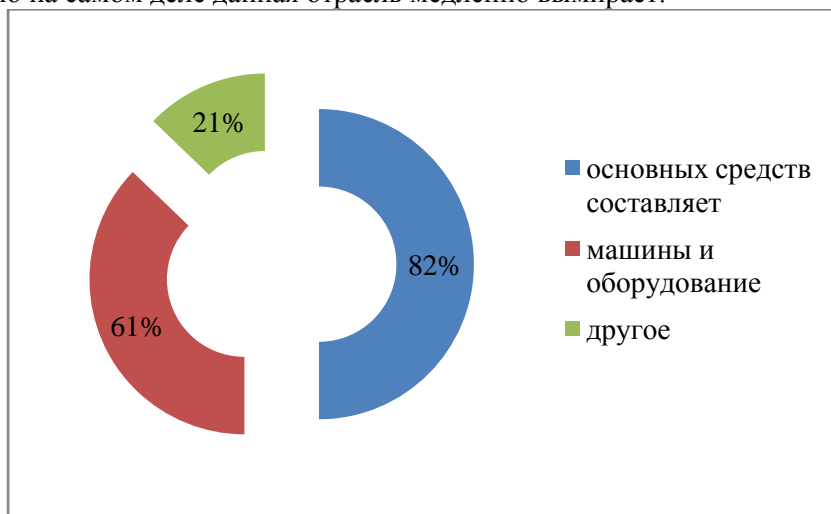


Рисунок 2 – Показатели износа оборудования:

На сегодняшний день износ основных средств составляет 82%, в том числе это машины и оборудование 61%. Показатели обновления машинно-тракторного парка не поднимается выше 1,8% в то время когда списание техники происходит больше 5%. Недосток высокопроизводительной техники и оборудования, крайняя изношенность имеющейся техники и оборудования, дефицит квалифицированных кадров сдерживает увеличение производства сельскохозяйственной продукции и улучшение ее качества. Численность сельского населения за последние годы сильно сократилось, особенно это касается трудоспособного населения.

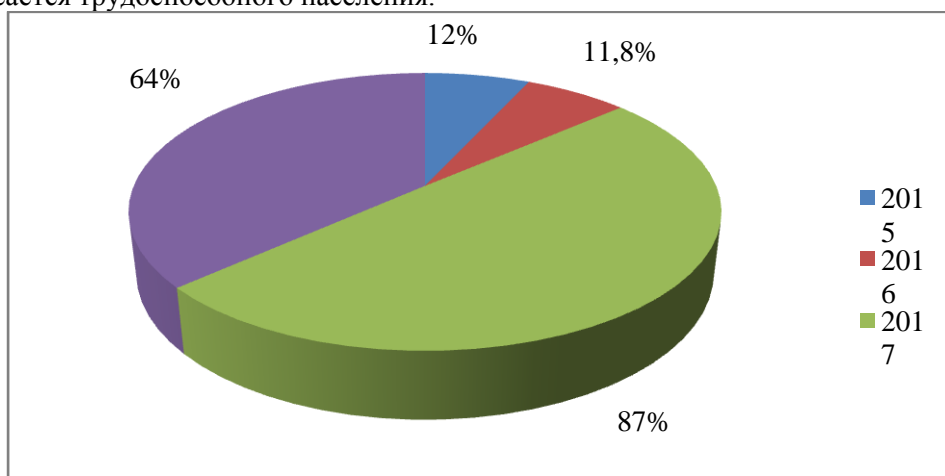


Рисунок 3 – Количество рабочих на сельскохозяйственных предприятиях во всем районе:

За последние 5 лет число работающих, занятых в отрасли сельского хозяйства, снизилось на 145 человек. Если в 2015 году в сельхозпроизводстве района работали 12% от всего его населения, то в 2016 году только 11,8 %. Это не может не влиять на падение кадрового потенциала сельского хозяйства. Острый дефицит специалистов зоотехнической, агрономической, ветеринарной, инженерной служб испытывают сельскохозяйственные предприятия Рыбинского района. На сегодняшний день в районе обеспеченность сельскохозяйственной отрасли района специалистами составляет 87%, кадрами массовых профессий – 64 %.

Учитывая низкую престижность сельскохозяйственных специальностей, неразрешимой задачей становится привлечение специалистов и работников, умеющих и желающих заниматься сельскохозяйственным трудом.

Из общей массы выпускников аграрных учебных заведений на село едут работать не более трети, несмотря на мероприятия, направленные на поддержку молодых кадров в рамках, реализуемых в районе программ.



Самой главной проблемой села является отсутствие жилья, нормальных дорог. Представители компаний уверяют – цены на топливо, электричество, комбикорм растут регулярно, а закупочная цена сельскохозяйственной продукции по-прежнему остаётся низкой. Так сложившуюся ситуацию прокомментировал Геннадий Титов, директор СПК имени Ленина:

«Считайте сами: ещё летом за литр молока переработчики платили нам 15 рублей, сейчас 22 рубля. Чтобы купить литр солярки, нам нужно произвести два литра молока. Киловатт электроэнергии для сельхозпредприятий стоит больше, чем в промышленности, килограмм комбикорма: 11-15 рублей. Если и дальше будет такое отношение к сельскому хозяйству со стороны государства, молоко может стать экзотическим напитком».

И это не все проблемы. Государство уже который год подряд отказывается давать субсидии на удобрение почв [3].

Для примера представлено предприятие ГУСХ ОПХ «Солянское». Данное предприятие осуществляет деятельность по направлению молочного животноводство, птицеводство, яичного направления и растениеводство. Для большей производительности и получения прибыли должны быть определенные условия. В Рыбинском районе условия предприятия благоприятные для растениеводства и земледелия.

На сегодняшний день в плане животноводства имеется несколько комплексов беспривязного содержания.

Количество работников на предприятии 600 человек. На предприятии оснащены инфраструктуры растениеводства – приобретены уборочные комбайны, пропалывается гербицид. Но как и на любом предприятии существуют проблемы его развития.

Проблемы предприятия:

- 1) Высокая стоимость электроэнергии, от этого высокая стоимость продукта.
- 2) Малая часть субсидирования.
- 3) Высокие проценты по выплате кредита.

Пути решения проблем:

- 1) Регулировать конкурентоспособность.
- 2) Повышение квалификации кадров.
- 3) Приобретение нового оборудования.

Сделав вывод можно сказать, что Рыбинские производители вынуждены сокращать объёмы. Дефицит свежих продуктов пока покрывают соседние регионы, но положение их тоже не очень хорошее, как долго это будет продолжаться никто не знает. Аграрии уверены: если не будет срочных мер на федеральном уровне, сельское хозяйство в Рыбинском районе просто погибнет.

#### **Список литературы:**

1. Рыбинский район [ <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1617172> ]
2. Красноярский край/ 1.5.3 Сельское хозяйство. Канская группа. Рыбинский район [ [http://invest-regions.ru/pdf/kr\\_krai.pdf](http://invest-regions.ru/pdf/kr_krai.pdf) ]
3. Статья « В Рыбинском районе умирает сельское хозяйство» [ <http://cheremuha.com/obshchestvo/3543-v-rybinskom-rayone-umiraet-selskoe-hozyaystvo.html> ]

### ***СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ***

***Ставер Н.И.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что на современном этапе развития муниципальных образований в Российской Федерации стоит вопрос, об эффективном управлении муниципалитетами. Целью данного исследования является, применение стратегического подхода к управлению муниципальными образованиями в органах местной власти.

Стратегическое управления муниципальным образованием – это процесс управленческой деятельности, направленный на разработку целей и стратегий органов местного самоуправления для дальнейшего социально-экономического развития на долгосрочную перспективу.

Сущность стратегического подхода к управлению муниципальными образованиями, состоит в том, что меняются приоритеты к управленческому подходу, краткосрочные цели меняются на

долгосрочные. Начиная от ориентации на решение текущих задач, переходящих к ориентации на преодоление перспективных проблем. [3]

Стратегическое управление отвечает на следующие вопросы:

- Каким способом можно построить прогнозы?
- Как соотносить желаемое будущее состояние с ситуацией на сегодняшний день?
- Как разрабатывать планы и достигать поставленных целей?

Таблица 1– Сравнительные характеристики стратегического и ситуационного подхода к управлению муниципальными образованиями

Ситуационный подход		Стратегический подход	
1	Приоритет, на краткосрочные цели	1	Приоритет, на долгосрочные цели
2	Принятие ситуативные решения	2	Согласованное планирование
3	Ориентация на задачи	3	Ориентация на проблемы
4	Жесткая административная иерархия	4	Равноправие и сотрудничество
5	Подчинение	5	Понимание
6	Раздельное решение вопросов функционирования и развития	6	Совместное, согласованное решение вопросов функционирования и развития
7	Закрытый характер деятельности местных органов власти	7	Открытый характер деятельности местных органов власти

Характерными особенностями управления на муниципальном уровне является, обеспечение комплексного социально-экономического развития муниципального образования. Источником, финансирования муниципального образования, являются налоги. Муниципалитет является бюджетной, а не коммерческой организацией. Муниципальная служба поставляет товары и услуги только жителям определенной территории. Муниципалитет всегда имеет множество служб, в отличие от частного бизнеса. [4]

В Российской Федерации, на уровне не больших районов в основе аппарата управления чаще всего, лежит ситуационный подход, к управлению муниципальными образованиями. Что сказывается на социально-экономической ситуации региона.

Ситуационный подход - это, такой подход при котором, метод управления определяется конкретной ситуацией. Его применение можно проглядеть, на примере трех районов, Красноярского края: Канского район, Уярского район, и Абанского района.

Данные районы Красноярского края являются в соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» самостоятельными муниципальными образованиями. Местное самоуправление осуществляется в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, Уставом и законами Красноярского края и настоящим Уставом.[1]

Таблица 2 – Основные показатели социально-экономического развития районов за 2014-2016 год.

Наименование	Канский район				Уярский район				Абанский район			
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение
Среднегодовая численность населения, (тыс. чел.)	261 88	259 83	257 66	-422	213 47	212 68	211 56	-191	211 95	206 48	203 71	-824
Среднемесячная зарплата, (руб.)	149 20	163 42	202 16	5296	192 38	248 23	281 43	8905	142 78	166 10	204 11	6133
Уровень зарегистрированной безработицы (%)	2,0	1,6	1,8	- 0,2	2,7	2,4	2,7	0	2,3	2,1	2,5	0,2
Уровень образования (кол-во общеобразовательных учреждений)	29	31	33	4	19	22	23	4	28	30	30	2

Состояние окр. среды, по валовым выбросам, (тонн)	7,65	7,84	8,06	0,41	4,23	4,51	4,75	0,52	4,11	4,38	4,59	0,48
---	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Из приведенной таблицы видно, что численность населения с каждым годом уменьшается, а так же ухудшается состояние окружающей среды районов. Заработная плата в регионе возрастает, так же становится выше уровень образования. Уровень зарегистрированной безработицы, трудоспособного населения в данных районах не значительно изменяется.

При проведении анализа контента сайтов администраций рассматриваемых районов, и анализе социально-экономических показателей было выявлено, что официально декларируемых стратегий у районов нет. Что говорит о ситуационном подходе к управлению муниципальными образованиями. В данной связи данные районы сталкиваются с рядом проблем, таких как:

- неэффективное управление муниципальными образованиями;
- сложная экономическая ситуация региона (закрытие крупных промышленных предприятий);
- дефицит финансовых средств;
- низкий уровень научно-технического потенциала;
- отсутствие долгосрочных целей, (среди информационных документов, нет официально декларируемой миссии и цели);
- нехватка высококвалифицированных кадров для муниципальной службы и органов государственной власти, (текучесть кадров);

У Калининского района Тверской области, имеется стратегия социально-экономического развития. И звучит она так:

«Стратегия социально-экономического развития Калининского муниципального района Тверской области на период до 2030 года. Стратегия призвана, на основе ретроспективного анализа развития экономики и социальной сферы в последнее десятилетие, изучения закономерностей и особенностей демографических процессов, бюджетной системы, инфраструктурных объектов наметить основные пути раскрепощения потенциала района и его сельских и городских поселений в интересах обеспечения растущих подушевых доходов и занятости его жителей. Разрез поселений при анализе и прогнозе развития» [2]

Данная стратегия свидетельствует, о том, что у Калининского района Тверской области, стратегический подход к управлению муниципальными образованиями.

Благодаря четко поставленным стратегическим целям и задачам социально-экономического развития муниципального образования, формируется ряд преимуществ данного района:

1. Развитие территорий и развитие муниципального образования
2. Развитие муниципального городского поселения и городского округа
3. Улучшение социально-экономической ситуации региона
4. Улучшение качества жизни населения

В результате проведенного исследования, можно отметить то, что стратегический подход к управлению муниципальными образованиями в Российской Федерации, используют лишь малое количество административных округов.

Главной трудностью, с которой сталкиваются разработчики стратегий – это отсутствие федеральных законодательных баз по вопросам стратегического планирования, отсутствие согласованного решения вопросов функционирования и развития, процедуры региональных стратегий не согласуются на федеральном уровне и между собой, дефицит местных бюджетов и многое другое.

Важным фактором, при котором муниципальные образования развиваются стабильно в долгосрочной перспективе, является стратегическое планирование, которое позволяет предотвращать экономические и политические риски, обеспечив стабильное социальное развитие. Спецификой стратегического планирования, является снижение неопределенности в будущем. Поэтому, органам местного самоуправления необходимо уделять особое внимание, к управлению муниципальными образованиями. И на практике применить стратегический подход к управлению, сформулировать стратегию, пересмотреть приоритеты и цели района. И благодаря данному подходу к управлению муниципальными образованиями, район сможет в целом, улучшить социально-экономическую и общественно-политическую ситуацию региона.

### **Список литературы:**

1. Муниципальные программы. [Электронный ресурс], <http://www.kansk-adm.ru/>
2. Стратегия социально-экономического развития Калининского района Тверской области на период до 2030 года [Электронный ресурс], <http://kalinin-adm.ru/>
3. Стратегическое управление. Ансофф И, М. учебное пособие: 1989. - 358 с.
4. Стратегическое планирование социально-экономического развития муниципальных образований в современных условиях Ткачев С.А., Нестерова Е.В [Электронный ресурс], <http://koet.syktsu.ru>

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИП ТАРАНТ Л.А.**

**Тарант Л.А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Под совершенствование предпринимательской деятельностью понимается самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке [2].

Предпринимательскую деятельность можно выделить по нескольким признакам это юридический статус, субъект предпринимательства, объект, а также по производству [3].

По юридическому статусу предпринимательство может быть:

- без образования юридического лица, т. е. без создания коммерческой организации;
- с образованием юридического лица, т. е. коммерческой организации [2].

По субъекту предпринимательства выделяют:

1. Индивидуальное предпринимательство имеет место, когда гражданин (физическое лицо) регистрируется в качестве индивидуального предпринимателя или учреждает коммерческую организацию (кроме хозяйственного товарищества, кооператива, унитарного предприятия).

При регистрации и работе индивидуального предпринимателя нет стартового капитала и оперативно принимаются управленческие решения, так как вся полученная прибыль переходит в его распоряжение.

2. Коллективное предпринимательство основано на партнерстве двух и более учредителей, совладельцев коммерческой организации. Здесь появляется возможность аккумулировать значительный стартовый капитал, а следовательно, создать более крупное предприятие, риск и имущественную ответственность несут уже все учредители. Однако при коллективном предпринимательстве усложняется принятие управленческих решений (имеются органы управления, которые принимают решения, необходим контроль учредителей, совладельцев за работой менеджеров, исполнительной дирекции), прибыль (после уплаты налогов, создания резервного и других фондов) необходимо распределять среди учредителей предприятия.

3. Государственное предпринимательство осуществляется путем учреждения государством, субъектами Федерации (исполнительными органами власти), органами местного самоуправления (городов, районов), государственных, муниципальных и казенных предприятий (т. е. унитарных предприятий). Средства на их создание выделяются из соответствующих бюджетов, а управляются они директором, который по контракту назначается соответствующим исполнительным органом власти.

По объекту предпринимательскую деятельность можно подразделить на следующие виды:

- Производственное предпринимательство – деятельность, связанная с добычей сырья и материалов, производством товаров, видов продукции, выполнением различных работ, оказанием услуг, которые как товар подлежат последующей реализации. Это основной, базовый вид предпринимательства. Производственное предпринимательство предполагает соединение живого труда (рабочей силы) с предметами и средствами труда, результатом которого является производство определенного товара, услуги.

Конечной стадией производственного предпринимательства являются реализация товарной продукции (работ, услуг) и получение денежной выручки.

– Коммерческое предпринимательство. Оно распространяется на фазы обмена, распределения и потребления товара, то есть определяющую роль в нем играют товарно-денежные и торгово-обменные операции. Основу этого вида предпринимательской деятельности составляют операции и сделки по купле-продаже товаров.

Основными затратами в данном случае, кроме затрат на покупку товара для последующей продажи, являются: оплата труда наемным работникам, расходы на содержание или аренду складов, торговых точек, необходимых для хранения и реализации товара, рекламная деятельность, налоги и др.

– Финансовое предпринимательство – особый вид предпринимательства, в котором его объектом является купля- продажа специфических товаров – денег, валюты, ценных бумаг. Одним из основных факторов развития финансового предпринимательства является состояние и развитость финансового рынка (рынка инвестиций, рынка ценных бумаг, валютного рынка) и его инфраструктуры.

– Посредническая предпринимательская деятельность. Ее объектом является содействие (посредничество) продавцам (производителям) и покупателям (потребителям) в получении информации друг о друге, в совершении сделок по купле-продаже товаров, ценных бумаг, инвестиций, валюты, недвижимости [1].

– Страхование дело. Этот вид предпринимательства основан на страховании, в частности, предпринимателей от рисков разного рода путем создания за счет их денежных средств специальных страховых фондов для возмещения ущерба и потерь в случае наступления страхового случая.

По характеру деятельности предпринимательство может быть:

– традиционным, когда производятся «консервативные» виды продукции (к ним относятся и сельскохозяйственная продукция), потребительские свойства которых не меняются в течение длительного времени. Изменения происходят в основном в технике, технологии и организации производства;

– инновационным, если основано на использовании в бизнесе нововведений (инноваций): освоении выпуска новых товаров (услуг), повышении качества или расширении потребительских свойств выпускаемых товаров, новых формах обслуживания клиентов, освоении новых рынков, техники, технологий и т. д.

Каждый вид предпринимательства имеет свои характерные особенности и относительно самостоятелен. Предприниматели сами выбирают тот или иной вид (или несколько видов) предпринимательства исходя из экономической целесообразности (выгоды) [2].

В статье рассмотрен пример организации ИП Тарант Л.А , которая занимается Общественным питанием. Организация начала свою работу с 2014 года и начала совою деятельность и на сегодняшний день приобрела хорошую репутацию на рынке.

Целями деятельности организации являются получения прибыли путем насыщения потребительского рынка товарами и услугами.

Организация вправе осуществлять любые виды деятельности, не запрещенные законом. Предметом деятельности предприятия является:

– Производство и реализация услуг в области общественного питания

Так же в каждой компании и организации, руководитель рассматривает слабые и сильные стороны, а также возможности и угрозы. На это может составить SWOT-анализ [3].

Таблица 1- SWOT-анализ предприятия

Сильные стороны: 1. Высокая заинтересованности сотрудников в получении наибольшей прибыли для организации 2. Для готовки блюд используется современное оборудование. 3. Отличное качество используемых продуктов. 4. Квалифицированные сотрудники.	Возможности: 1. Сделайте рекламу организации. 2. При увеличении объема, нужны еще сотрудники. 3. Необходимо повышать работоспособность сотрудников.
--	--

5. Возможность расширения	
Слабые стороны:	Угрозы:
1. Организация зависит от погодных условий.	1. Необходимо следить за качеством .
2. Отсутствие рекламы..	2. Оборудование может сломаться, а ее ремонт может потребовать много сил и времени.
3. Большие финансовые траты в зимний период за электроэнергию .	3. Рост арендной платы

Таким образом, из полученного SWOT-анализа мы видим все необходимые действия для улучшения работы компании.

По мере развития организации необходимо будет повышать классификацию персонала, еще надо обязательно сделать рекламу, т.к. это поможет привлечь новых клиентов и увеличит доходы.

Проведенный SWOT - анализ показал, что в целом организация имеет не плохие возможности для развития, если она грамотно оценит и использует свои возможности и сильные стороны, предотвратит угрозы и избавится от слабых сторон.

#### Список литературы:

1. В.Т. Батычко , Предпринимательское право, Конспект лекций. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2011 г.
2. Организация производства и предпринимательской деятельности в АПК (Нечаев В.И., Парамонов П.Ф.) КубГАУ - Краснодар, 2007 - 466 с.
3. Википедия. Свободная энциклопедия [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
4. ОСНОВЫ БИЗНЕСА (С.А. БОЧАРОВ, А.А. ИВАНОВ, С.Я. ОЛЕЙНИКОВ) М.: ЕАОИ, 2008, — 447 с.

### РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

*Третьякова А.В.*

*Научный руководитель: д.т.н., профессор Ступина А.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Каждой компании необходимо уметь бороться с рыночной конкуренцией. Статья считается актуальной, так как рыночное соперничество усиливается с каждым годом. Рыночная деятельность заставляет иным образом смотреть на внешние условия деятельности организации, а одним из важнейших пунктов изменяющегося поведения субъектов рыночной политики является постоянное изменение предпочтений потребителей, качества и ассортимента продукции основных конкурентов. В настоящее время самой большой проблемой компаний является неконкурентоспособность, соответственно, цель данной статьи заключается в том, чтобы разработать как конкурентную стратегию, так и провести диагностику организации, а именно, может ли она бороться с конкурентами.

Сама по себе стратегия – это определённый план, каких либо организационных действий, который обозначает приоритеты стратегических задач, ресурсов и последовательность шагов для достижения поставленных целей компании.

Формирование стратегии – очень трудоёмкий процесс, который, прежде всего, зависит от различных факторов:

- потенциал предприятия;
- характеристика товаров и услуг, которые производит компания;
- поведение конкурентов.

Основная задача разработки конкурентной стратегии – выявление методов ведения бизнеса, которые предназначаются для привлечения покупателей и укрепления своей позиции на рынке, тем самым, благодаря данным методам, компания становится более конкурентоспособной.

Существует 3 вида конкурентных стратегий:

1. стратегия лидерства в минимизации издержек;
2. стратегия диверсификации;
3. стратегия фокусирования [2].

Какую стратегию выбрать, зависит напрямую от уровня конкурентоспособности компании. Если исходить из сферы деятельности компании, то конкурентоспособность зависит от факторов:

- какие услуги предлагает компания;

- как развивается у предприятия производственная деятельность и логистика
- как происходит управление компанией;
- какие существуют отличия и преимущества от конкурентов, рассматриваемой компании

[3].

Факторы конкурентоспособности можно разделить на внутренние и внешние.

Внутренними факторами конкурентоспособности являются:

- репутация компании;
- уровень персонала;
- качество товаров и услуг;
- технологии;
- логистика.

Внешние факторы конкурентоспособности подразумевают под собой:

- государственное страхование в стране;
- правовая защита покупателей;
- уровень развития экономики в стране;
- кредитная политика компании.

Внутренние факторы зависят от действий руководителей компании, а внешние факторы, как правило, не могут влиять на компанию [1].

Чтобы обеспечить конкурентоспособность компании, необходимо уделять должное внимание менеджменту. Исходя из этого, внутренние факторы конкурентоспособности, прежде всего, уделяют особое внимание уровню управления компанией.

Главной идеей разработки конкурентной стратегии можно считать программу действий, которая предоставляет возможность получить положительный эффект за счет того что компания в будущем окажется в более сильной позиции чем конкуренты.

Ниже рассмотрим разработку конкурентной стратегии.

Первое что разрабатывается – это миссия компании, а именно, формулируются цели на основе задач в конкурентной борьбе. Далее следует провести сбор и анализ информации о внешней и внутренней среде предприятия, а именно, анализ отрасли, в которой работает компания, анализ конкурентов, внутренний аудит.

Анализ конкурентов должен содержать в себе:

- список всех возможных конкурентов;
- показатели интенсивности конкуренции;
- преимущества рассматриваемых компаний;
- возможности и сильные стороны конкурентов.

Как только был проведён анализ и сбор информации, следующий шаг - это выбор стратегической альтернативы на основе данных о конкурентной позиции предприятия и интенсивности конкуренции.

Проведение SWOT-анализа – это также является неотъемлемой частью разработки конкурентной стратегии. Благодаря проведенному анализу можно рассмотреть на что в будущем способна наша компания, что может угрожать деятельности компании, как данные угрозы, в целом, отразятся на рынке, снизится ли конкурентоспособность компании или останется неизменным.

После проведенного SWOT-анализа следует приступить к реализации конкурентной стратегии посредством разработанного и утвержденного конкурентного плана.

Конечными аспектами разработки конкурентной стратегии является анализ результатов, полученных от внедрения конкурентной стратегии и корректировка существующей стратегии с учетом реакции конкурентов, устранение недостатков.

Рассмотренные этапы разработки конкурентной стратегии показывают, что функция конкурентного планирования на предприятии может осуществляется с помощью базовых принципов, а именно, правил формирования и реализация стратегии на рынке:

- последовательность выполнения этапов;
- цикл выполнения этапов.

После рассмотрения плана конкурентной стратегии, можно сделать следующий вывод: Конкурентная стратегия – это самый необходимый, неотъемлемый инструмент в руках управляющего, так как стратегия решает целый ряд задач и проблем, с которыми компания за время своего существования может столкнуться.

### Список литературы:

1. Бороздина С.М., Пантелеева М.С. Повышение конкурентоспособности на базе маркетинговой информационной системы // Научное обозрение. — 2013. — № 3. — С. 275—282.
2. Вайншток Н.Р. Управление конкурентоспособностью специализированных строительных организаций в современных рыночных условиях // Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 11 (40). — С. 458—461.
3. Коготкова И.З. Маркетинговые исследования в строительстве. — М., 2009. — 327 с.

## **ЗНАЧЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ**

**Чистякова М.А.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

В настоящее время уделяется большое внимание повышению эффективности агропромышленного комплекса страны. Как правило, это связано с непростым внешнеполитическим взаимодействием, а именно, с введением рядом стран различных финансово-экономических и политических санкций в отношении Российской Федерации. Поэтому нашей стране для того, чтобы удержать свои позиции необходимо укреплять продовольственную безопасность.

Продовольственная безопасность в большей степени обеспечивается благодаря развитию сельского хозяйства. Поэтому в условиях экономического кризиса ключевой задачей для страны является активное развитие агропромышленной сферы, которая будет иметь возможность конкурировать с агропромышленным комплексом других стран [3].

Повышение рентабельности сельскохозяйственной продукции напрямую зависит от сокращения прямых затрат при получении конечного продукта. При использовании традиционной модели значительная часть прибыли уходит на производственные затраты. При традиционном подходе результат на 80% зависит от природно-климатических условий, при применении ресурсосберегающих технологий на данный фактор отводится около 20%, остальной процент приходится на объединение грамотно организованного управления и технологий [1].

Для того чтобы повысить уровень производства сельскохозяйственной продукции, необходимо обеспечить АПК высокопроизводительными машинами, а также новейшими технологиями. Изучив мировой и отечественный опыт, были сделаны выводы о том, что высокая продуктивность сельскохозяйственных угодий и ферм обеспечивается путем внедрения в производство сельскохозяйственной продукции высокоэффективных ресурсосберегающих высокоточных технологий на базе модернизированной техники и оборудования [3].

Ресурсосбережение является сравнительно новым понятием. Его актуальность обозначилась в период трансформационных преобразований в экономике страны. Ранее в экономической теории и хозяйственной практике чаще употребляли такие понятия, как «экономия ресурсов», «режим экономии», «эффективное управление ресурсами» [4].

Ресурсосбережение можно определить как систему мер, направленных на обеспечение рационального, комплексного использования природных и материальных ресурсов, при максимальном устранении потерь и нерациональных расходов. Ресурсосбережение в сельскохозяйственных предприятиях – это система организационных и технико– технологических мер, которые направлены на рациональное использование ресурсов на основе модернизации технологических процессов и внедрения инноваций, также одним из методов эффективного ресурсосбережения является вовлечение в производство вторичных материальных ресурсов и попутных продуктов [4].

Эффективность применения ресурсосберегающих технологий доказана на практике, как один из примеров, можно рассмотреть исследования, которые показали, что интенсивная обработка почвы вызывает минерализацию органического вещества и эмиссию углекислого газа, который выделяется в атмосферу, способствуя созданию парникового эффекта. По различным оценкам, распространение применения сберегающих технологий в мире позволит снизить выброс углерода в атмосферу в результате сжигания топлива на 16%. Применительно к нашей стране, этот пример показывает большую актуальность реализации данных технологий, так как экологический вопрос занимает одно из первых мест [2].



На современном этапе уровень и темпы развития ресурсосберегающих технологий в России существенно отличаются от показателей других стран. Медленное освоение сберегающих технологий в результате увеличения цен на материальные и энергетические ресурсы, является причиной неоднократного повышения себестоимости продукции сельскохозяйственных предприятий. Данный факт оказывает негативное воздействие на такие показатели как рентабельность и конкурентоспособность для сельскохозяйственных товаропроизводителей. В результате, применение современных ресурсосберегающих технологий является одним из показателей устойчивости и стабильности развития агропромышленного комплекса страны [3].

По мнению многих ученых, занимающихся изучением агропромышленного комплекса, сельское хозяйство имеет большие резервы и перспективы для развития и функционирования. Одним из методов повышения эффективности агропромышленного комплекса является перестройка механизма хозяйствования с учетом фактора ресурсосбережения. Принципы ресурсосбережения и энергосбережения являются ключевыми в достижении наибольшего уровня продуктивности, при этом для того чтобы достичь наибольшей результативности при использовании ресурсов, необходимо оценивать всю производственно-технологическую цепочку переработки и использования сырья. Одновременно с процессом ресурсосбережения необходимо осваивать инновационные методы развития [5].

В ситуации, когда количество ресурсов (материальных, земельных, трудовых, финансовых) ограничено, сельскохозяйственные предприятия начинают более рационально их использовать, так как от обеспеченности данными ресурсами зависят темпы роста производства продукции агропромышленных предприятий. Недостаточное количество средств побуждает к поиску резервов для снижения затрат на производственный процесс [4].

По данным статистики современные ресурсосберегающие технологии в России начинают все больше цениться в аграрной сфере, так как дают положительные прогрессивные результаты. Деятельность сельскохозяйственных предприятий страны показывает, что переход на новые технологии дает возможность снизить себестоимость производства. Например, при сниженной себестоимости производства зерна до 30% наблюдается стабильный рост урожайности до 20%. В результате чего экономический интерес представителей агропромышленных предприятий к новым технологиям существенно возрастает [4].

Несмотря на появляющийся интерес к современным технологиям, сельскохозяйственное производство в нашей стране базируется в большей части на традиционных технологиях. Данная ситуация складывается в результате низкой технической оснащенности и качества сельскохозяйственной техники. Машинно-тракторный парк изношен, а его обновление осуществляется низкими темпами. При этом существенное количество техники, поставляемой на Российский рынок, не отвечает современным требованиям, в результате чего увеличивается актуальность применения новейших технологий, увеличивается потребность в квалифицированных кадрах и появляется большая необходимость в развитии рыночной инфраструктуры [2].

Существует различные факторы снижения потребления ресурсов. К ним можно отнести следующие факторы:

- структурный фактор, который базируется на оптимизации структуры используемых ресурсов. Для его реализации необходимо применять новые виды ресурсов, которые являются заменителями аналогов, а также использовать сырье, топливо и материалы местного производства;
- конструкционный фактор, который базируется на создании принципиально новых видов продукции с заданными потребительскими свойствами, низким уровнем материалоемкости и сниженным показателем весовых характеристик;
- технологический фактор, суть которого заключается в полном использовании первичного сырья, благодаря сокращению отходов и потерь при производстве, а также вовлечению в производственный процесс обработанного, подготовленного для применения вторичного сырья;
- организационный фактор, который предполагает вовлечение в производственный процесс неиспользуемых ресурсов при полной мобилизации внутренних ресурсов [4].

Организационно-экономический механизм ресурсосбережения можно определить как систему взаимосвязанных организационных и экономических мероприятий, целью которых является повышение эффективности применения и стимулирования процесса экономии материально-технических ресурсов за счет внедрения мероприятий по ресурсосбережению и минимизации денежных и натуральных затрат. Данный механизм включает в себя:

- систему показателей учета потребления, анализ использования и выявление основных тенденций развития;

- изучение передового отечественного и зарубежного опыта по данной проблеме;
- совершенствование методов экономической оценки ресурсосберегающей техники, технологий и способов производства и экономическое обоснование новых ресурсов, ресурсосберегающих техники, технологий и способов производства;
- методы планирования и прогнозирования ресурсосбережения на разных уровнях управления;
- финансово-кредитные меры стимулирования ресурсосбережения;
- совершенствование ценовой политики в АПК, направленной на экономию материально-технических ресурсов;
- внутрихозяйственные хозрасчетные отношения по ресурсосбережению;
- организационные мероприятия по использованию ресурсов;
- системы экономических нормативов, регулирующих ресурсосбережение[2].

Таким образом, рассмотрев и изучив различные точки зрения на проблему ресурсосбережения, а также развития отрасли сельского хозяйства, целесообразно сделать вывод о том, что ресурсосберегающие технологии на данном этапе развития страны являются неотъемлемым и ключевым элементом создания и развития конкурентоспособного агропромышленного комплекса, который будет обеспечивать продовольственную безопасность страны, занимать одно из первых мест в процессе выведения страны на новый, экономически стабильный уровень, а также решать проблемы экологии.

#### **Список литературы:**

1. Пыжикова, Н.И., Эффективность использования ресурсосберегающих технологий в аграрно-промышленном комплексе Красноярского края/ Н.И. Пыжикова, [Текст] Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета имени академика М.Ф. Решетнева № 1-2 / 2009, 171-174 с
2. Ревякин, Е.Л. Ресурсосберегающие технологии: состояние, перспективы, эффективность/ Е.Л. Ревякин, А.Т. Табашников, Е.М. Самойленко, В.И. Драгайцев [Текст] /: науч. изд. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2011. – 156 с
3. Федоренко, В.Ф. , Современная техника и ресурсосберегающие технологии в повышении производительности труда и конкурентоспособности продукции сельского хозяйства В.Ф. Федоренко, В.И. Черноиванов, А.А. Ежевский [Текст] / науч. анализ. обзор. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2015. – 276 с
4. Цвиркун, Е.С., Повышение эффективности функционирования сельскохозяйственных организаций на основе ресурсосберегающих технологий, Е.С. Цвиркун [Текст] / диссертация, Саранск, 2014. – 148 с.
5. Щеглова, С.Ю. Энерго- и ресурсосбережение в сельском хозяйстве. Обзор технологий / С.Ю. Щеглова, [Текст] / IV Международная студенческая электронная научная конференция, 2012

#### **Секция 8.2. Психологические , педагогические и экологические проблемы профессионального обучения**

#### ***ОРГАНИЗАЦИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В АГРАРНОМ ВУЗЕ: ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ***

***Ахмедзянова Е.В.***

*Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент, Миронов А.Г.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Современная роль образования, приоритетом которого является воспитание, зафиксирована в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации». В Законе образование определяется как «единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов». Воспитание представлено как органичный ценностно-целевой блок и приоритет модернизируемого образования. Приоритет воспитания в системе

образования, представленный в Законе, обоснован с современных гуманистических теоретико-методологических позиций и обеспечен соответствующим государственным нормативно-правовым регулированием [1].

Требования работодателей и федеральных государственных образовательных стандартов к обучающимся вузов аграрного профиля в современных социально-экономических условиях деятельности выпускника по реализации одного из приоритетных направлений развития российской экономики (обеспечение продовольственной безопасности и инновационное развитие АПК) обуславливают актуальность настоящего исследования. Современный выпускник должен обладать не только высоким уровнем сформированности профессиональных компетенций, но и высоким уровнем общекультурного развития, умением быстро адаптироваться в изменяющихся условиях и способностью позиционировать результаты собственной профессиональной и научной деятельности. Таким образом, перед воспитательной системой аграрных вузов встает задача по формированию принципов, обеспечивающих эффективное функционирование учебно-воспитательного процесса.

Особенностью воспитательной деятельности большинства вузов Российской Федерации в современных условиях является ориентир на развитие человеческого капитала, вызов времени о снижении численности молодежи на 10 млн. чел. к 2025 году [15] и продолжающийся переход на Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования, где формулируются, в том числе, и цели основной образовательной программы в области формирования социально-личностных качеств студентов: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникативности, толерантности и повышение их общей культуры. В научной литературе подчеркивается ведущая роль воспитательной работы и молодежной политики вуза в мотивации учения студентов [7, 12, 13], студенческом самоуправлении на уровне региона [19], участии в общественных молодежных организациях [11, 21] и разработки форм поддержки их профессионального самоопределения [3, 5]. Теоретико-методологическое обоснование разработанной В.А. Шабуниной трехуровневой иерархической модели воспитательной системы сельскохозяйственного вуза, которая является наиболее эффективной для формирования гуманистической направленности специалиста АПК, нашло свое подтверждение в опытно-экспериментальной проверке в педагогическом процессе аграрного вуза [20].

Актуальная на сегодняшний день проблема повышения качества и эффективности образования, тесно связана с вопросами воспитания, как составной части целостного образовательного процесса [17]. В связи с вышесказанным, воспитательную систему вуза следует рассматривать как ресурс для формирования общекультурных компетенций студентов при реализации основных образовательных программ.

Вопросам разработки концепций и основополагающих принципов воспитательной работы в научной литературе посвящено немало работ. В научных исследованиях Г.С. Перевозчиковой [16] раскрывается содержание идеи развития личности в культурно-исторической теории Л.С. Выготского и реализации данного гуманистического принципа в воспитательных социокультурных практиках студентов в вузе. В основе данного принципа развития личности обучающегося лежит тезис: «воспитание должно быть организовано так, чтобы не ученика воспитывали, а ученик воспитывался сам». Таким образом, в воспитании главное – приобретение воспитанниками личного жизненного опыта. В работах В.В. Попова и В.В. Жабчик обосновывается принцип комплексности в организации воспитательной работы. Идея комплексности состоит, во-первых, в исследовании каждого из направлений воспитательного воздействия в отдельности, в их взаимодействии, во-вторых, в изучении проявлений сознания, реального поведения и факторов, формирующих это поведение, в-третьих, в использовании данных и возможностей различных наук для совершенствования воспитательного процесса [6, 18]. Блок исследований добровольности, добровольного выбора как отражения личной позиции – одного из основополагающих принципов добровольчества в воспитательном процессе вуза отражен в трудах О.Р. Даниловой, С.С. Юферева, А.Г. Миронова. Известно, что человек может максимально реализовать себя в каком-либо виде деятельности, если он работает без принуждения, добровольно. Кроме того, волонтер – это, прежде всего человек, участвующий в решении социально значимых проблем. Волонтерство – это и возможность сохранить личность молодого человека во время изменения приоритетов в межличностных взаимоотношениях, и стартовая площадка для профессиональной самореализации молодых людей [4]. Более того, научное волонтерство представляется действенным средством самоопределения студента в научной деятельности [14]. В.А. Шабунина и Т.Р. Шарафуллина выделяют необходимое условие успешного решения задач поликультурного образования – педагогическую поддержку становления личности обучающегося в образовательном пространстве

вуза [20]. Д.Б. Бабаев и З.С. Божонов, выделяя в основе воспитательного процесса роль кураторства, обозначают такие принципы, как соответствие воспитания потребностям личности, общества и государства; приоритетность общечеловеческих духовных ценностей в формировании будущего специалиста; целостность в формировании его личности как достойного гражданина; фундаментальность профессиональной подготовки; гуманистическая направленность; демократизм; инновационность; открытость достижениям науки, культуры и образовательной практики [2]. М.И. Лесовская доказывает, что принципы ремесла и ремесленного творчества являются действенной формой патриотического воспитания молодёжи, социально-психологического оздоровления общества, особенно в кризисные периоды [9].

Основываясь на богатом накопленном опыте и теоретико-методологических основах организации воспитательной работе в вузе, анализе практической реализации воспитательной работы в Институте международного менеджмента и образования Красноярского государственного аграрного университета нами были сформулированы основные принципы организации воспитательной работы в аграрном вузе:

- Принцип целостности и системности;
- Принцип добровольности;
- Принцип личностного подхода и гуманистической направленности;
- Принцип ориентации на профессиональную деятельность;
- Принцип содействия и сотрудничества в системе жизнедеятельности студента;
- Принцип самоуправления и соуправления;
- Принцип дополнительности (комплементарности);
- Принцип социального партнерства в формировании всесторонне развитой личности;
- Принцип поликультурности;
- Принцип комплексности.

Анализ эффективности реализации представленных принципов организации воспитательной работы в 2014-2017 гг. показал, что помимо высоких показателей трудоустройства выпускников (98,5%) [8], значительно возросла роль студенчества в организации собственной профессиональной и научной деятельности (мобильность, участие в профессиональных конкурсах и грантах, самоуправление и контроль качества образовательных услуг, активное участие в социокультурных проектах города, края и страны, увеличение числа социальных партнеров университета в образовании обучающихся).

Таким образом, воспитательная система аграрного вуза должна базироваться на принципах и подходах к организации воспитательной работы, которые позволяют осуществлять подготовку выпускников, адекватных вызовам времени.

#### **Список литературы:**

1. Алиева Л.В. Закон «Об образовании в Российской Федерации» о приоритете воспитания в модернизируемой системе образования // Отечественная и зарубежная педагогика, 2014. - № 5 (20). – С. 19-25.
2. Бабаев Д.Б., Божонов З.С. Основные принципы и цели воспитательной работы студентов в вузе // Известия Кыргызской академии образования. – 2014. № 1 (29). – С. 78-81.
3. Бекузарова Н. В., Миронов А. Г. Особенности педагогической поддержки профессионального самоопределения старшеклассников в новой парадигме образования // Инновации в непрерывном образовании, 2013. – Том 6–7. – С. 88–94.
4. Данилова О.Р. Принципы волонтерской деятельности в социально-воспитательной работе учебного заведения // Амурский научный вестник. – 2014. – № 3. – С. 12-18.
5. Дроздова М. Ю., Миронов А. Г. Мотивы выбора старшеклассниками профессиональной и образовательной траекторий // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам научно-практической конференции / под общей ред. Смоляниновой О. Г., член-корр. РАО, д.п.н., проф. – Красноярск, 2013. – С. 48–53.
6. Жабчик В.В. Принцип комплексного подхода к воспитательной работе студенческой молодежи как основной аспект процесса политической социализации. – В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса. – отв. за вып. А. Г. Коцаев. – 2016. – С. 672-673.
7. Закиева Е. С., Смирнова И. В. Внеучебная воспитательная работа в техническом вузе как фактор повышения мотивации к изучению иностранного языка // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции, Красноярск, 2015. – С. 96–99

8. Институт международного менеджмента и образования. Красноярский государственный аграрный университет. – URL: <http://kgau.ru/new/institut/immo/> (дата обращения: 12.02.2017 г.)
9. Лесовская М.И., Миронов А.Г. Ремесло в контексте профессионального обучения // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2016. – № 5 (61). – С. 23-34.
10. Миронов А.Г. Направления воспитательной деятельности вуза в современных условиях // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. – № 12. – С. 13-14.
11. Миронов А.Г. Общественные молодежные организации в профессиональном самоопределении молодежи. – В сборнике: Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы сборник статей по материалам всероссийской научно-практической конференции. – 2016. – С. 218-221.
12. Миронов А.Г., Зыкова Е.М. Разработка комплексной программы внеаудиторной деятельности студентов аграрного университета // Вестник АПК Ставрополя. – 2016. – № 2 (22). – С. 169-173.
13. Миронов А.Г., Поленок Е.А. Практика организации вторичной занятости студентов экономических и управленческих направлений подготовки // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. – № 36. – С. 54-56.
14. Миронов А.Г., Юферев С.С. Научное волонтерство аграрного вуза в популяризации науки. – В сборнике: Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития мат-лы XIV междунар. науч.-практ. конф.. Ответственные за выпуск: В.Б. Новикова, А.А. Кондрашев. – 2016. – С. 146-148.
15. Молодежь России 2000–2025 годы: развитие человеческого капитала. – Доклад РАНХиГС, Москва, 2013. URL: <http://www.fadm.gov.ru>
16. Перевощикова Г.С. Реализация гуманистического принципа развития Личности в воспитательной работе со студентами вуза // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 3. – С. 36–40. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/65258.htm>. (дата обращения: 12.02.2017 г.)
17. План воспитательной работы ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на 2016–2017 учебный год. URL: <http://kgau.ru>. (дата обращения: 12.02.2017 г.)
18. Попов В.В. Проблемы комплексного подхода к политической социализации студенческой молодежи // Кубанские исторические чтения: мат. VI Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2015. – С. 132–138.
19. Хадисов М-Р. Б. Практические проблемы студенческого самоуправления в системе молодежной политики Чеченской Республики // Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции. – Красноярск, 2015. – С. 197–200.
20. Шабунина В.А., Шарафуллина Т.Р. Поликультурное воспитание и культурное самоопределение студентов. – В сборнике: Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы сборник статей по материалам всероссийской научно-практической конференции. – 2016. – С. 385-388.
21. Шадрин Н.В., Миронов А.Г. Условия эффективной деятельности регионального отделения общероссийской молодежной общественной организации «Российский союз сельской молодежи». – В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. Ответственный за выпуск: А.Г. Кощаев. – 2016. – С. 1176-1177.

## **ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНОГО ПОСОБИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН**

*Ашакай А.У.*

*Научный руководитель: к.и.н., доцент Бурмакина Г.А.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В настоящее время активно разрабатываются компьютерные инструментальные средства для ведения учебных курсов. Практически по всем направлениям учебных дисциплин создаются электронные учебники и самоучители. Компьютерные программы дают возможность каждому студенту независимо от уровня подготовки активно участвовать в процессе образования,

индивидуализировать свой процесс обучения, осуществлять самоконтроль. С помощью таких программ можно быть не пассивным наблюдателем, а активным участником [1].

Электронное учебное пособие может быть предназначено для самостоятельного изучения учебного материала по определенной дисциплине или для поддержки лекционного курса с целью его углубленного изучения.

К главным его особенностям можно причислить:

- возможность построения простого и удобного механизма навигации в пределах электронного учебника;
- развитый поисковый механизм в пределах электронного учебника, в частности, при использовании гипертекстового формата издания;
- возможность встроенного автоматизированного контроля уровня знаний студента;
- возможность адаптации и оптимизации пользовательского интерфейса под индивидуальные запросы обучаемого.
- включение в состав пособия интерактивных фрагментов для обеспечения оперативного диалога с обучающимся;

Внедрение в структуру электронного пособия элементов мультимедиа позволяет осуществить одновременную передачу различных видов информации. Обычно это означает сочетание текста, звука, графики, анимации и видео. Средства наглядной демонстрации позволяют улучшить восприятие нового материала, включить в процесс запоминания не только слуховые, но и зрительные центры [2].

Таким образом, электронные пособия имеют большую практическую ценность. С их помощью можно не только сообщать фактическую информацию, снабженную иллюстративным материалом, но и наглядно демонстрировать те или иные процессы, которые невозможно показать при использовании стандартных методов обучения [3].

Электронное пособие для достижения максимального эффекта должно быть составлено несколько иначе по сравнению с традиционным печатным пособием:

- главы должны быть более короткими, что соответствует меньшему размеру компьютерных экранных страниц по сравнению с книжными;
- каждый раздел, соответствующий рубрикам нижнего уровня, должен быть разбит на дискретные фрагменты, каждый из которых содержит необходимый и достаточный материал по конкретному узкому вопросу. Как правило, такой фрагмент должен содержать один-три текстовых абзаца (абзацы также должны быть короче книжных) или рисунок и подпись к нему, включающую краткое пояснение смысла рисунка.

Таким образом, студент просматривает не непрерывно излагаемый материал, а отдельные экранные фрагменты, дискретно следующие друг за другом. Дискретная последовательность экранов находится внутри (и в пределах) наименьшей структурной единицы, позволяющей прямую адресацию, т. е. внутри параграфа или подпараграфа (того, что характеризуется заголовком третьего уровня) содержится один или несколько фрагментов, последовательно связанных друг с другом гипертекстовыми связями [4].

На основе таких фрагментов проектируется слоистая структура учебного материала, которая содержит: слой, обязательный для изучения; слой для более подготовленных пользователей; слой для более глубокого изучения определенных разделов и другие слои.

Такая организация учебного материала обеспечивает дифференцированный подход к обучаемым в зависимости от уровня их подготовленности, результатом чего является более высокий уровень мотивации обучения, что приводит к лучшему и ускоренному усвоению материала.

В связи с существенно различной природой печатного материала и электронного издания (в электронном издании не засунешь палец между страницами и пр.) в последнем возникают две новые и существенные проблемы:

1. проблема размещения и оформления текстового и графического материала на рабочей поверхности экрана, а также размер этой поверхности, использование признака цветности и субъективная реакция пользователей на наличие этих элементов;
2. проблема ориентации и перемещения пользователя внутри электронного издания: между разделами, графикой и рисунками, страницами, включая овладение различными уровнями материала и перемещение между ними, фиксация своих шагов в процессе изучения для обеспечения возможности контроля и статистических исследований [5].

При работе с электронными материалами следует учитывать несколько моментов: гарнитура, кегль и начертание отдельных символов; читаемость, логическая структура и другие языковые качества электронного текста; особенности реакции пользователя на электронный материал [6].

Исключительно негативную роль, как с точки зрения производительности, так и осознания и запоминания информации играет мигание и дрожание строк текста.

Важнейшим положительным фактором является использование при отображении признака цветности. При работе с электронным материалом ничто не препятствует широкому использованию признака цветности, так как в компьютере, в большинстве случаев, используется цветной монитор. Цветом могут выделяться следующие фрагменты: текстовые заголовки; блоки определенного текста; графика и иллюстрации; цветом же рекомендуется выделять все гипертекстовые ссылки.

Языковые качества электронного текста также значительно отличаются от соответствующих характеристик печатного текста. В электронных изданиях следует использовать преимущественно короткие четкие предложения и сжатые параграфы, позволяя пользователю предельно быстро просмотреть экран, отыскивая нужную информацию. Множество исследователей интересовалось реакцией пользователя на использование аббревиатур и сокращений с тем, чтобы лучше использовать ограниченную поверхность экрана, но пока рекомендуется ограничиваться только общепотребительными элементами этого типа[7].

Последний фактор состоит в субъективной реакции пользователя на оформление текста. Если пользователю неприятен стиль оформления текста, то его производительность при работе с ним конечно снизится. Большинство специалистов считают, что познавательная ценность электронного текста измеряется тремя характеристиками: первоначальная реакция пользователя на текст; привлекательность текста; его ясность.

Из этих характеристик привлекательность наиболее субъективна, поэтому привлекательность текста для пользователя может быть достигнута предоставлением ему возможности (в определенных пределах) самостоятельно установить формат представления материала на экране, а может быть, даже управлять системой в целом, включая расположения фрагментов текста, иллюстраций и осветленного пространства, т. е. полностью конфигурировать экранный интерфейс[6].

Проблема ориентации и перемещения пользователя внутри электронного издания. Ориентация учащегося в учебнике достигается несколькими путями. Прежде всего, как и в печатном изданиях, с помощью заголовков. Рубрикация электронного учебника должна характеризоваться большей глубиной (большим числом уровней), чем у печатного. Разделы электронного учебника должны быть достаточно короткими, каждый раздел должен содержать исчерпывающую информацию по одному конкретному вопросу.

Используя все вышеприведенные рекомендации нами было создано электронное пособие, предназначенное для самостоятельной работы студентов по изучению дисциплины "Экономика организации".

Учебное пособие содержит учебно-методические и практические материалы по 3 темам. Студенты могут самостоятельно заниматься изучением дисциплины при очной, заочной форме обучения, а также при дистанционном обучении.

Разработка электронного учебного пособия по дисциплине «Экономика организации» осуществлялась на платформе программы TurboSite, т. к. программа по сравнению с программой MicrosoftPowerPoint 2010, отличается простотой и удобством работы.

Электронное учебное пособие включает в себя следующие 5 этапов: «Общие сведения»; «Теоретическая часть»; «Тема 1. Основные фонды, их определение. Эффективность использования основных фондов»; «Тема 2. Оборотные средства, их состав, структура, классификация и оборачиваемость»; «Тема 3. Трудовые ресурсы, состав персонала предприятия»; «Практическая часть»; «Литература»; «Подготовка к зачету». Содержание электронного пособия представлено на рисунке 1.

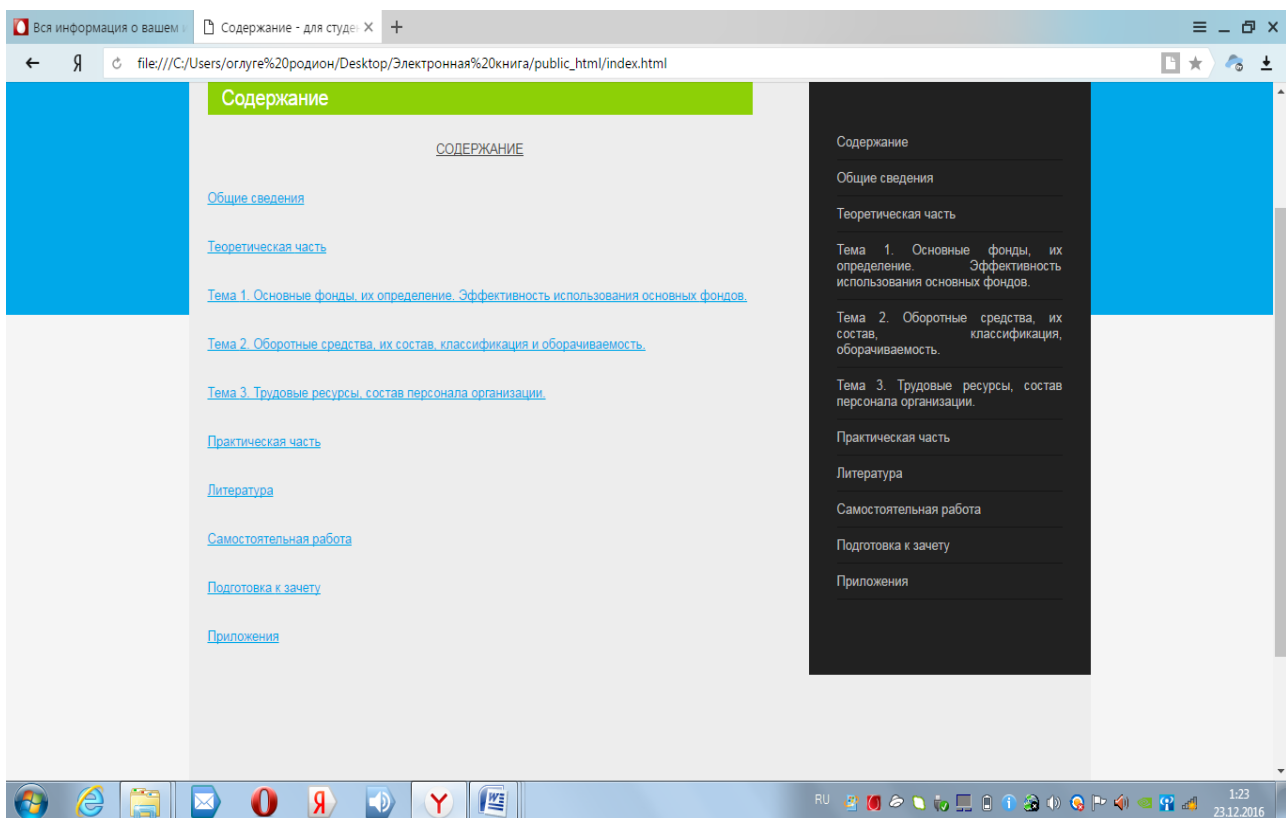


Рисунок 1. – Содержание электронного учебного пособия

Каждый из этапов связан гиперссылками с содержанием и друг с другом, что с одной стороны оптимизирует работу с пособием и делает его интерактивным.

#### Список литературы:

1. Машбиц Е.И. Психолого-педагогические проблемы компьютеризации обучения. – М.: Педагогика, 1988.
2. Берденникова, Н.Г. Организационное и методическое обеспечение учебного процесса в вузе [Текст]: учебно-методическое пособие / Берденникова Н.Г., Меденцев В.И., Панов Н.И. – СПб.: Д.А.Р.К., 2006.
3. Вуль, В. Электронные издания [Текст]: учебник / В.А. Вуль. – М.: СПб.: Петербургский институт печати, 2001. – 308 с.
4. Гордукалова, Г.Ф. О методах и процедурах информационной диагностики объекта [Текст] / Г.Ф. Гордукалова // Методология НИР. – 2008. – №1. –С.29-32.
5. Эпштейн, В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы [Электронный ресурс] / В.Л. Эпштейн. – Режим доступа: <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.htm>.
6. Программа для создания электронных учебников [Электронный ресурс] / <http://brullworfel.ru/turbosite>.
7. Коноплитский В., Филина А. Толковый словарь экономических терминов /[Электронный ресурс]/<http://www.bibliotekar.ru/biznes-15>.

### **КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ УЧАЩИХСЯ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ**

*Дёмина Д.А.*

*Научный руководитель: Бурмакина Г.А.- к.и.н., доцент*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Контроль знаний обучающихся является одним из основных элементов оценки качества образования. Преподаватели ежедневно контролируют учебную деятельность обучающихся путем устных опросов в классе и путем оценки. Современный подход к оценке результатов в общем образовании является более критичным. Действительно, сами подходы и выбор критериев оценки



стали значительно более тщательными. В то же время более осторожно начали подходить к возможности использования результатов оценки в целях педагогической или селективной диагностики. В большинстве стран переход из одного класса в другой сегодня основывается на системе постоянного контроля, осуществляемого классными руководителями или преподавателями той или иной дисциплины [2]. Классических экзаменов по окончании учебного года практически больше не существует, они рассматриваются как определенные дополнения к постоянному контролю за деятельностью учащихся. Во многих случаях постоянный контроль также дополняется такими формами, как тесты, зачеты, организуемые вне учебного заведения регулярно и в течение всего учебного года. Закон Российской Федерации "Об образовании" провозглашает в качестве одного из основных принципов государственной политики адаптивность системы образования к уровням и особенностям развития учащихся. Педагогический контроль является важнейшим компонентом педагогической системы и частью учебного процесса. До сих пор результатом безоговорочно считается оценка успеваемости учащихся. Оценка определяет соответствие деятельности учащихся требованиям конкретной педагогической системы и всей системы образования [3].

Анализируя особенности состояния проблемы проверки и оценки знаний, следует отметить, что эта проблема многогранна и рассматривалась исследователями в самых различных аспектах. В нашей стране опубликовано большое количество работ, касающихся функций, методов, принципов проверки и оценки знаний, общих и частных вопросов оценки. Можно выделить несколько основных направлений в изучении этой проблемы [4].



Рисунок 1.

Постепенно формируется убеждение, что образовательная система должна корректно поставить дидактическую задачу и с помощью педагогических технологий быть способной решить ее. При этом интерпретации должны подвергаться не единичные оценки и тем более не средний балл учащегося, а величины, отражающие динамику изменения некоторого измеряемого качества, например, овладение учащимися учебным материалом. В практике традиционного обучения обнаруживаются существенные отрицательные стороны системы оценок. Анализ традиционных методов проверки показал, что система оценки качества образования не опирается на объективные методы педагогических измерений, поэтому "качество" трактуется сегодня достаточно произвольно, каждым педагогом разрабатывается своя система проверочных заданий [4].

Цель измерения в педагогике - это получение численных эквивалентов уровней знаний. Измерителями являются средства и способы выявления по заранее заданным параметрам качественных и количественных характеристик достижения учащимися уровня учебной подготовки. Рассмотрим группу исследований по вопросам количественного исследования обучения и его эффективности. К обучению в этих работах подходят с различных точек зрения, как к информационному процессу, выясняется возможность математической оценки получаемых результатов, обсуждается применение количественных критериев определения его эффективности [8]. Субъективность оценки знаний связана в определенной мере с недостаточной разработкой методов контроля системы знаний. Нередко оценка темы, курса или его частей происходит путем проверки

отдельных, часто второстепенных элементов, усвоение которых может не отражать овладение всей системой формируемых знаний, умений, навыков. Качество и последовательность вопросов определяются каждым учителем интуитивно, и часто не лучшим образом. Неясно, сколько нужно задать вопросов для проверки всей темы, как сравнить задания по их диагностической ценности. В 60-70-е гг. в связи с развитием программированного обучения и широким внедрением в учебный процесс технических средств обучения появились новые аспекты в изучении проблемы. В программированном обучении оценка выступает необходимым компонентом управления и несет информацию для коррекции учебного процесса. Это повышает требования к точности и надежности контроля, обоснованности его критериев. В связи с этим рассматриваются качественные и количественные аспекты оценки, информационно-статистические методы измерения, надежность и эффективность различных видов проверочных заданий, способы проверки с помощью технических средств и ЭВМ [6].

Таким образом, проверка и оценка знаний школьников как форма педагогического контроля усвоения содержания образования зависит от многих объективных и субъективных факторов [5].

#### **Список литературы:**

1. Клепец, Г.В. Как подготовить каждого ученика к итоговому контролю
2. / Г.В. Клепец // Народное образование.- 2010.-№9.-С.201-205
3. Леженина, Г.В. Контроль знаний в классах технологического профиля обучения / Г.В. Леженина // Профильная школа.- 2010.-№3.-С.21-24
4. Марков, Н.С. Тематический контроль: система оценки качества знаний учащихся / Н.С. Марков // Завуч для администрации школ.- 2009.-№7.-С.40-52
5. Маршанова, Г.А. Формы и приемы текущего контроля знаний / Г.А. Маршанова // Химия в школе.- 2008.-№7.-С.8-14
6. Красновский, Э.А. О единой системе контроля учебной подготовки школьников / Э.А. Красновский // Оценка качества образования.- 2008.-№4.-С.47-51
7. Контроль качества знаний, умений и навыков учащихся // Завуч для администрации школ.- 2007.-№8.-С.27
8. Система дифференцированного контроля и оценки ЗУН учащихся // Завуч для администрации школ.- 2006.-№4.-С.31-35
9. Лобашев, В.Д. Социально- психологические аспекты контроля знаний / В.Д. Лобашев // Образование в современной школе.- 2006.-№3.-С.30-39
10. Воробьева, Т. Функции, цели и задачи контрольных процедур в учебном процессе / Т. Воробьева // Учитель.- 2006.-№2.-С.85-88
11. Беспалько, В.П. Инструменты диагностики качества знаний учащихся / В.П. Беспалько // Школьные технологии.- 2006.-№2.-С.138-150

### **ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИАГНОСТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ГОТОВНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ И НАПРАВЛЕНИЙ**

**Клевакина Ю.А.**

*Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент, Миронов А.Г.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В последние годы проводятся исследования, которые рассматривают проблемы соответствия уровня подготовки экономистов-менеджеров потребностям организаций и отраслей. «Сегодня подготовка управленческих кадров высшей квалификации для отраслей народного хозяйства – одна из приоритетных задач системы образования, одно из ключевых условий успеха проводимых в России реформ. Не случайно образование в области управления стало наиболее популярным в нашей стране. Многие учебные заведения как экономического, так и инженерного профиля ведут подготовку по этой специальности» [12].

Явление профессиональной готовности составляет предмет изучения, как педагогов, так и психологов. В нашем исследовании мы рассмотрим профессиональную готовность с педагогической точки зрения. Педагоги акцентируют внимание на выявлении факторов и условий, дидактических и воспитательных средств, позволяющих управлять становлением и развитием готовности.

Готовность – это целостное интегрированное качество личности, характеризующее ее эмоционально-когнитивную и волевую выборочную прогнозирующую мобилизационность в момент включения в деятельность определенной направленности. Готовность возникает вследствие опыта человека, основанном на формировании положительного отношения к деятельности, осознании мотивов и потребностей в ней, объективации ее предмета и способов взаимодействия с ним.

"Образовательные программы направлены на стимулирование личностного роста будущего компетентного специалиста, характеризующегося самостоятельностью, ответственностью за принимаемые решения, достаточно высоким уровнем социализированности и коммуникабельности"[5].

При характеристике категории готовности отечественные исследователи делают акцент на разных ее аспектах и выделяют: психологическую и практическую готовность (Ю.К. Васильев, Ф.Н. Гоноволин, Ю.К. Некрасов, А.И. Щербаков); функциональную и личностную (Ф. Генов, Ф.Т. Гецов, Б.Ф. Пуни, В.А. Слостенин); общую и специальную (Б.Г. Ананьев); моральную и профессиональную (Р.А. Низманов); временную (ситуативную) и долговременную (устойчивую) готовность (Л.С. Нерсеян, В.Н. Пушкин).

Анализ проблемы нашего исследования требует рассмотрения понятия «готовность к профессиональной педагогической деятельности». В частности, В.А. Слостенин и Л.С. Подымова обозначают данную готовность в качестве единой системы свойств личности педагога, характеризующейся устойчивостью и длительностью во времени.

Определение понятия «профессиональная готовность педагога» требует четкого классифицирования ее структурных компонентов.

Анализ исследований позволяет актуализировать в структуре обозначенной готовности ценностно-ориентационный, эмоционально-волевой, когнитивный; действенно-практический компоненты. Таким образом, можно сделать вывод о том, что профессиональная готовность – это уровень умений и навыков. В ее составе правомерно выделить, с одной стороны, психологическую, психофизиологическую и физическую готовность (т.е. профпригодность), а с другой – научно-теоретическую и практическую подготовку педагога. Так, обучающийся по своим психофизиологическим качествам может быть пригоден к работе в качестве педагога, но в силу недостаточной теоретической или практической подготовки еще не готов к ней.

На сегодняшний день вопрос о диагностике профессиональной готовности обучающихся экономических направлений и специальностей весьма актуален, поскольку, по имеющимся данным трудоустройство обучающихся имеет достаточно широкий диапазон [6, 7, 10]. С одной стороны это связано с особенностями содержания образовательной программы, с другой – уровнем профессиональной готовности.

Целью настоящей работы стало разработка методического обеспечения педагогической диагностики профессиональной готовности обучающихся экономических направлений и специальностей. Для разработки диагностической методики была выработана схема, которая отражает основные аспекты диагностики: когнитивный уровень, деятельностный уровень и психологический уровень.

Каждый из уровней в методической разработке заключается в тестировании, при прохождении которого специалист или эксперт сможет в полной мере оценить знания, умения и навыки, или же, напротив, отметить недостаточное изучение какого-либо из уровней. Для решения данной проблемы в методическом обеспечении представлены альтернативные варианты диагностики.

Кроме того, к каждому из уровней разработана система критериев, которые позволяют, в общем, определить профессиональную готовность специалиста.

Каждому из уровней присвоен весовой коэффициент, который позволяет определить степень готовности специалиста к профессиональной деятельности. Все три весовых коэффициента впоследствии складываются, и образуют упорядоченную систему диагностической оценки специалиста.

Общепринятым подходом принято считать диагностику Л.Н. Кабардовой [4], которая выделяет уровни:

Высокий: 70-100% – специалист в полной мере сформирован психологически, ответственен за свою деятельность, отвечает всем признакам квалифицированного работника.

Средний: 50-80% – специалист имеет представление о своей профессиональной компетенции, готовности и мотивации, но, необходимо развитие профессионального потенциала.

Низкий: 20-50% – очень слабое владение специалистом теории и практики, необходимо повторное обучение.

Разработанная методика является инструментарием для определения готовности выпускников в системе профессионального образования.

На основе представленного методического обеспечения, критериев и показателей были определены уровни готовности обучающихся экономических направлений и специальностей. Кроме того, была разработана система весовых коэффициентов, которые присваиваются каждому из уровней, что, в свою очередь, позволяет определить, насколько высока профессиональная готовность будущих специалистов. Кроме этого, представлены мероприятия по повышению профессиональной готовности, которые способствуют повышению результатов диагностики и профессиональной компетенции специалиста.

#### Список литературы:

1. Бекузарова Н. В., Миронов А. Г. Особенности педагогической поддержки профессионального самоопределения старшекласников в новой парадигме образования // Инновации в непрерывном образовании, 2013. – Том 6–7. – С. 88–94.
2. Зеер, Э.Ф., Павлова, А.М., Садовникова, И.О. Профориентология: / Э.Ф. Зеер, А.М. Павлова, И.О. Садовникова. Теория и практика: Учеб. пособие для высшей школы. —М.: Академический Проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2004. — 192 с. — ISBN 5-8291 -0309-5 (Академический Проект), ISBN 5-88687-161-6 (Деловая книга).
3. Зеер Э.Ф. Психология профессий: Учебное пособие для студентов вузов.– 2-изд., перераб., доп.– М.:Академический Проект;Екатеринбург:Деловая книга, 2003. – 336 с. – («Gaudeamus»)
4. Кабардова Л.Н. Опросник для определения профессиональной готовности. URL: <http://edu.vspu.ru>
5. Козулина Н.С., Кулешова Ю.В., Ахмедзянова Е.В. Аддиктивное поведение как отрицательный фактор в профессиональном самоопределении обучающихся / Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы // Сборник статей по материалам всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Красноярск, 2017. С. 89 - 92.
6. Лесовская М.И., Миронов А.Г. Ремесло в контексте профессионального обучения // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2016. – № 5 (61). – С. 23-34.
7. Миронов А.Г. Направления воспитательной деятельности вуза в современных условиях // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. –№ 12. – С. 13-14.
8. Миронов А.Г. Общественные молодежные организации в профессиональном самоопределении молодежи. – В сборнике: Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы сборник статей по материалам всероссийской научно-практической конференции. – 2016. – С. 218-221.
9. Миронов А.Г., Зыкова Е.М. Разработка комплексной программы внеаудиторной деятельности студентов аграрного университета // Вестник АПК Ставрополя. – 2016. – № 2 (22). – С. 169-173.
- 10.Миронов А.Г., Поленок Е.А. Практика организации вторичной занятости студентов экономических и управленческих направлений подготовки // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. – № 36. – С. 54-56.
- 11.Пуликов А.С., Москаленко О.Л. Состояние психоэмоциональной сферы у юношей в условиях антропогенного загрязнения // В мире научных открытий. – 2015. – № 7 (67). – С. 147-162.
- 12.Фирсова Е.Ю. Формирование готовности экономистов-менеджеров к профессиональной деятельности // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2012. – № 1. – С. 202-207.
- 13.Шадрина Н.В., Миронов А.Г. Условия эффективной деятельности регионального отделения общероссийской молодежной общественной организации «Российский союз сельской молодежи». – В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. Ответственный за выпуск: А.Г. Кошачев. – 2016. – С. 1176-1177.

## **ПРОБЛЕМА РОСТА НАРКОЗАВИСИМОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**Кукушкина О. А.**

*Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Козулина Н. С.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

История употребления наркотических препаратов насчитывает 7000 лет. Письменные свидетельства об употреблении опиума мы находим у древних Шумеров, в древнем Китае, Америке, Риме

Широкое распространение в Европе началось в 19 веке, этому способствовали два открытия. В 1803 году из опия научились получать морфий, он обладал более сильным действием и использовался как обезболивающее. В 1853 году французский врач Шарль Праваз и доктор Александр Вуд придумали шприц, с помощью которого морфий стали вводить внутривенно. Долгое время считалось, что морфий не вызывает зависимости, в результате из лазаретов Крымской войны многие солдаты возвращались наркоманами.

В 1878 году английский химик Александр Райт получил диацетилморфин. С 1898 года немецкая фирма «Байер» стала продавать диацетилморфин как средство от кашля под названием героин. Только в начале 20 века врачи заметили, что пациенты злоупотребляют этим препаратом.

Что же касается России, то наркотики были известны на Руси еще с дохристианских времен. Они изготавливались из различных трав, мхов, ягод, грибов и использовались исключительно в лечебных целях. С введением христианства, надзор за использованием наркотических средств взяла на себя церковь, вплоть до Нового времени систематическое потребление наркотиков являлось страшным грехом.

В период с 1914 по 1918 годы в России произошла первая в её истории вспышка наркомании.

Принципиально важно отметить то, что в России гораздо быстрее, чем в других странах, происходит переход от «легких» наркотиков к «тяжелым». На сегодняшний день наркотик изменился, и люди становятся просто неуправляемыми, с параноидальными наклонностями животных, для которых кроме наркотика не нужно ничего, они переступают все ценности и убеждения, накопленные за всю жизнь. Не говоря уже о молодых ребятах, которые даже не успевают их приобрести.

Особенно тревожит рост наркомании среди школьников, прежде всего в крупных городах, а также в студенческой среде. Многие ученые Зингерман И., Личко А., Карельский Г. и др. отмечают о необходимости профилактики зависимого поведения среди молодежи, о значимости формирования уверенной жизненной позиции, понимания принципов здорового образа жизни современного человека говорится в работах Белых И., Карачева А., Козулиной Н., Кулешовой Ю. и др.

Начинается процесс деградации значительной части тех, кто мог бы составить новую образованную и квалифицированную элиту государства.

Проблема наркомании — проблема все большего числа государств. На пути борьбы с наркотиками наибольшего успеха добились США — за последнее десятилетие количество лиц, употребляющих наркотики, сократилось вдвое.

В США борьба с наркотиками в сфере закона сочетается с мощнейшей информационно-пропагандистской кампанией, направленной, прежде всего на наиболее уязвимые категории населения-безработных, учащихся школ и студентов.

При всей актуальности проблемы борьбы с незаконным оборотом наркотических средств ее нельзя признать урегулированной в международном праве. В частности, нет единого подхода ни в отношении комплекса противоправных действий, подпадающих под понятие незаконного оборота наркотических средств, ни в отношении используемой терминологии.

Помимо проблем, связанных с внутренним оборотом наркотиков, Россия вот уже 15 лет подвергается массовому воздействию со стороны международного наркобизнеса. Небывалых масштабов достигло распространение на территории страны жестких наркотиков. В первую очередь — героина и других опиатов. Все большее распространение получают ввозимые из Латинской Америки кокаин, из европейских стран и Китая — синтетические наркотики, из Афганистана и Марокко — каннабиноиды, а также внутри страны отмечается рост наркотических средств, изготовленных из местного растительного сырья и лекарственных препаратов, находящихся в свободной продаже. Под видом «курительных смесей» распространяются новые виды психоактивных веществ, появляются технические средства моделирования сознания («бинауральные ритмы»),

способствующие формированию зависимых форм поведения. Происходит постоянный рост связанных с наркотиками преступлений. [7]

12 мая 2009 г. Президентом РФ была утверждена Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года.[6] Одним из источников угроз национальной безопасности признана деятельность транснациональных преступных группировок и организаций, связанная с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ.

Несмотря на принятие новых нормативно-правовых документов, на эффективность государственной антинаркотической политики отрицательно сказывается:

- 1) несовершенство государственной системы мониторинга развития наркоситуации.
- 2) недостаточно эффективно организована профилактическая деятельность, лечебная помощь и медико-социальная реабилитация больных наркоманией.
- 3) необходимо принятие таких мер, которые не только исключили бы распространение немедицинского потребления наркотических средств и психотропных веществ, но и способствовали разрушению их финансовых, организационных, информационных и иных наркодилерских сетей.

Генеральной целью Стратегии является существенное сокращение незаконного распространения и немедицинского употребления наркотических средств и психотропных веществ, масштабов последствий их незаконного оборота для безопасности личности, общества и государства, повышение уровня здоровья общества.

Основные стратегические задачи:

- разработка и внедрение государственной системы мониторинга и оценки состояния наркоситуации в Российской Федерации и регионах;
- создание государственной системы профилактики немедицинского потребления наркотических средств и психотропных веществ с приоритетом мероприятий первичной профилактики;
- совершенствование системы лечения и реабилитации больных наркоманией;
- создание и реализация общегосударственного комплекса мер по пресечению незаконного распространения наркотических средств, психотропных веществ на территории Российской Федерации;
- обеспечение надежного государственного контроля за легальным оборотом наркотических средств, психотропных веществ
- совершенствование организационного и нормативно-правового обеспечения антинаркотической деятельности.

Факторами, способствовавшими устранению сдерживающих механизмов распространения наркомании, явились: отмена наказания за немедицинское потребление наркотиков; отмена института принудительного лечения (в том числе с превентивной изоляцией наркоманов в системе лечебно-трудовых профилакториев); дискуссия в средствах массовой информации о правах граждан и свободе выбора поведения, в том числе в форме легального потребления наркотиков; насаждения ложных представлений о наркотиках как средствах расслабления, удовольствия, престижа, достижения общественного и личного успеха; низкий уровень информирования граждан о деятельности правоохранительных органов в сфере противодействия незаконному обороту наркотиков.

Совершенно очевидно, что борьба с наркотиками требует активизации и развития международного сотрудничества. Речь должна идти как о совершенствовании законодательной базы такого сотрудничества (подписание двусторонних соглашений), так и о практическом сотрудничестве, в частности при проведении операций по контролю за транзитом наркотиков через территорию Российской Федерации.

Федеральное законодательство недостаточно содержит реальных преград на пути вторжения наркобизнеса в духовную жизнь российского общества. Случаи пропаганды наркотиков, в частности некоторыми «звездами» музыкального мира, а также журналистами, фиксируются все чаще.

Приходится с сожалением признать, что цели и задачи, обозначенные в Стратегии и направленные на предупреждение роста потребления и незаконного оборота наркотиков, а в более отдаленной перспективе — их снижение, — остались не только невыполненными, но более того — наркоситуация в стране ухудшается, а проблема наркотиков из собственно криминальной проблемы борьбы с общеуголовной преступностью, (одним из её видов) превратилась в социальную.[8]

Не смотря на то, что идет борьба с наркобизнесом и распространением наркотиков, фиксируется опасная тенденция: снижение возраста начала употребления наркотиков. Рост наркомании среди молодежи остается одной из самых важных проблем в России.

### Список литературы:

1. Конвенции Организации Объединенных Наций о борьбе против незаконного оборота наркотических средств и психотропных веществ (Вена, 20 декабря 1988 года) // [http://www.narkopomosch.ru/.../law/conv\\_no\\_nark/](http://www.narkopomosch.ru/.../law/conv_no_nark/)
2. Декларации о борьбе против незаконного оборота наркотиков и злоупотребления наркотическими средствами (принята Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 14 декабря 1984 г. № 39/142 ) // СПС «Гарант».
3. О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон РФ от 08.01.1998 №3-ФЗ (ред. от 25.11.2008)// СПС «Консультант- Плюс».
4. Вопросы Федеральной службы Российской Федерации по контролю за оборотом наркотиков: Указ Президента РФ от 28.07.2004 № 976 (ред. от 06.08.2009) // СПС «Консультант-Плюс».
5. Концепция государственной политики по контролю за наркотиками (утверждена Президентом Российской Федерации 22 июля 1993 года) // СПС «Гарант».
6. Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации (от 13.11.2009 г) // СПС «Гарант».
7. Движение «СМИ против наркотиков» // [http:// www.MeetNarkotikov.ru/protiv-Narkotikov.html](http://www.MeetNarkotikov.ru/protiv-Narkotikov.html)
8. Елин, Л. Война с наркоманией: пока без победителей / Л. Елин.- СПб.: НЕВА, 2007.- 134 с.
9. Калачев, Б.Ф. Развитие наркомании и незаконного оборота наркотиков в России / Б.Ф. Калачев, П.Н. Сбирунов, А.Н. Сергеев. — М.: Статут, 2008.- 342 с.
10. Козулина Н.С. Фаббинг-неблагоприятный фактор в формировании компетенций у студентов вузов / Н.С.Козулина, А.Ю. Карачев, Е.В Ахмедзянова / Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал / Научно-инновационный центр/ Красноярск / 2016.-56-65с.
11. Козулина Н.С. Аддиктивное поведение как отрицательный фактор в профессиональном самоопределении обучающихся / Ю.В. Кулешова, Е.В Ахмедзянова / Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. / Краснояр. гос. аграр. ун-т / ч.1 / Красноярск / 2017.
12. Кулешова Ю.В. Морально-этический аспект экологического образования будущих специалистов профессионального обучения / Ю.В. Кулешова, Н.С.Козулина / мат-лы междунард. науч.-практ. конф. Часть 1. Образование: опыт, проблемы, перспективы развития / Краснояр. гос. аграр. ун-т.- Красноярск, 2016.-С.60-62.

### ***РОЛЬ ТЕХНОЛОГИИ CASE-STUDY В ПРОЕКТИРОВАНИИ ЗАНЯТИЙ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ***

***Милютина Т.И.***

*Научный руководитель: к.п.н., доцент, Белых И.Н.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В современной России учебный процесс нередко по-прежнему представляет собой использование односторонней коммуникации, то есть преподаватель на основе своего опыта доносит информацию до обучающихся, которую они воспроизводят. В данном случае все ограничивается одним восприятием информации [1].

Но от специалиста в современной России требуются не только знания. Сотруднику также необходимо зачастую творчески подходить к выполнению своих должностных обязанностей, что требует совершенствования теоретических и практических навыков [2]. Профессиональная компетентность выпускника в настоящее время – важный показатель успешности образовательного учреждения.

Главным показателем компетентности является способность будущего специалиста решать задачи, исходя из профессиональной деятельности. Для более успешного формирования компетенций, а также для повышения уровня знаний студентов применяются интерактивные формы и методы.

Интерактивное обучение представляет собой совместную деятельность студентов [3].

Существуют различные интерактивные формы и методы: вопросно-ответная форма, презентации, дискуссии, «мозговой штурм», деловые игры, тренинги, кейс-метод, практические групповые и индивидуальные упражнения, моделирование конкретных ситуаций [4]. Case- study в подготовке студентов-экономистов является наиболее приемлемым и необходимым в дополнение к другим формам работы, так как является особенно продуктивным [5].

Case-study — техника обучения, использующая решение реальных ситуаций.

Проблема внедрения данного метода в современную систему образования до сих пор считается актуальной, вызванной двумя направлениями:

- способностью обрабатывать большое количество информации, а также накапливать необходимую информационную базу для дальнейшей выбранной профессии;
- умением быстрого реагирования на нестандартные ситуации в процессе работы, а также быть надежным и ручаться за совершенные действия.

Case-study отличается от других методов тем, что в нем представлены случаи, основанные на реальных событиях, а главное то, что происходит полный разбор, обсуждение, а также критика поставленной ситуации, следовательно, у обучающегося оптимизируется мыслительный процесс и он полностью погружен в него.

Преимущество данного метода заключается в том, что студент совершенствует свои знания, умения и навыки, а также то, что в нем могут принимать участие обучающийся любой возрастной категории со своими психофизиологическими особенностями.

Метод case-study развивает практические компетенции, а именно умение творчески подойти к проблеме, проанализировать и принять необходимое решение [6].

Задачи Case-study:

- накопление студентами информационной базы;
- подготовка успешных профессионалов;
- обучение умению конструктивно и критически мыслить в нестандартных ситуациях;
- формирование системы профессиональных ценностей.

Выделяют следующие типы кейсов:

- практические кейсы, в которых отражены реальные жизненные ситуации;
- обучающие кейсы, ориентированные на приобретение стандартных умений и навыков;
- научно-исследовательские кейсы, направлены на исследовательскую деятельность [7].

Технология Case-study состоит из нескольких этапов.

1.Подготовительный – преподаватель уточняет цель, а также ход занятия и преподносит определенную ситуацию, которую в дальнейшем необходимо решить.

2. Ознакомительный – преподаватель обозначает проблему и дополняет ее ситуацией из собственной жизни с целью оживления группы, а также вовлечения студентов в обсуждение сложившейся ситуации.

3. Аналитический – преподаватель наблюдает за работой в группах, а также анализирует предоставленные факты по обозначению данной проблемы.

4. Итоговый – представление полученных результатов, которые были выведены в ходе обсуждения.

В методе case-study отражается действительность. Для того чтобы данный метод реально работал, необходимо учитывать два момента: кейс и методику его использования в учебном процессе. Case – это не только реальное описание явлений, но также и информация, которая позволяет описать данное явление в действительности [8].

Стратегия поведения преподавателя при использовании данного метода. Существует несколько стратегий:

1.Преподаватель помогает студентам с помощью дополнительных вопросов в процессе решения данной проблемы.

2.Направляет на правильный путь в случае недопонимания ситуации.

3.Выступает в роли наставника.

В ходе обсуждения преподаватель высказывает собственное мнение относительно проблемы, следит за временными ограничениями. Помогает в формулировке доказательств.

Оценивание технологии case-study.

1.Объективность – создание благоприятной окружающей среды, в которой обучающиеся могут максимально получить достоверные знания и навыки, устанавливать в отношении всех одинаковые правила.

2. Обоснованность оценок – их пояснение.

3.Систематичность – развитие целеустремленности и настойчивости у студентов.

4.Энциклопедичность и приемлемость.

При оценке публичного выступления студентов необходимо обратить внимание на следующее:

1.Обозначение главных факторов, которые необходимы при обработке проблемы.



2. Умение излагать анализ ситуации.
  3. Умение правильно, логически и точно высказать собственное мнение относительно проблемы.
  4. Предоставление собственных путей решений данной проблемы.
  5. Формулирование собственного плана воплощения решений по предоставленной ситуации.
- Таким образом, использование метода case-study играет огромную роль в формировании профессиональных компетенций обучающихся, что подтверждает необходимость его активного использования в процессе подготовки будущих экономистов.

#### **Список литературы:**

1. Пугачев В.П. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом: Учебник для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 285 с. (Серия «Управление персоналом»).
2. Чем «кейс» отличается от чемоданчика [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.impression.ru/Russia/articles/Russia\\_4579.html](http://www.impression.ru/Russia/articles/Russia_4579.html)
3. Метод изучения ситуаций (case-study) в образовании: его история и применение [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.elitarium.ru>
4. Кейс-стади в образовании: Сборник материалов для создателей кейсов с электронным сопровождением / Под ред. И. Кузнецовой. – М., 2007.
5. Метод кейсов [Электронный ресурс]. – URL: [http://ru.Wikipedia.org/wiki/Ernst\\_&\\_Young](http://ru.Wikipedia.org/wiki/Ernst_&_Young)
6. Юлдашев З., Бобохужаев Ш. Инновационные методы обучения: Особенности кейс-стади метода обучения и пути его практического использования. – Ташкент: IQTISOD-MOLIYA, 2006.
7. Петренко С. Сколько времени нужно уделять разбору кейсов [Электронный ресурс]. – URL: [http://mcstudy.blogspot.com/2009/08/blog-post\\_3073.html](http://mcstudy.blogspot.com/2009/08/blog-post_3073.html)
8. Смолянинова О.Г. Дидактические возможности метода case-study в обучении студентов. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lan.krasu.ru/studies/authors/smolyaninova/case-study/articles/didactic/didactic.html>

### **АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕХНИКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ**

*Пеллинен Н.Р.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Юферев С.С.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Одним из продуктивных приемов становления гражданской позиции обучающихся является такое явление как социальное проектирование. Отличительной особенностью этого вида деятельности является ориентированность на выявление и позитивное решение социально значимых проблем. Проектная деятельность обучающихся может быть направлена на просвещение сообщества. Такой характер деятельности позволяет определить этот вид проекта как социально-педагогический. Социальный проект ориентирован на формирование у обучающихся гражданской компетентности.

Социальный проект – это сконструированное инициатором проекта нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие, которого на людей считается положительным по своему социальному значению.

В середине XX в. появились разновидности социального проектирования: дизайнерское, инженерное, архитектурное, педагогическое. Отметим, что Курбатов В.И. рассматривал социальное проектирование, как синтез научно-теоретической, предметно практической деятельности и элемент социального образования. В рамках данной работы особое внимание хочется уделить социально – педагогическому проектированию. **Социально - педагогическое проектирование** – способ социального воспитания обучающихся образовательных учреждений. Главный педагогический смысл данного направления – создание условий для социальных проб личности. Именно социальное проектирование позволяет обучающему решать основные задачи социализации: формировать свою Я - концепцию и мировоззрение, устанавливать новые способы социального взаимодействия с обществом [1].

В настоящее время успешность обучающихся в современном мире во многом определяется способностью организовать свою дальнейшую деятельность, например организационную, культурную, организаторскую деятельность, в том числе и проектную. При этом определить свою

дальнейшую или ближайшую перспективу, найти и привлечь необходимые ресурсы, наметить план действий и, осуществив его вместе с тем оценить, удалось ли достичь поставленных целей. Многочисленные исследования, проведенные как в нашей стране, так и за рубежом, показали, что большинство современных лидеров в различных отраслях жизни - это люди, обладающие проектным типом мышления. Отметим, что в рамках образовательной организации имеются все необходимые ресурсы для развития проектного мышления с помощью особого вида деятельности обучающихся. Образовательные программы направлены также на стимулирование личностного роста будущего компетентного специалиста [2,4].

Мы считаем, что в рамках получения высшего образования данная технология позволяет полностью сформировать у обучающихся в себе ряд компетенций (способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития для формирования патриотизма и гражданской позиции, готовность к использованию современных воспитательных технологий формирования у обучающихся духовных, нравственных ценностей и гражданственности, готовность к планированию мероприятий по социальной профилактике обучаемых). Важной особенностью в социальном проектировании является то, что проекты создаются ради изменения общества вокруг себя по инициативе самого же общества. Данная технология представлена восемью разделами, каждый из которых несет в себе ряд четко сформулированных и обоснованных событий (рис 1).

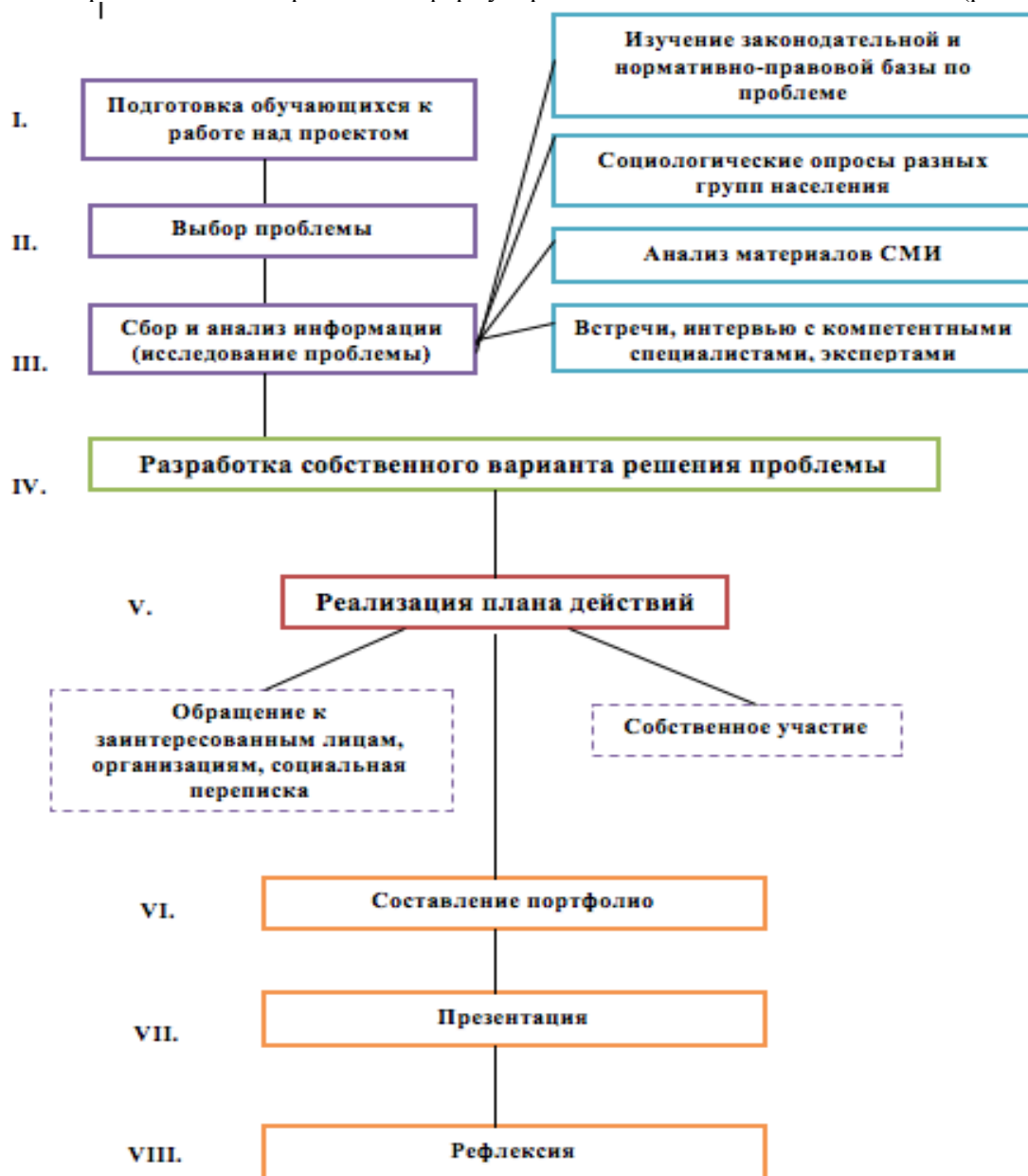


Рисунок 1. - Структура социального проектирования

Метод проектов широко известен и активно применяется на всех ступенях образования (среднее, среднее-профессиональное, высшее и другие организации осуществляющие образовательную деятельность). В нашем понимании мы будем опираться на социальное проектирование, как способ исследования и решения социально-значимых проблем, касающихся как отдельной личности, так и общества в целом.

Результаты опроса, проведенного нами в учебных учреждениях (организациях) которые обучаются в системе среднего профессионального образования (КГБОУ СПО Красноярский педагогический колледж № 2, КГБОУ СПО Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства и КГБОУ СПО Красноярский технологический техникум пищевой промышленности а также Красноярского ГАУ) на предмет готовы ли обучающейся приобщиться к проектной деятельности за счет реализации своих собственных разработанных проектов, показали, что опыт проектной деятельности показал, что имеется не более чем у 10% занимаются таким видом деятельности. При этом около 25% допускают, что если такая возможность будет предоставлена, они обязательно примут участие в такой деятельности и 80% не допускают такой мысли что будут заниматься проектной деятельностью (рис. 2.).

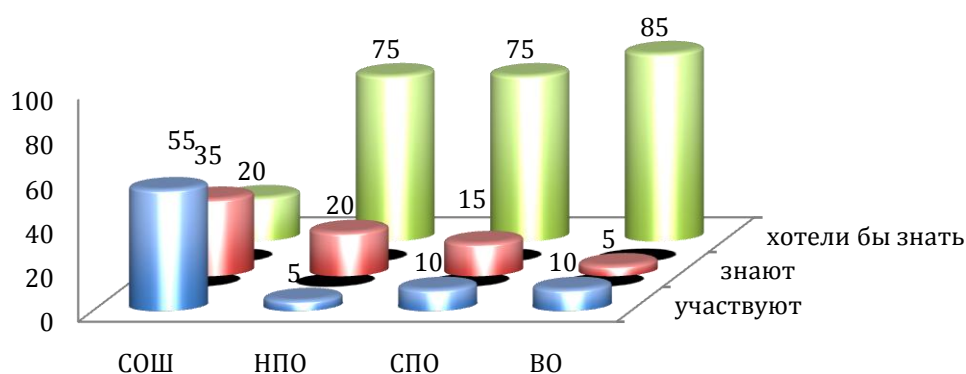


Рисунок 2. – График опроса обучающихся на предмет готовности к проектной деятельности

В ходе исследования возникает вопрос: что побуждает обучающихся приобщиться к проектной деятельности? А все, потому что обеспечивает активную, сознательную, самостоятельную деятельность обучающегося, а также активность обучающегося заключается в поиске новых социальных решений, которые будут полезны обществу в целом. В поисках ответа автор настоящей работы проанализировала результаты своего участия в различных видах проектной деятельности. Процесс создания обучающимися проектов авторских систем деятельности направлен на развитие логического мышления и самостоятельных исследовательских умений (постановка проблемы, сбор информации, проведение исследования, анализ полученных результатов) и актуализацию инновационного потенциала личности в форме разработки и реализации авторских программ и проектов, которые разрабатываются студентами по заявкам субъектов образовательных услуг.

Отметим, что такая техника социального проектирования очень актуальна среди школьников Красноярского края, входящих в состав Красноярского детско – юношеского общественного движения «Краевой школьный парламент». Школьники всего края преобразуют общество вокруг себя, тем самым формируют в себе навыки необходимые им в будущем. Итогом реализации проекта для них становится участие в краевом конкурсе «Мой край – моё дело» в номинации «Социальные проекты», победители представляют Красноярский край на Всероссийском этапе смотра – конкурсе Детский общественных организаций. В нашем понимании, данная технология позволяет целиком и полностью сформировать компетенции у обучающихся, так как на каждом этапе работы осознанно выполняют действия, направленные на преобразования не только себя, но и общества в целом.

Выбирая актуальную проблему, обучающийся учится мыслить глобально, представляя образ желаемого будущего. Исследуя проблему - учится работать с законодательной и нормативно – правовой базой, СМИ, социологическим опросом и экспертами, тем самым структурирует полученную информацию, выявляет важное, взаимодействует с людьми, постигает навыки деловой коммуникации. Разрабатывая план деятельности - пошагово планирует свою деятельность на определенный период времени. Реализуя план своей деятельности, применяет на практике, полученные в процессе обучения знания, умения и навыки.

Таким образом, проанализировав результаты опроса, можно сделать вывод, что больше половины респондентов знают, что такое социальное проектирование, но никогда не сталкивались с технологией, то есть не пробовали себя в роли организатора и генератора таких идей. Также следует отметить, что обучающиеся интересовались данной технологией и готовы приобщиться к данной деятельности в рамках социализации своих идей с целью формирования в себе определенных знаний, умений и навыков в таком виде деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Курбатов, В.И. Социально–политическая аргументация. Монография / В.И. Курбатов. – Ростов н/Д.: Феникс, 1990. – 213 с.
2. Козулина Н.С. Морально-этический аспект экологического образования будущих специалистов профессионального обучения / мат-лы междунард. науч-практ. конф. Часть 1. Образование: опыт, проблемы, перспективы развития / Краснояр. гос. аграр. ун-т.- Красноярск, 2016.- С.60-62
3. Юферев С.С. Исполнительская культура в контексте профессионального самоопределения будущего бакалавра / С.С. Юферев – сборник статей по материалам всероссийской научно-практической конференции с международным участием.- Красноярск, 2017.-С.19-21.
4. Козулина Н.С. Аддиктивное поведение как отрицательный фактор в профессиональном самоопределении обучающихся / Ю.В. Кулешова, Е.В. Ахмедзянова / Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. / Краснояр. гос. аграр. ун-т / ч.1 / Красноярск, 2017.-С.89-92

### ***СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН***

***Пуцина Ю.М.***

*Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Козулина Н.С*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

В современном мире существует многообразие методов преподавания экономических дисциплин. Эффективность образовательного процесса во многом определяется методикой преподавания. Выделяют наиболее распространенные методы, такие как:

Метод прямого обучения. Представляет собой изложение идей небольшими порциями, периодически проверяя понимание обучающихся нового материала и вовлекая их в выполнение упражнений и применение полученных знаний. Этот подход особенно эффективен для преподавания экономики. Четкие определения и примеры являются неотъемлемой частью экономики. Прямое обучение также эффективно при изложении нового, сложного материала [1].

Изложение нового материала. Изложение нового материала может принимать разные формы. Занятие принесет больше пользы, если основные моменты будут рассматриваться на нем по очереди и подкрепляться примерами. Например, занятие может начаться с того, что преподаватель кратко излагает новый материал. Тщательное и хорошо запланированное изложение новой идеи или демонстрация новых навыков (показ того, как смещается кривая спроса на графике, до того как ученики приступят к выполнению аналогичного задания) могут быть составной частью занятия. Хорошо спланированные занятия дают возможность преподавателю останавливаться для проверки понимания, задавая конкретные вопросы [1].

Моделирование - это способ познания, который дает возможность обучающимся участвовать в схематическом представлении реальных жизненных ситуаций. Моделирование отличается от игры в аудитории. Учебные игры часто предполагают соревнование, где побеждает тот, кто дает правильный ответ. Моделирование отличается от игр тем, что оно направлено на обучение обучающихся посредством их активного вовлечения в изучаемую ситуацию. В большинстве случаев моделирования обучающиеся выполняют роль членов городского совета, потребителей, законодателей или производителей. Перед обучающимися стоят конкретные цели: получить прибыль или быть переизбранным. Чтобы достичь поставленных перед ними задач, обучающиеся располагают ресурсами и должны принимать решения по использованию этих ресурсов. Для того чтобы моделирование было максимально приближено к действительности, обучающиеся должны следовать определенным правилам. Моделирование предполагает дискуссию или исследование, которые помогают привлечь внимание к основным идеям, которые необходимо вынести из занятия.

Исследование. Исследовательский метод занимает важное место и, вместе с тем, вызывает наибольшие трудности. Исследовательский метод, или метод исследовательских проектов, основан на развитии умения осваивать окружающий мир на базе научной методологии, что является одной из важнейших задач общего образования [2].

Совместное обучение - это метод обучения в малых группах, когда ответственность за образовательный процесс лежит на самих обучающихся. В этом случае преподавателю следует помочь членам группы осознать важность совместной работы и отыскать наилучший способ взаимодействия, при котором процесс обучения приносит максимальные результаты для каждого члена коллектива. Работа в группах помогает обучающимся высказывать свое мнение и развивать необходимые навыки. Такой вид работы предусмотрен курсом экономики, обучающиеся могут работать в одних и тех же группах, или же в зависимости от вида деятельности состав группы можно варьировать.

На основании всего вышеизложенного можно сделать выводы о том, что в процессе преподавания дисциплины «Экономика организации» используется разнообразие методов.

Экономика организации — система знаний, связанных с процессом разработки и принятия хозяйственных решений в ходе деятельности предприятия. Предприятие является самостоятельным хозяйственным субъектом, основной целью деятельности которого выступает удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли.

Предметом экономики организации является научное познание хозяйственной деятельности организации, понимаемой как принятие решений об использовании ограниченных ресурсов в соответствии с поставленными целями.

Образование подвержено изменениям из-за динамики общественной жизни, но экономическое образование самым непосредственным образом реагирует на изменение общественного развития. Поэтому проблема совершенствования методики преподавания экономических дисциплин становится весьма актуальной.

Методика в точном смысле слова есть учение о методах обучения и воспитания. Предметом методики преподавания является сам процесс обучения определенной учебной дисциплины. Ее задача заключается в изучении закономерностей этого обучения и установлении на их основе нормативных требований к деятельности преподавателей. Иначе говоря, методика есть совокупность определенных методов, через которые реализуются требования, предъявляемые к преподаванию [4].

Методика преподавания общественных наук призвана обеспечить высокий теоретический уровень преподавания, строгую научность, яркость и доходчивость изложения материала. Как совокупность определенных приемов, методика преподавания неразрывно связана с содержанием изучаемой науки и ее методологией.

На многих примерах можно наглядно проследить взаимосвязь методологии и методики преподавания. Так, например, не разработанность методики неизбежно и самым отрицательным образом сказывается на методологическом уровне лекций и семинаров, и наоборот.

Методика как учение о методах обучения и воспитания представляет собой часть общей теории образования и обучения — дидактики, разрабатывающей весь комплекс вопросов содержания, методов и форм обучения. Последняя же выступает в качестве органической составной части педагогики, имеющей своим предметом образование, обучение и воспитание, в том числе формирования здорового образа жизни [7,8].

Частные методики преподавания отдельных дисциплин являются звеньями общей системы педагогических наук. Они включают в себя и используют основные принципы педагогики и дидактики применительно к особенностям преподавания конкретных дисциплин [4].

Методика имеет дело с закономерностями преподавания и изучением той или иной науки. Имея в виду ее служебную роль по отношению к последней, можно определить методику как форму, при помощи которой в процессе изучения и обучения раскрывается содержание данной науки, ее значение для практики, ее связь с другими науками, ее воспитательное значение.[6]

Известно, что всякое особенное является в этом отношении также и общим. Поэтому и методика преподавания каждой из общественных наук, выступая как особенная по отношению к методике преподавания всех общественных наук, в то же время является общей применительно к частным методикам.

В вузовской учебной практике сложились вполне оправдавшие себя следующие формы учебного процесса в преподавании общественных наук: лекции, самостоятельная работа студентов, семинарские занятия, консультации, зачеты, экзамены, различные формы внеаудиторной работы.

Эффективность обучения и уровень обучения любой дисциплине находится в прямой зависимости от взаимодействия звена «учитель-ученик». Экономика в этом плане не исключение. Ничем не заменить атмосферу творчества, возникающую при непосредственном общении преподавателя и обучающихся. В учебной практике сложились вполне оправдавшие себя следующие формы учебного процесса в преподавании общественных наук: лекции, самостоятельная работа, семинарские занятия, консультации, зачеты, экзамены, различные формы внеклассной работы. Ни одна из этих форм не может быть признана универсальной, способной заменить другие. Формы учебного процесса находятся во взаимосвязи, взаимообусловленности и логической последовательности. Методика одной формы работы оказывает существенное влияние на другую.

Таким образом, по-прежнему актуальной остается такая форма устного общения преподавателя с аудиторией с целью передачи научных знаний как занятия. Помимо, того чтобы «транслировать» обучающимся факты и их взаимосвязь, можно предложить им проанализировать ситуацию (проблему) и осуществить поиск путей изменения данной ситуации к лучшему.

Роль преподавателя в организации и руководстве самостоятельной работой включает в себя: обучение самостоятельной работе в ходе лекций, практических, семинарских занятий, на консультациях; управление самостоятельной работой: разработка и доведение заданий на самостоятельную работу, оказание помощи в повышении эффективности и качества; контроль за самостоятельной работой: как непосредственный, так и опосредованный через контрольно-проверочные мероприятия; коррекция самостоятельной работы: групповая и индивидуальная.

Сложность руководства и организации самостоятельной работы обучающихся объясняется целым рядом факторов, главными из которых является: - частая смена экономических приоритетов; - неукомплектованность фонда библиотек современными качественными учебно-методическими пособиями по экономическим наукам; - специфик этой работы (вне расписания, вне стен учебного заведения); - отсутствия единства в организационных и методических требованиях к самостоятельной работе [3].

Для улучшения процесса обучения в сегодняшнее время с целью изучения, закрепления и обобщения материала по определённой теме лучше всего проводить интегрированное занятие. На занятиях предусматривается смена видов деятельности обучающихся, использование технических средств (показ слайдов), выполнение заданий на закрепление изученного материала.

Межпредметные знания, умения, навыки, используемые в учебной деятельности, находят свое отражение и во внеучебной деятельности студентов, интеграция помогает сблизить предметы, найти общие точки соприкосновения, более глубоко и в большем объёме преподнести содержание дисциплин.

Интегрированное занятия отличается от традиционного использования межпредметных связей, которые предусматривают лишь эпизодическое включение материала других предметов. Предметом анализа в интегрированном занятии выступают многоплановые объекты, информация о сущности которых содержится в различных учебных дисциплинах. Это ведет к появлению качественно нового типа знаний, находящего выражение в общенаучных понятиях, категориях, подходах. [5]

В работах Козулиной Н.С., Кулешовой Ю.В. говорится, что структура интегрированных занятий отличается от обычных занятий следующими особенностями: во — первых, предельной четкостью, компактностью учебного материала; во-вторых, логической взаимообусловленностью, взаимосвязанностью материала интегрируемых предметов на каждом этапе занятия; и наконец, большой информативной емкостью учебного материала, используемого на занятии [5].

Не секрет, что эффективность образовательного процесса во многом определяется методикой преподавания. Широкое использование унифицированных методов и переход на исключительно письменный контроль за усвоением студентами предметов изучения формально снижает роль преподавателя в непосредственном процессе обучения. Между тем уровень подготовки и эффективность обучения находятся в прямой зависимости от взаимодействия звена преподаватель — обучающийся [2].

В учебном процессе обе стороны должны играть творческую роль. Важно избегать так называемого трафаретного обучения, когда обучающийся натаскивается на решение определенного типа задач, а развитие их экономического мышления кладется в жертву числу рассмотренных задач. Обучающийся должен научиться разбираться не только в смоделированных, но и реальных экономических процессах.

Существенную роль в подготовке студентов играет их самостоятельная работа, как приводилось ранее, особенно развитие навыков самостоятельного поиска при выполнении рефератов, курсовых и других исследовательских работ.

Использование учебной и вспомогательной литературы может иметь больший эффект, если при наличии определенных условий активно внедрять в учебный процесс Интернет. В этом случае границы общения обучающихся с преподавателем раздвигаются и в пространстве, и во времени [3].

Таким образом, ни одна из вышеперечисленных форм не может быть признана универсальной, способной заменить другие. Формы учебного процесса находятся во взаимосвязи, взаимообусловленности и логической последовательности. Методика одной формы работы оказывает существенное влияние на другую.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, тренинги и др.) в сочетании с самостоятельной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

#### **Список литературы:**

1. Граф, В. Основы самоорганизации учебной деятельности и самостоятельная работа студентов / В. Граф, И. Ильясов, В. Ляудис. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011.
2. Киперман Г.Я. Экономика предприятия: словарь. М., 2008
3. Русецкая Т. П. Современные технологии обучения в высшей школе / Т. П. Русецкая. М.: МИТСО, 2008.
4. Зайцев Н.Л. Экономика организации: учебник М., 2010
5. Козулина Н.С. Методологические аспекты интерактивных технологий в профессиональном обучении Красноярского ГАУ / Н.С. Козулина, Ю.В. Кулешова – мат-лы междунаrod. заоч. науч. конф. / Красноярский гос. аграр. ун-т.-Красноярск, 2016.С - 209-211.
6. Коменский, Я. А. Педагогическое наследие / Я. А. Коменский, Д. Локк, Ж.-Ж. Руссо, И. Г. Песталоцци М.: Педагогика, 2007.
7. Козулина Н.С. Фаббинг-неблагоприятный фактор в формировании компетенций у студентов вузов / Н.С.Козулина, А.Ю. Карачев, Е.В. Ахмедзянова / Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал / Научно-инновационный центр/ Красноярск / 2016.С-56-65.
8. Козулина Н.С. Аддиктивное поведение как отрицательный фактор в профессиональном самоопределении обучающихся / Ю.В. Кулешова, Е.В. Ахмедзянова / Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. / Краснояр. гос. аграр. ун-т / ч.1 / Красноярск / 2017.С-89-92.

#### **КУЛЬТУРА РЕЧИ СТУДЕНТОВ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА**

***Рукоуев В.О., Абрашкина А.А.***

*Научный руководитель: ст. преподаватель Горкунова С.И.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Основой любой профессиональной деятельности является компетентность, т.е. обладание профессиональными знаниями, осведомленность в вопросах, которые предстоит решать в процессе трудовой деятельности. Особую актуальность приобретает формирование коммуникативной компетенции, т.к. это одна из основных целей современного образования, требование современной науки и производства. Специалисты характеризуют социально-психологический компонент личностной готовности как единство коммуникативной, социальной и языковой компетентностей. Определимся, что же обозначают указанные компетентности. Социальная компетентность предполагает знание норм и правил поведения, принятых в определенной социально-культурной среде, отношение к ним, а также реализацию этих знаний на практике.

Под языковой компетентностью понимается такой уровень речевого развития, который позволяет человеку в процессе общения свободно использовать свои знания о языке.

Эти два вида компетентности можно рассматривать как элементы коммуникативной компетентности, или более широко – как компетентность в общении, которая включает еще и понимание невербального языка общения, умение вступать в контакт с партнерами.

В процессе изучения дисциплины «Русский язык и культура речи», которая занимает основное место в образовательном и воспитательном процессе высших учебных заведений, готовящих бакалавров разного профиля. Будущие бакалавры должны усваивать нормы речевого поведения, требования к устной и письменной речи в различных ситуациях общения. Особое внимание следует уделить культуре профессионального общения, которая включает:

- владение терминологией данной специальности;
- умение строить выступление на профессиональную тему;
- умение организовать профессиональный диалог и управлять им;
- умение общаться с неспециалистами по вопросам профессиональной деятельности.

Профессия инженер имеет ряд особенностей, которые должны учитываться при формировании коммуникативной компетентности: инженер должен перерабатывать большой объем технической и другой специфической информации, использовать ораторские способности в публичных выступлениях, коммуникативные качества в ведении переговоров, в дискуссиях, улаживании конфликтов и т.д. В процессе изучения вузовского курса русского языка важно не только овладеть теорией речевого поведения, но и осознать, с какой целью необходимо осваивать профессиональную речь, чтобы затем быть успешным в выстраивании карьеры. Чтобы понять, насколько сформирована общая культура речи у студентов первого курса, проводится обязательный анализ речевой культуры первокурсников (тестирование, анализ первичных письменных работ). Анализ тестирования студентов 1 курса Института управления инженерными системами показал, что немногие студенты соблюдают языковые нормы, проявляют содержательность речи, ее логичность, на низком уровне лексическое богатство, образность и выразительность; единицы способны понимать суть допущенного речевого недочета и стремятся исправить его.

К речевым недостаткам, отмеченным в работах, следует отнести:

1) Неумение различать нормативное и просторечное словоупотребление. В условиях формирования лексикона в языковой среде, ограниченной местом жительства, где большую роль играет просторечие, носитель языка привыкает к речевым недочетам, не видит в таком употреблении ошибки, что приводит к большому количеству просторечных слов в речи студентов. Например, «дойти до преподавателя» вместо «подойти к преподавателю», «говорить за это» вместо «про это», «звонит», «если» и др.

2) Студенты плохо дифференцируют стили современного русского языка, вследствие чего возникают ошибки, связанные со смешением стилевой принадлежности речевых единиц.

3) Недостаточный активный лексический запас, который приводит к неразличению синонимов, паронимов (одеть / надеть; предоставить справку/представить; решимость/решительность и др).

4) Особо следует отметить недостаточный, ограниченный запас терминов и терминологических выражений.

5) Ограниченный запас крылатых выражений, фразеологизмов, афоризмов и, как следствие, слабые возможности перефразирования.

В чем видится причина этих явлений? Во-первых, это известный и доказанный факт, что причина оскудения словарного запаса у современных молодых людей кроется в нежелании читать хорошую художественную литературу. К сожалению, в последнее время существует множество «псевдо» литературы, авторы таких книг забывают о могуществе русского языка и используют в своих творениях довольно-таки скудный запас слов, иногда, даже нецензурную лексику.

Вторым немаловажным фактором является интернет. Мировая паутина не только помогает получать информацию из электронных ресурсов, но и способствует так называемой коммуникации. В настоящее время существует множество социальных сетей, в которых люди, общаясь, искажают слова, используют жаргонизмы. Казалось бы, ничего страшного, но проблема в том, что человек, привыкая писать электронные сообщения таким своеобразным образом, непроизвольно переносит ошибки на бумагу, а также в свою речь.

Будущие инженеры должны осознать, что визитной карточкой их профессионализма должна стать грамотность как первый признак образованности, что повышение уровня словарного запаса за счет усвоения терминов и профессиональной лексики и навык общения в деловой ситуации повышает шансы на успешность во всех жизненных сферах.

Высокий уровень владения культурой речи - неотъемлемая черта культурного человека. Совершенствовать свою речь - задача каждого из нас. Для этого нужно следить за своей речью, чтобы не допускать ошибок в произношении, в употреблении форм слов, в построении



предложении(2). Нужно постоянно обогащать свой словарь, учиться чувствовать своего собеседника, уметь отбирать наиболее подходящие для каждого случая слова и конструкции.

#### **Список литературы:**

1. Культура речи и эффективность общения /Под ред. Л. К. Прудкиной, Е. Н. Ширяева. - М.: Просвещение, 1996.
2. Культура русской речи. Учебн. пособ. для вузов /Под ред. проф. Л. К. Граудиной и проф. Е. Н. Ширяева.- М.: Издательство НОРМА, 2000.
3. Ширяев Е. Н. Культура речи как лингвистическая дисциплина // Русский язык и современность: Проблемы и перспективы развития русистики. – М., 1991. Ч. 1.
4. <https://psyera.ru/rechevoe-povedenie-cheloveka-466.htm>

### **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ**

**Толстова А.О.**

*Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Козулина Н.С.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Современный подход к обучению ориентирован на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения, культуры здорового образа жизни [7,8].

Самой первой формой организации учебного процесса было индивидуальное обучение. Следующим этапом стал индивидуально - групповой способ обучения. К началу семнадцатого века эти формы организации учебного процесса уже не отвечали потребностям общества. Стали возникать первые зачатки группового обучения.

В настоящий момент в образовательный процесс активно внедряются интерактивные методы обучения, что отражено в работах многих авторов Кулешова Ю.В., Козулина Н.С. и др. [4]. Интерактивное обучение можно назвать диалоговым обучением, так как в ходе него осуществляется взаимодействие не только между студентом и преподавателем, но и между самими студентами. [1]

Современный подход к обучению предполагает внесение в процесс интерактивных форм обучения. К ним относятся — метод проектов, круглый стол, метод мозгового штурма, деловые и ролевые игры, метод кейсов, мастер - класс и другие.

Занятия, построенные по интерактивному принципу, позволяют дать не только знания, умения и навыки сформировать компетентность, а также создать базу для работы по решению проблем после того, как обучение закончится. Суть интерактивного обучения в учебном процессе организован таким образом, что все обучающиеся вовлечены в процесс познания, они имеют возможность понимать и рефлексировать по поводу того, что они знают и думают. Совместная деятельность обучающихся в процессе познания, освоения учебного материала предполагает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, происходит обмен знаниями, идеями, способами деятельности.[6]

Рассмотрим детально один из методов интерактивного обучения — метод мозгового штурма.

Основоположником классического мозгового штурма стал американский ученый-исследователь Алекс Осборн, один из пионеров креативного движения в конце 1930-х г. в США. В этот период, он был партнером знатной рекламной компании и начал использовать среди своих работников новый метод к поиску идей. Метод бесповоротно оформился и стал популярен широкому кругу знатоков, с опубликованием книги А. Осборна "Управляемое воображение: принципы и процедуры творческого мышления" в 1953 году [6]. После чего это послужило распространению мозгового штурма в Америке, а потом и в других государствах.

«Мозговой штурм» - это оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике[2]. Из этого можно сделать вывод, что использование «мозгового штурма» в процессе обучения

позволяет развить творческое мышление и креативные способности, поиск и порождение новых идей, а также их анализ и синтез[6].

«Мозговой штурм» - широко применяемый способ продуцирования новых идей для решения практических и научных проблем. Его цель – организация коллективного мыслительного процесса по поиску новых решений существующих проблем.

Использование в учебной деятельности метода «мозгового штурма» позволяет решить следующие задачи:

- 1) творческое усвоение учебного материала;
- 2) связь теоретических знаний с практикой;
- 3) активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся;
- 4) формирование способности концентрировать внимание и мыслительные усилия на решении актуальной задачи;
- 5) формирование опыта мыслительной коллективной деятельности[6].

Проблема, формулируемая на занятии по методике «мозгового штурма», должна иметь теоретическую или практическую актуальность и вызывать активный интерес обучающихся.

#### Условия проведения " Мозгового штурма"

Подготовка к «мозговому штурму» включает следующие этапы	Основные правила как продуктивно провести «мозговой штурм»	Успех проведения «мозгового штурма» зависит от соблюдения следующих принципов:
1) Определить цель занятия, конкретизировать учебную задачу. 2) Распределить общий ход занятия, определить этапы каждого занятия. 3) Подобрать вопросы для разминки. 4) Разработать критерии для оценки поступивших предложений и идей, что позволит целенаправленно и содержательно провести анализ итогов занятия.	1) Во время занятия нет ни начальников, ни подчиненных, ни новичков, есть ведущий и участники; никто не может претендовать на особую роль. 2) Категорически запрещаются взаимные критические замечания и оценки, они мешают возникновению новых идей. 3) Следует воздерживаться от движений и жестов, которые могут быть неправильно поняты другими участниками. 4) Как бы ни была фантастична идея, выдвинутая кем-либо из участников, она должна быть встречена с одобрением. 5) Проблема не может быть решена только известными способами.	1) Четкая формулировка цели, задач и ограничений. 2) Максимальная свобода участникам. 3) Предоставление слова каждому; полная свобода мнений. 4) Тщательное формирование состава участников. 5) Иерархическое проведение обсуждений: сначала – максимально «вширь», затем оценка перспективности вариантов и отбор наилучших. 6) Огромная роль «ведущего» и демократический стиль руководства.

Таким образом, рассмотрев метод интерактивного обучения " Мозговой штурм", можно сделать вывод о том, что продуктивность этого метода не только способствует решению тех или иных задач, с которыми сталкиваются обучающиеся в процессе усвоения материала, но и возникновению у них, новых креативных идей, что действительно востребовано, и актуально в современном мире.

#### Список литературы:

1. Гузев В.В. Развитие образовательной технологии. / В.В. Гузев – М.: 2007.
2. Вараксин Г.С. Учебный мозговой штурм / Г.С. Вараксин – Пермь: ПК ИПКРО, 2009. -36 с.
3. Кукушкин В.С. Теория и методика. / В.С. Кукушкин – М.: 2005.
4. Козулина Н.С. Методологические аспекты интерактивных технологий в профессиональном обучении Красноярского ГАУ / Н.С. Козулина, Ю.В. Кулешова – мат-лы междунаро. заоч. науч. конф. / Красноярский гос. аграр. ун-т.-Красноярск, 2016.- 209-211с.
5. Смолянинова, О.Г. Инновационные технологии обучения студентов на основе метода Case Study / Инновации в российском образовании. / О. Г. Смолянинова – М.: 2009.
6. Панфилова А.П. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений / А.П. Панфилова – Спб. Флинта, 2007.

7. Козулина Н.С. Фаббинг-неблагоприятный фактор в формировании компетенций у студентов вузов / Н.С.Козулина, А.Ю. Карачев, Е.В. Ахмедзянова / Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал / Научно-инновационный центр/ Красноярск / 2016.-56-65с.
8. Козулина Н.С. Аддиктивное поведение как отрицательный фактор в профессиональном самоопределении обучающихся / Ю.В. Кулешова, Е.В. Ахмедзянова / Профессиональное самоопределение молодежи инновационного региона: проблемы и перспективы: мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. / Краснояр. гос. аграр. ун-т / ч.1 / Красноярск / 2017.

## **ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**Шевченко А.К.**

*Научный руководитель: к.и.н., доцент Бурмакина Г.А.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Процесс реформирования высшей школы в России предполагает решение целого ряда существенно важных задач, таких как осуществление перехода на двухуровневую систему обучения, введение Федеральных государственных образовательных стандартов нового поколения, внедрение новой системы показателей качества образования и др. Одним из необходимых условий решения этих задач является обновление содержания высшего профессионального образования, в связи с чем актуализируется проблема определения источников, механизмов, способов и условий его обновления. Общеизвестным становится утверждение, что искомый результат реализации Федеральных государственных образовательных стандартов, соответствующий новой системе показателей качества образования, должен обеспечиваться новым поколением учебно-методического обеспечения образовательного процесса и, в частности, учебных изданий.

Сегодня проблема создания учебно-методического обеспечения нового поколения становится государственной задачей, о чем свидетельствует, в частности, постановка вопроса о создании эффективной государственно-общественной системы экспертизы и контроля качества учебной литературы и организации государственной поддержки учебного книгоиздания в докладе рабочей группы президиума Государственного совета Российской Федерации по вопросам реформы образования [2].

Следует отметить, что понятие «учебная литература нового поколения» не ограничено определенными хронологическими рамками, поскольку практически на каждом историческом этапе развития образования возникали проблемы, связанные с необходимостью преодоления несоответствия устаревшего учебно-методического аппарата актуальным целям и задачам образования на новом этапе его развития. В настоящий момент учебной и учебно-методической литературой нового поколения принято считать разработки, соответствующие концепции модернизации российского образования и действующим Федеральным государственным образовательным стандартам. Предполагается, что «система учебников нового поколения как главного средства обучения должна отражать структурно-содержательные изменения и современные тенденции развития высшего образования <...>, обеспечить формирование новых целей обучения, а также широкое использование современных информационных технологий в образовательном процессе» [2].

Учебная литература в наше время представляет собой одно из самых действенных средств внедрения достижений науки в практическую деятельность. Одной из важных проблем в системе образования является проблема качества учебно-методической литературы.

В своей профессиональной деятельности педагогу постоянно приходится сталкиваться с огромным количеством разнообразных видов учебной литературы. И молодому преподавателю, малознакомому с существующей учебной литературой по предмету очень трудно выбрать именно тот учебник, который станет лучшим помощником [1].

Для учебника, созданного в соответствии с учебной программой предмета, характерна строгая структура, элементами которой являются части, разделы, главы и параграфы. Для того чтобы поощрить качественную и полезную учебную литературу для выполнения задания, нужно определить её качество и одновременно необходимо установить соответствует ли этот учебник требованиям, предъявляемым к учебной литературе. Известно около трехсот методов и приемов анализа учебников. Наиболее широкое распространение нашли следующие методы:

- социологический, предполагающий опрос или анкетирование широкого круга участников педагогического процесса (преподавателей, учащихся, руководителей и т.д.);

- экспертный, связанный с оценкой качества учебников коллективом квалифицированных специалистов;
- органолептический, основанный на ощущениях, знаниях и личном опыте педагога, производящего оценку;
- структурно-функциональный, рассматривающий учебник как главный элемент системы средств обучения и требующий оценивать учебник в неразрывной связи с другими обучающими средствами.

Совершенно ясно, что наиболее приемлемым следует признать органолептический метод. Рассматриваемый метод включает в себя, прежде всего, выделение некоторых показателей качества учебников, подлежащих оценке. Эти показатели целесообразно подбирать исходя из дидактических требований, предъявляемых к учебнику. Среди этих требований выделяют 15-20 наиболее важных, и аспекты их реализации принимают за показатели качества учебника. Учитывая, что показатели качества неравнозначны (есть важнейшие требования к учебнику и менее значимые), вводится коэффициент значимости (К) каждого показателя по пятибалльной шкале от 1 до 5. Оценка каждого из показателей качества (Р) после тщательного изучения учебника определяется также по пятибалльной системе, но от 0 до 4. После этого оценка умножается на соответствующий коэффициент значимости, и полученное произведение суммируется с аналогичными произведениями, полученными по остальным показателям качества. Так находится общее число баллов для каждого учебника. Полученные количественные оценки будут являться необходимыми, но недостаточными критериями, определяющими выбор основного учебника по предмету [6].

Проанализируем учебно-методическую литературу органолептическим методом (по предмету «Экономика отрасли»), оценим качество учебников (по показателям), установим соответствие с действующей учебной программой, выберем учебник, более точно отвечающий всем требованиям.

Учебники:

1. Фролова, Т.А. Экономика предприятия: Конспект лекций. Таганрог: Изд-во ТТИ ФЮУ, 2012.
2. Сербиновский, Б.Ю. Экономика фирмы: студентами направления подготовки 080100 «Экономика» – Ростов-на-Дону: Ростовский ин-т (фил.) «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2015. – 66 с.

Таблица 1 - Оценка качества учебников

№ п/п	Показатель качества	Коэф. значимости	Оценка степени реализации показателя качества	
			Учебник 1	Учебник 2
11)	Соответствия логики построения базовой науки и материала предмета.	К=3	3*3=9	3*3=9
22)	Представления рассматриваемого понятия во всей его многогранности и развития.	К=4	4*4=16	4*3=12
33)	Соответствие определений, терминов и символов в учебном предмете и базовой науке	К=4	4*4=16	4*3=12
44)	Простота языка и доступность изложения материала.	К=5	5*5=25	5*4=20
55)	Достаточность времени, необходимого для усвоения всего материала и отдельных его тем.	К=3	3*2=6	3*3=9
66)	Количество страниц, рисунков, формул во всем учебнике или в отдельных темах, приходящее на 1 ч. Времени, отведенного программой для их изучения.	К=4	4*3=12	4*3=12
77)	Четкость рубрикации учебника	К=3	3*3=9	3*2=6
88)	Соответствие программе	К=4	4*3=12	4*3=12
99)	Соответствие последовательности изложения материала темы в учебнике и программе	К=5	5*4=20	5*3=15
110)	Равномерность распределения объема материала между темами учебника.	К=4	4*4=16	4*3=12
	Итого:		141	119

Вывод: По большинству показателей качества выше оценка у учебного пособия под номером 1. В нем наиболее полно, четко и просто изложен материал, рубрикация соответствует программе. Я считаю этот учебник более подходящим для изучения данного предмета. Проанализировав данный

учебник можно заметить, что содержание полностью отражает суть изучаемого предмета. Материал на 90% соответствует программе, он доступен и понятен, рубрикация учебника четкая, изложение материала систематично и последовательно, определения, термины и символы соответствуют базовой науке.

В качестве основных дидактических требований, на соответствие которым следует проверять учебники, можно выделить следующие:

- научность учебного материала,
- учет возрастных и познавательных возможностей учащихся,
- систематичность и последовательность изложения материала,
- достаточное количество иллюстраций, схем, таблиц, наглядность оформления, четкость рубрикации учебника.

Содержание учебной литературы должно быть направлено на цели образования, а именно на то, чтобы обучающиеся не только получали знания, но и смогли критически мыслить и находить нестандартные, авангардные решения.

Общей целью проведения независимой и технически компетентной экспертизы является установление соответствия показателей качества учебной литературы заранее определенным техническим требованиям международных, государственных и (или) отраслевых стандартов, нормативно-технических документов и др. [5].

Конкретной целью проведения экспертизы учебной литературы являются: установление показателей качества учебной литературы для получения рекомендации по включению в список рекомендуемых Министерством образования и науки РК;

Конечной целью проведения экспертизы учебной литературы в сфере образования является обеспечение качества и эффективности процесса обучения, разработанных с учетом требований отраслевых стандартов и нормативно-технических документов.

Качество образовательного процесса во многом определяется содержанием и уровнем его методического обеспечения [4].

Исходя, из этих предпосылок необходимо разработать уровни качества издаваемой учебной литературы, отражающие всю меру полноты закладываемых требований к каждому уровню, с помощью которых достигается качество, например, удовлетворяются требования потребителей учебной литературы.

#### **Список литературы:**

1. Саадиев М. С. О некоторых аспектах проблемы обновления учебно-методического обеспечения образовательного процесса в вузе [Текст] // Проблемы и перспективы развития образования: материалы Междунар. науч. конф. (г. Пермь, апрель 2011 г.).Т. II. — Пермь: Меркурий, 2011. — С. 129-132.
2. Лесовская, М.И. Удовлетворенность процессом обучения в вузе как прогноз удовлетворённости будущей работой / М.И. Лесовская, Л.В. Лесовская / Современные проблемы науки и образования: Материалы Междунар. науч. конф.— 27–29 февраля 2012 г. – Москва, 2012.
3. Бухарова, Г.Д. Общая и профессиональная педагогика: учеб. пособие /Г.Д. Бухарова, Л.Д. Старикова. – М.: Академия, 2009. – 336 с.
4. Смирнов, В. И. Учебная книга в истории педагогической подготовки российских учителей Текст. : Дис. д-ра пед. наук / Нижнетагильский гос. пед. институт. Екатеринбург : [б. и.], 2002. - 250 с.
5. eLibrary.ru: научная электронная библиотека [Электронный доступ] URL: <http://www.elibrary.ru>
6. Консультант студента [Электронный доступ] URL: <http://www.studentlibrary.ru>

## СЕКЦИЯ 9. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

### Подсекция 9.1. Проблемы современного менеджмента, маркетинга и экономики

#### *THE PECULIARITIES OF BUSINESS NEGOTIATIONS AND SOME TIPS FOR EFFECTIVE BUSINESS COMMUNICATION*

*Astapova T.V.*

*Scientific supervisor: Candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

Business communication is the exchange of information between people within and outside the organization that is performed for the commercial benefit of the organization. The activities that refer to business communications include conversations, meetings, negotiations, conferences and a variety of business meetings. They ensure the effectiveness of both internal and external interactions.

The peculiarities of each form of business communication are determined by the following frameworks: purpose, participants, regulations, communication means of implementation of intentions, organization of spatial environment, and expected result.

Negotiation is a technique employed to avoid conflicts and decide something which would benefit all. Individuals negotiate with each other and try to reach to a solution satisfying all. Negotiation is not possible unless and until individuals learn to compromise to some extent and stop finding faults in each other [3]. Business negotiations are a specific kind of business communications that have their own rules and laws, using the joint analysis of problems. Business negotiations are tools for both internal and external communications.

There are two approaches to negotiations. These are confrontational and partnership approaches. **Confrontational** approach to negotiations presupposes the opposition of the parties. Each party is confident that the goal of negotiations is to win, and the rejection of complete victory means the defeat. **Partnership** approach is implemented on the basis of the joint analysis of problems with the partner and finding a mutually acceptable solution in which the winners are both parties.

**The purpose of the negotiations** may consist in making decisions, making various contracts, coordination of joint conditions, coordination of activities. The strategic goal of the talks is to find a mutually acceptable solution, avoiding the occurrence of the extreme form of conflict. The effectiveness of negotiations is determined by two criteria:

- negotiations should lead to a reasonable agreement that maximally meets the interests of each party (if possible);
- negotiations should improve, or at least not damage the relationship between the parties.

The goals of negotiators may be different or even opposite. So, it is important to formulate the goal of the negotiations correctly. For this it is necessary to have a clear idea of both your company's and partner's (opponent's) interests; position of the organization in the market of goods and services; the existence of obligations; availability of business partners, allies; the belonging of the organization to some politico-economic group etc.

**Preparing for negotiations.** To achieve success in negotiations, you need to carefully prepare for them. It's better to formulate tasks in a flexible way, so you can adjust them if it is necessary. As a rule, any negotiations lead to the signing of the contract – document, legally developed and examined by specialists. The subject of the negotiations can be any information to which there is no agreement, but it must be practical and take into account the evolving situation.

**The place of negotiations.** Negotiations may be conducted in your office or on the territory of the opponent. At the same time every situation has its positive aspects.

If the meeting takes place on your area:

- You can consult with the partners and easily get assistance and advice;
- Opponent can't cancel the negotiations and go away by his own initiative;
- You can do other things because you are surrounded by familiar comforts;
- You have psychological advantage because the opponent came to *your* office;
- You can organize the office environment in the way that you can effectively use nonverbal information opportunities.

If the meeting takes place on the territory of the opponent:

- Nothing will distract your attention and you will be concentrated only on the subject of negotiations;
- You can give not the whole information saying that you have no document (if it is in your interests);
- You have the opportunity to speak directly to the head of an opponent;
- Opponent solves the organizational issues;
- Analysis of opponent's environment will provide the opportunity to choose the most efficient way of interaction with him;

If both variants of the places are not convenient you can also organize a meeting on the neutral territory.

**The start of negotiations** is the most difficult task. At the beginning of the negotiations there should be a mutual clarification of interests, perspectives, concepts and positions of participants.

**The negotiation process** always takes place on two levels, on the first there should be the discussion of the subjects and the essence, the second level focuses on solving of issues, i.e. on how you will negotiate.

There are the following **styles of negotiations**: soft, hard, rational [2].

<b>Mild style</b>	<b>Hard style</b>	<b>Rational style</b>
Participants are friends	Participants are opponents	Participants are the parties working together to solve the problem
The purpose is the reaching of an agreement and preservation of the relationships at all cost	The purpose is the reaching of own goal by all means	Purpose is the receiving of reasonable results while maintaining the relationship
To make concessions to save the relationship	To demand concessions for continuing relations	To think of mutually advantageous variants
To trust others	Not to trust others	To negotiate regardless of the degree of confidence
To succumb to pressure	To apply pressure	To use arguments rather than pressure
To insist on an agreement	To insist on <i>own</i> position	To insist on the application of objective measures
Finding a solution to save the relationship	Searching of solutions for the realization of <i>own</i> objectives	Searching of variants selection to decide later
To change position easily	To keep <i>own</i> position firmly	To focus on interests, not positions
Mild course in dealing with people in solving problems	Hard line in dealing with people and solving problems	Mild course in dealing with people and hard course while solving problems
To achieve conservation of relations by price of concessions. May be an insult.	To achieving victory by pressure, but possible losing of relationship	The result, as much as possible taking into account the interests of both parties

There are four **principles of negotiating**:

- *Distinction* – you should distinguish between the negotiating parties and the subject of negotiations;
- *Interests* – focus on interests, not positions;
- *Variants* – identify all possible options to address the issue;
- *Criteria* – try to get a result based on some objective criteria.

Negotiations have three stages. These are:

- Analysis stage where you need to gather information and think about it, to understand the problem, to identify your interests and other interests.
- Planning stage where you need to consider all possible variants to solve the problem; to predict the possible behavior of the other party and their reaction.
- Discussion stage where you need to use four above mentioned principles of negotiating.

Speaking about you behavior at the negotiations it is wise:

- To be confident;
- To stay alert;
- To be positive and smile;
- To be patient;
- Not to drag the conversation too long;

- To cope with criticism (as people don't like critics).
- After the completion of negotiations it is required to analyze the situation, summarize and clarify:
- What actions contributed to the success (failure) of negotiations;
  - What difficulties were encountered and how they were overcome;
  - What was not taken into account when preparing for the negotiations and why;
  - What surprises have arisen in the course of negotiations;
  - Why could not you identify features of partner, his personality characteristics;
  - What was the behavior of a negotiating partner, it causes;
  - What communication mistakes were made on both sides;
  - What principles of negotiation can be used in other negotiations;
  - What lessons should be learned for the future.

Usage of these practical recommendations can contribute to the efficiency of business communications. Negotiating is a skill that impacts on all areas of life. You can negotiate good business for your company, you can negotiate satisfactory terms and conditions for you and your staff, and you can negotiate to get out of tricky situations, for example, if working relationships aren't going well [4].

#### References:

1. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. проф. О-75 М.А. Василика. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.
2. Фишер Р., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Пер. с англ. А. Гореловой; Предисл. В. А. Кременюка. – М.: Наука, 1992. – 158 с.
3. <https://www.managementstudyguide.com/tips-for-successful-negotiation.htm> (дата обращения 03.03.2017).
4. <http://www.shell-livewire.org/home/business-library/employing-people/management/resource-management-working-with-suppliers/Negotiation-1-Successful-negotiation/> (дата обращения 03.03.2017).

### ***ENGINEERING STUDENTS AWARENESS OF BUSINESS ETIQUETTE***

***Balashova K.A.***

*Scientific Supervisor: Kobzeva N.A., Yuzhakova M.A.  
Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia*

#### **Introduction**

Surely every one knows the meaning of etiquette. What is Etiquette? Etiquette is the customary code of polite behavior in society or among members of a particular profession or group [1]. It is well known that etiquette is manners that need to be followed in a certain cultural environment. Every culture has its own etiquette. In general, etiquette is universal. It has certain characteristics that are found in all human beings, as in the general stream.

Business etiquette is determined by loyalty, commitment to their organizations, good manners. Availability of and adherence to proper business etiquette is essential for a positive career growth. Business etiquette is also an etiquette that has to be adopted in every business keeping ethics and integrity in view. It varies from culture to culture and from country to country and from industry to industry.

**The purpose** of this paper is to consider some types of business etiquette.

The word etiquette refers to the norms and standards for behavior that control socially acceptable behavior in a given situation.

Etiquette refers to a set of rules governing behavior in society, in a given situation and includes a deep knowledge of ethics apart from the manner. Etiquette can be acquired through conscious learning decent behavior.

Business etiquette focuses on actions deemed appropriate in professional settings. Business etiquette is essential in building relationships with partners. Business etiquette is simply a means of maximising business potential.

Business etiquette revolves around two things. Firstly, thoughtful consideration of the interests and feelings of others and secondly, minimising misunderstandings.



Etiquettes are of different types. It is desirable to focus on a few basic etiquettes which collectively constitute the corporate etiquette. They are Hand shake, Interview etiquette, Mobile etiquette, Telephone etiquette, Office etiquette, Dress code, International business etiquette, etc.

### **1. Hand shake.**

When two men meet each other they shake their hands as a symbol and sign of meeting. There is a right manner in handshake. There has to be firm handshake that represents the confidence level of the persons. If a person presses down the palm of the other person and shakes his hand it indicates that the person is dominant in nature.

### **2. Interview etiquette.**

When going for an interview, the door is to be knocked, and after seeking the permission the person should enter the interview room. The person should greet the interview panel member like 'Good morning Sir/Sirs' depending upon the time of interview and wait for the permission to be seated.

After getting the permission to sit, the person should sit straight and be alert by keeping both the legs together with both feet touching on the ground.

After listening questions carefully the person should analyze, process with in his mind and then should reply appropriately with clear cut thoughts. After the completion of the interview, thank them and exit the room smartly without any unnecessary noise.

### **3. Mobile etiquette.**

Nowadays, mobile phones have become both a blessing and a curse.

When there is participation in any important events, the mobile phone must be stored in a silent mode. You can not talk on the phone during serious discussions or meetings. It's best to stop these calls by saying "I'll be back to you" or "Can I call you back?" These days, marketing calls do come frequently and it disturbs the mood and also the precious time.

### **4. Telephone etiquette.**

It is more or less like mobile etiquette only. The caller has to identify himself first, and should start conversation. Even if you are interrupted, exercise patience to the caller and respond.

### **5. Office etiquette.**

When visiting somebody's office, do not roam around as though it is your own office. When you are a stranger to a place maintain and behave like a visitor or as a guest not like a host. Do not disturb the receptionist with too many queries. When you are asked to work in your cubicle stick to that only and do not encroach into others' cubicles.

While addressing a woman if it is not clear whether she is married or unmarried, you can use Ms as that can convey politely for both married and unmarried woman.

Personal space from person to person needs to be maintained properly. It is known as proxemics. You should not behave with unknown people by being too close by maintaining intimate distance as it creates discomfort for others.

### **6. Dress code.**

For men the shirt should be in light color with a tie. The socks need to be changed regularly. Avoid wearing white socks. The body can be applied with light perfume. It is essential to wear tie for formal meetings. A few companies have separate and specific dress code to its employees on specific days. There is a traditional formula for male attire. BBTSS is the acronym for Boot and Belt which must be of the same color, Tie and Trouser should preferably match with each other and Shirt and Socks should match with each other. Ultimately the dress code should be pleasing, neat and clean and presentable.

Dress code for women is a very complicated one. It differs from region to region and from country to country based on their cultural background. They should not dress like a Christmas tree. The dress should match as per the corporate culture and values of the organization. The clothes must be positive and presentable and not of tight fittings, no obscene clothes or revealing clothes etc.

### **7. International business etiquette.**

With the rapid growing technology the globe has become smaller. As a result, there are plenty of opportunities since the communication has become easier. Employers began thinking broadly and are trying to set up their ventures at the global level. Along with that the employees have opportunities to work with the people across the globe.

It is necessary to know the basics of international etiquette such as the multicultural issues, different time zones, different workings hours, holiday patterns, table manner and importance of multicultural issues so as to succeed in the international business [2]

**Methods.** Survey and analysis were used as the research methods.

The research was carried out on total 23 first year students of Institute of Non-Distractive Testing who have provided the subjects of this study. The investigation took place from February to March, 2017. The surveys were made up of questions to study the engineering students awareness of business etiquette.

The students responded the following questions:

**1. What is Etiquette?**

63% of interviewed students gave the correct answer;

37% of interviewed students did not know exactly what it is.

**2. What is business Etiquette?**

35% of interviewed students gave the correct answer;

65% of interviewed students did not know exactly what it is.

**3. What types of business Etiquette do you know?**

27% of interviewed students had an idea of types of business etiquette and name them;

73% of interviewed students did not know what to answer.

**4. Why is important for engineering student to know business Etiquette?**

40% of interviewed students named different reasons;

60% of interviewed students did not know what to answer.

**Conclusion.**

Etiquette and business etiquette are essential for success both on a personal and professional level of modern engineer's activities. This is of paramount importance in the corporate world to make or break business deals. Therefore, it is mandatory to stick to the basics of all etiquettes to become a successful professional. In conclusion, it should be noted that business etiquette is very essential from peon to director and from employee to employer.

Having studied the common rules of behavior, speech etiquette, our habits, we can know the norms of behavior, follow the rules of different countries, demonstrate respect for cultures and improve international relations.

**Reference:**

1. Oxford English Dictionary definition / [Электронный ресурс], 12 March 2017. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/>

2. Rao M.S. Corporate Etiquette/business Etiquette / [Электронный ресурс], 12 Oktober 2011. Available at: <http://cahyadibusiness.blogspot.ru/>

***ABOUT IMPORTANCE OF NON-STANDARD METHODS OF STAFF MOTIVATION***

***Chekushkin N.V.***

*Scientific supervisor: teacher Lukhtina M.A.*

***Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia***

People are the most important resource in an organization, therefore employee motivation is crucial in terms of its success or failure.

Motivation depends on the human's will to act in a certain way. Motivation represents the internal state of the employee who guides and directs his behavior by meeting certain requirements.

The employee's motivation depends on the influence behavior. If manager realizes this, the chance of achieving better results at both organizational and individual levels appears. Managers cannot order their employees to be motivated, what they can do instead, is to create an atmosphere through which to cultivate accountability, dedication and improvement at work. Some managers choose a shorter path, but not effective - they try to motivate through fear. This method, however, quickly loses the effect. True managers motivate through their personality and authority, not through fear.

Payment of travel tickets, medical insurance, lunches in the office – a standard compensation package with slight variations which is given to the employees by most companies.

However, there are companies practicing non-standard approach to motivate staff.

The ability to inspire and thank people for work done is not less important than the talent of the administrator. The authors of management textbooks offer many effective methods of encouraging staff, but each leader solves a creative problem in his/her own way, complementing the standard mechanisms with his/her own know-how methods.

The founder of the Walt Disney Company, Walt Disney, studied to do this all his life. He kept coming up with original ways to motivate employees. Knowing that employee turnover was so high in the places where people did not consider job prestige, he not only sought to improve the image of the departments, he carefully chose their names. E.g. Disney renamed laundries of the hotels into the textile services, that time they were the dirtiest places with heavy jobs. This action put them in one line with such prestigious departments of the company, as the Marketing Department or Customer Service, leaving the only one department where it was easy to get to. No wonder, very soon laundries became one of the most popular places for people who just began their career in the company [2].

In the 1990-ies the amount of textile services work increased dramatically, and the popularity fell down again. Then to avoid mass layoffs, the company's management announced that they would encourage employees of the department who would suggest any ideas to improve the quality of work and working conditions. The attractiveness of the offer exceeded the brunt of the work. Service employees received the privilege to discuss plans for the development of their services and participate in the preparation of the budget. Staff turnover again became normal.

Practice proves that a creative approach to staff stimulation is not only possible, but justified. Despite the apparent spontaneity, these experiments do inspire staff to feats of labor no less than the traditional elements of a motivation system. In addition, the experience of Russian companies shows that creative solutions are a great tool for team-building. We've collected five examples of non-standard approach for motivating the employees.

Not only rewards.

Encouragement of the employees for successfully completed work – one of the best ways to maintain good motivation and interest in high results of done work.

To thank the staff, it is not necessary to come up with great events, which will take a lot of time, or just pay bonuses, there are at least ten ways to reward employees.

1. Publicly celebrate the achievements of the workers: their professionalism and reliability are commendable.
2. Personally thank employees: send an employee the e-mail with words of praise, saying how much you appreciate him/her.
3. Do the unexpected and non-committal gifts.
4. Give the best employees free time: fishing trip in the middle of the week will invigorate and inspire the enthusiast better than the prize.
5. Give good employees responsible and interesting tasks and projects.
6. Give the best employees a flexible schedule.
7. From time to time arrange meetings "without ties».
8. Give employees the freedom to choose how they will achieve their goals.
9. Listen carefully to the suggestions of the staff and engage the best employees in goal setting.
10. Share your plans with the staff.

Vacation compensation.

HR managers say that many employees do not use legal holidays completely, often ignore their right to have rest, as defined by the Labour Code. Instead of 28 days of holiday, people get used to rest two or three weeks a year usually [3].

«Vimm-bill-Dann» Company understood that traditional ways to make employees relax didn't work. And to help people to break away from everyday work, the company more than two years has been providing certain categories of employees a special "holiday bonus". The one who will find the strength to take a vacation and be absent from work for the required 28 days will receive this bonus.

"We pay compensation, when we receive from the employee proofs, he must present a ticket and the tickets, confirming that this person was going on vacation to relax and didn't stay in the city,"– says the Director of the HR Department in "Vimm-the bill-Dann" Company, Vera Eliseeva.

Bonuses for «not being ill».

Vaccination against flu, prize for smoking cessation, privileged medical care and discounts for the purchase of fitness centers cards – all these benefits help companies to maintain the health of the employees, but not always reduce the number of sick-lists to a minimum.

To reduce the number of lost hours due to sickness, the network of shops «the Seventh continent" has introduced the award for taking care of the own health. The company encourages those who are not sick with monetary rewards. Four months ago, about two thousand employees of "the Seventh continent", who within two years never took sick leave and unpaid leave, for the first time received this award in the amount of 14 thousand rubles. In total the company spent more than 20 million rubles for these purpose [4].

The experiment was successful, and the company decided to continue it. "Employees who will continue to care about their health and for the next three years will not be absent from the work because of illness, will receive the prize, but in the amount of 28 thousand rubles. Like the first time, the action affects all categories of the employees," – said the Director of the Personnel Management Department of "the Seventh Continent» Company, Alexey Andreev [1].

Certainly there are many other ways of motivating employees, e.g. dinner for the expense of the company (Navada Company), corporate yachting (Krock Company), Kengi Game (Master Fibre Company), etc. If you're a talented, modern and creative manager you can always find new ways how to motivate your employees to let them appreciate you as a leader and your company in a whole.

#### **References:**

1. Isaac, A. (2014), Motivating Civil Servants for Higher Productivity, Journal of Business Management, Vol. 2, No. 1 & 2, pp. 54-68.
2. Karwai, S.A. (2015), Motivation and Frustration in Organizations, Journal of Management and Social Sciences, Vol. 10, pp. 97-106
3. Patricia S., "P&G: How to Teach an Old Dog New Tricks," Fortune, May 31, 2014. pp. 75-77.
4. Варданын И.С. Зарубежный и российский опыт управления мотивацией персонала // Менеджмент в России и за рубежом. 2013. No 1. С. 129–132.

### ***THE PROBLEM OF INTERACTION BETWEEN TOP MANAGERS AND COMPANY OWNERS***

***Guleev S.S.***

*Scientific supervisor: Candidate of Pedagogic Sciences, docent Kapsargina S.A.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

In this article we touch upon the actual problem for Russian management. In the basis of interpersonal relationships is confrontation, that is, the reasons for conflicts, identified with the struggle and regarded as a form of social interaction. Business is depended upon the relations between the owners of the company and hired top managers develop. Conflicts often occur in Russian companies. There are leading motives in these conflicts that need to be clarified and take measures to smooth out contradictions and strengthen the intercommunity between the owners of companies and top managers. Unwillingness to understand leads to the dismissal of top managers.

The owners of the company want to get profit by minimizing costs and the professional manager tries to achieve strategic goals. This situation leads to disagreements between them. The owners see top managers as creative entrepreneurs capable of changing the direction of their actions depending on the unstable situation in the market, the polymorphic political course and the legislative base. In this case, it is not necessary to have such strategists who can bring companies to new levels of profitability and development [1,2].

Analysis of literature shows capitalism in the US has gone the way of more effective use by managers of the opportunities of top managers through evolution in business, an example was the charismatic leader, the founder of the Ford Motor Company, Henry Ford, who increased productivity by 400%, introducing the method of assembly line process. His management style was based on absolute subordination to the head. He fettered the initiative by turning down the will of his subordinates and this style was characteristic in the first half of the twentieth century.

Capitalism went a little different way in Japan, they reconstructed their economy after the Second World War, carefully using resources. The basis for the success of the Japanese was an effective management system. They used a non-standard, flexible structure of the company, a collective form of responsibility and decision-making, industrial conglomerates formed on the basis of partnerships played an important role. There was a passage from a total command economy to a liberal market economy [1, 2].

Having studied the advanced Japanese management experience, large corporations in the USA began to invite specially trained managers to the highest positions and apply scientific schemes of business organization. Hired managers received enormous influence and power, in fact they created such an economic system that gave them the opportunity to use their property for their own personal interests, wishing to improve only their financial situation, and not the state of the business entrusted to them. This situation was not satisfied with business owners, President George W. Bush, under pressure from the owners of the company and shareholders, decided to increase the personal responsibility of managers. State interference deprived to manage the joint-stock companies with proven fraud, i.e. the state has laid a favorable

environment for the relationship between the owners of companies and top managers. The management system in the US continues to develop. Modern leaders consider it is necessary to maintain good human relations with colleagues. But there is no need to idealize such a management model. American managers work very hard from 60-90 hours a week. They do not consider about conflicts between subordinates, they prefer to dismiss both. Under the influence of the complexity of management functions, the need for highly qualified managers increases and US companies require their managers to undergo various refresher courses.

Such country as Singapore has its own way of development, without any natural resources, consuming drinking water coming through a pipeline from Malaysia; the government takes about integration and investment, creating favorable conditions for each foreign partner. In Singapore, management is authoritarian, the leader is always right. Singaporean is smart and tough at negotiations, extremely punctual. Singapore has become a highly developed country with a market economy and low taxation within a short period of time; transnational corporations play an important role in that country [3].

Lee Kuan Yew, the first prime minister of the Republic of Singapore, saw further prosperity by means of the corruption eradication. He established an anti-corruption committee and due to the political situation that he created in Singapore, relations between owners and top managers moved into the right quality relations. America has made such changes through the evolution of business. The economic miracle of Singapore is a political revolution; this is the recipe for a prosperous state [3].

Managers of foreign companies feel themselves more comfortable, their actions are understandable, predictable, and expectations are justified. The developed strategy allows reaching the previously agreed parameters without making sharp attacks towards quick profits, as the company's commercial profit is based on a strategy of behavior for achieving specific aims.

By analyzing in detail the essence of the conflict between the owner and the manager, tactical tasks must be delegated. The manager should be interested in an effective motivation for work, if he is not the owner of the company. In turn, having seen the manager's ability to make effective decisions, the owner will leave control over economic indicators, representative function and delegate strategic planning to a professional manager.

The owner thinks about profit, income and expenses. The market, personnel, competitors are important for the manager. It is difficult to prevent an emerging conflict with different priorities. It is possible to offer the manager a reward from the result of the company's activities. But do not forget that undervalued work provokes criticism or managers resort to various forms of fraud. In this case, the owner must have a supervisory control, observing, for example, the work of the manager and creditors. Information technology can solve this problem; it is possible to monitor all business processes with the help of online programs. In this case partner relations go to a new level of trust; it is the strongest motivation for increasing the income and profit of owners. In future, the owner can again realize himself as an entrepreneur, developing the following long-range business ideas.

To draw conclusion we can say with the help of modern methods and making decisions, it is possible to prevent conflicts between the owner and the top manager, and also to change the direction of conflict towards delegation of authority, in order to improve understanding and trust, as well as productive polemics for the modernization of the company's forces and trying to get a new level of development.

#### **References:**

1. Миришли, Ш.Э. Основные проблемы современного российского менеджмента/ Ш.М. Миришли, Н.А. Николаева, С.Е. Толкачева, А.А. Удалов // Экономические науки. – 2015. - №39-1. Режим доступа: <http://novainfo.ru/article>
2. Cheremisina, S The business Owner's Role in a Period of Crisis / Access mode: <http://www.cfe.ru>
3. Singapore: The history of Singapore / Access mode: <https://www.panasia.ru>

#### **COMMUNICATION**

***Karamtchakova E.***

*Scientific supervisor: the senior lecturer Khramtsova T. G.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

It is evident, that managing people effectively requires an understanding of several factors. Communication is certainly one of them. It is one of the most important skills that managers really need. What is actually communication?

According to a famous interpretation, communication is the transmission of common understanding through the use of symbols. This term is derived from Latin and means “common”. The process of communication involves emotional, psychological and mental characteristics of individuals [1].

It is known, that the importance of communication in a business becomes even more evident, when we consider the communication activities of an organization from an overall point of view. These activities can be divided into three broad categories:

- 1) Internal operational communication;
- 2) External operational communication;
- 3) Personal communication [1].

Try to look through them more attentively. Communication, which occurs in conducting work within a business, is classified as internal operational. This is communication among the workers. Usually it includes various orders and work instructions, which company supervisors give to their workers. It also includes reports and records, prepared by workers, concerning sales, production, inventories, finance etc.

What is actually the next category? The work-related process of communication, realizing by every business with people and groups outside the company, is called external operational communication. This is the business’s communication with its public – owners, suppliers, customers, service companies. External operational communication includes all the business’s efforts at direct selling – telephone callbacks, service calls and so on. It also includes advertising of different kind: radio and television messages, newspaper and magazine advertising etc. Because the success in business depends on its ability to satisfy customers’ needs, it must communicate effectively with them [1].

While surveying we notice: not all the communication that takes place in business is operational, much of it is without purpose. Such kind of communication is called personal. Every personal communication is the exchange of information and feelings. We all are social creatures and need to do it. As a rule, we spend much time with relatives and friends. Even total strangers are likely to communicate when they are placed together. Such personal communication occurs at every workplace, and it’s an essential part of the communication activity in any business area. It can have a very positive effect on the success of any business too.

When we look over all kinds of business’s communication (internal, external or personal), we see an extremely complex network of information flow. It is an organization feeding on a continuous supply of information. A lot of this information is downward and follows the formal lines of organization (from the top managers down to the workers). This is so, because the main part of any information, different instructions and orders with the purpose to achieve the company’s objectives, originate at the top and must be delivered to the workers. Most companies however recognize the need for more upward communication. The company managers at every organizational level should be better informed of the status of things at the bottom. Besides they have found that information from the lower levels can be important in achieving company goals too [1].

#### **References:**

1. S. A. Kolesnichenko, G. V. Varganova, Management. – St.-Pts., Lenizdat, 2001.

### ***FEATURES OF FASHION INDUSTRY IN MARKETING***

***Kirdiyashkina K.E.***

*Scientific supervisor: docent Antonova N.V.*

***Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia***

The last decade of the twentieth century, the global industry of fashion items or fashion business (which traditionally includes the manufacture of clothing (dominants), shoes, and accessories, home lines), experienced a real marketing revolution. Thus, the neoclassical principles of marketing have become mandatory for the successful functioning of industry leaders. [1.] This was followed by the appearance of special term "fashion marketing".

Marketing is a social and managerial process by which individuals and groups of individuals satisfy their needs by creating goods and consumer values and interchange them. Philip Kotler, who gave such a definition, interprets it this way: "marketing is the profit of satisfaction of the consumer. The goal of marketing is to attract new customers, promising high consumer value, and keep the old clients, constantly meeting their changing needs". The fashion industry, in which, as in any other, the significance of the trademark of the manufacturer, its prestige, reputation, influence, is always dependent on the reaction of the

buyer. Speaking on the socio-economic character of fashion, we mean that the purpose of fashion, like marketing, is to improve the quality of goods and services, improvement of the conditions of their acquisition, which in turn will lead to higher living standards in the country. Fashion marketing helps to establish contact with the buyer to draw his attention to offer the clothing, shoes, and accessories. Marketing contributes to the combined perception of the buyer offer him fashion items, complementing eye contact is a strong emotional and often rational arguments [2.]

### **What is the specificity of the fashion business, allowing allocating fashion marketing from marketing any products and services?**

Firstly, social and cultural environment has a strong influence on the fashion business. That is why fashion is a social and cultural phenomenon at the same time.

Not casually today the most quoted definition of fashion is:

1. "Fashion is a way of behavior, temporarily acquired a certain part of a social group"
2. Fashion — temporary rule of the certain style in any life sphere or culture.
3. Fashion is a regulation, constantly and rapidly changing the direction of the taste of society [3.]

Secondly, the tight time frame in which there is fashion. The transience, the constant change in fashion is the key to the fashion business.

Thirdly, the role of buyers in fashion business. As intermediaries between apparel manufacturers and the end user, they (in the world practice — the year ahead in Russia for six months) determine the principles of purchase volume in monetary terms, color, size, range, materials, etc., which directly affect the bottom line of boutiques (retail stores working with designer trademarks) [3.]

And finally, the main condition of the successful functioning of the fashion business — attention to the consumer. Today world fashion industry does not dictate what to wear, how to look

### **Ways of product promotion in the fashion industry.**

The traditional means of promotion:

- Advertising
- Sales promotion
- Personal selling
- Public relations and direct marketing — are widely used in the communications policy of the fashion manufacturers all over the world. [3.]

### **The impact of brand in the fashion industry**

Designed brand is a customized competitive advantage used to differentiate a fashion product and meet the social and aesthetic needs and desires of the consumer with the aim of increasing added value.

Designed brand in the fashion business is a personalized name, term, sign, symbol and design, as well as their combinations, which are used to identify seasonal fashion goods, has attributed the Creator (designer), and to differentiate them from the fashion products of competitors. [4.]

Under individualised title it should be understood that for each category of the fashion market designer of brand creates its own name, sign, symbol and design, thereby giving the consumer a signal about its position on the market. So, for example vintage Couture Chanel informs the consumer that the clothes of the brand belong to the highest category on the fashion market and is created for individual client's standards and extremely expensive.

The basis of brand is connected with his importance to others. The concept or brand image is built in accordance with its importance to the world. The brand represents a way of communication between the firm and its clients, between the designer and his fans.

Brand information is the basis of all methods of communication with their social environment. To market relations, these communications constitute advertising messages in the broadest sense (direct advertising in mass media, PR actions, presentations, all visual imagery, including the design of signage, shop floor, staff attitude through personal contact with customers, etc.).

When the manufacturer has created a brand to promote a product or service he should:

- The manufacturer must present goods in retail stores in a good way, using the brand if this trademark belongs to the manufacturer and the sales outlet;
- The manufacturer, when selling goods in the many shops, needs to solve problems of efficiently representing his brand in all retail outlets;
- Corporations like to establish relationships with consumers, and the creation of corporate relationships with other organizations is easier if you have brands.

-Firms and organizations offering services, including education should also have brands.

People are met judging from the clothes- it is the simple truth. Today, fashion is everywhere and especially it is in business. The study of the fashion business, its structure, processes, tools, developed in this

tradition, can be useful and interesting to people studying or having a profession related to Economics or Management. Fashion is a good way to influence positive changes in consumer demand in any business.

#### References:

1. Особенности фэшн-маркетинга дизайнерских торговых марок [Электронный ресурс]: ([uxurytheory.ru/wpcontent/uploads/2011/08/Osobennostifeshnma\\_grebennikon.pdf](http://uxurytheory.ru/wpcontent/uploads/2011/08/Osobennostifeshnma_grebennikon.pdf).)
2. Студенческая библиотека онлайн [Электронный ресурс]: (<http://studbooks.net/>)
3. Фэшн-маркетинг по-русски – взгляд со стороны [Электронный ресурс]: (<https://fashionunited.ru/v1/fashion/fashion-marketing-po-russki-evolutzija>).
4. Moda.ru [Электронный ресурс]: (<http://www.moda.ru/content/id/1/9883>).

### ***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OR HOW TO MAKE KRASNOYARSK ECO-FRIENDLY AGAIN***

***Kniga N.V.***

*Scientific supervisor: Candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

There are special features, advantages and disadvantages in the contemporary Russian management. As far as advantages cause a little amount of problems and therefore their solving, it is important to place disadvantages and problems forward, which must be solved as soon as it is possible. An ancient Japanese adage says: “A nail with a protruding hat must be hammered”. The meaning of this adage is: “Because of the not-clogged nail we lost horseshoe; Because of the lost horseshoe we lost a horse; Because of the lost horse, a report was not delivered; Because of the lost report, we lost a war...”. What does it mean? It means that, having not solved a little problem, we can face with a chain of other, more serious problems.

So, we can distinguish the following basic problems of contemporary Russian management: corruption; an excess of managerial positions on the enterprise; a weak sense of belonging of subordinates to the company; a negligent attitude to society and the environment in comparison with European and North American enterprises.

Talking about the enterprises on the West of Russia, we often hear about corruption, excess of managerial positions on the enterprises, uneconomical use of funds, including the state investments in the enterprises. Talking about the enterprises in Ural and Siberia, we often hear about the complicated environmental situations in the regions, which have resulted from the negligence of extractive, processing and similar enterprises. Talking about Far East of Russia, the new methods of personnel management are not introduced willingly, and in general, people "like" stability, rather than a restless leap into a better position. Krasnoyarsk is one of the most beautiful, famous and attractive for business and ordinary life Siberian city. The Krasnoyarsk region and its capital are known for their wealth of natural resources, which many enterprises want to use with full efficiency for their business, forgetting about the environmental situation that has been developed in Krasnoyarsk over the past 30 years. In terms of conditions of contemporary Russian management and current situation, it is necessary to answer a number of key issues to solve the problem: “Is it possible to change the current environmental situation in the city?”, “How can Russian management and CSR policy be used to solve the problem?” and “How can this be implemented in the enterprises?”

In this article, the main city problem related to ecology is considered, and steps will be proposed to solve this problem with changing the marketing policy of Krasnoyarsk enterprises. This problem arose within the connection of the lack of the practice of social marketing in Krasnoyarsk enterprises, supported by a sense of impunity on the part of the authorities. If we outline the environmental problems of the Krasnoyarsk Territory briefly, then we can say that the main one is the functioning of harmful industries that pollute the air and dump waste into the water. Another problem is deforestation, where woods are not only natural air purifiers, but also habitats of living organisms. The attention is not paid to the tree planting in the cities. There is no one major enterprise subjected to the federal environmental oversight today (KrAZ, KraMZ, CHP 1,2,3, Krasnoyarsk Cement, Krastsvetmet, Synthetic Rubber Plant, etc.). Automatic sensors for recording pollutant emissions have not been installed, and information from which would be continuously supplied to open information sources. Despite the fact that, even according to official statistics, Krasnoyarsk is annually included in the list of the most polluted cities in Russia, and recently the number of cancer diseases in the city has increased, the region's leadership does not have any leverage on owners of large enterprises with the purpose of mandatory installation of such sensors. Thereby the question arises: "Is it



possible to correct the situation, if so, how?" Any problem should be eliminated as soon as possible. The main lever for influencing the changes in the existing system for managing emissions of harmful substances and the work of the plants themselves lies in the influence of government agencies on the enterprises themselves. There are various ways to solve the problem situation - to legislatively tighten the emission limits so that the main polluters are given a choice: either to pay rabid environmental fines, or modernize technologies, or reduce production, or take out enterprises outside the city, or generally close them. No one is going to reduce production, or even to pay high fines, otherwise the owners will go to a loss. But since the Russian people are very patient, then the enterprise owners have been conducting their monotonous policy of enrichment at the expense of natural resources, not paying attention to the ecological component, for 25 years. But patience is coming to an end and people of all ages are beginning to resent the current situation gradually: they collect signatures for the petition to the Kremlin, gather for rallies, agitate the population in taking an active fight against the building of new chemical plants and so on. Thus, it is most profitable for Krasnoyarsk enterprises to introduce new production technologies and revise their marketing policies, which will give enterprises long-term trust on the part of citizens and on the part of the authorities, and in turn will help improve the environmental situation in Krasnoyarsk.

The introduction of the principle of "Social Marketing" is the first and very important step on the way for solving the accumulated problems. What is social marketing? Social marketing is the activity of companies that simultaneously combines the promotion of the brand and social values through the use of marketing tools, advertisers also set a goal to contribute to improving the quality of life of an individual and society as a whole [1, p.61]. This deft marketing approach should be carried out by the enterprises themselves, namely in three key areas of social marketing: sponsorship, fundraising, sales promotion. Working in the spirit of sponsorship, businesses should hold both an advertising and charitable campaign to help patients with cancer, as well as those who have the prerequisites for the disease, plus the introduction of preventive work [2]. This will help to inspire not only people's hope for the best, but if it is covered in the mass media properly, people will change their opinion about the enterprises. Then from self-interested businessmen they will turn into worthy altruists, not hypocritical. Fundraising is a special practice of collecting donations for non-commercial purposes: scientific research, charitable projects, construction of sports grounds, repair of any schools and other buildings [3]. Enterprises should focus on wellness promotions: the construction of suburban parks and in the city itself, planting trees, including around factories and most importantly, all these things should be fixed by mass media cameras to alert the people. Citizens do not care what kind of ecology certificates enterprises have, if they see the "black sky" every day and moreover – they feel it. People are pleased to see the greenery around, to see what would remind of nature - it calms and gives joy. Sometimes belief in the best must precede the main result of the work that campaigns should achieve with the principles of social marketing. As far as we know, there is a number of major plants that are the main polluters of the ecological one in Krasnoyarsk, three of which are directly related to the citizens of the city: CHP 1,2,3. The whole city is the main heat consumer, which these thermal power plants issue. But it's worth reminding that the technologies at the enterprise have become obsolete and worn out for a long time, they also need modernization. And in order to reduce the amount of pollutants emitted, it is proposed to install certain sensors to record emissions, control them and put these statistics on the site so that people can record violations, if any of them would be. And a gradual transition to gasification, a process that is impossible without the support of the government of the Russian Federation. Such dangerous for the environment enterprises should strive for transparency of their business. After all, not only employees, but also citizens should see and understand how the processes at the enterprises are going to and how they can harm the ecology. Monitoring by the population will help to facilitate the work of the enterprises themselves, because the presence of failures and errors in production will help fix the problem earlier than it turns into one big "Black Cloud" of Krasnoyarsk.

For the successfully develop of any business, a number of measures are needed to help determine how existing environmental factors could affect the enterprise itself. One of that measures is the PESTLE-analysis, which determines the aspects of the external variables that affect the company's business. One of the aspects of the external variables is the environment that companies directly influence during their production process on the enterprise. There is a number of problems in Krasnoyarsk that have resulted from irresponsible business management of many Krasnoyarsk mining, processing and other enterprises. This article identified potential solutions to this problem, including a number of measures directly related to the marketing policies of the enterprises. The change in marketing policy was to introduce modern principles of social marketing. After all, as the population is dissatisfied with the environmental situation, a public opinion is created that the heads of those enterprises do not care about the health of the population and the ecology of the city itself [2,1]. People have become hostages to this situation - they cannot refuse the services of these

enterprises, because they are the first and important consumers and will always consume the services. That is why among the heads of enterprises the confidence has sprung up in the "future of the day" because it does not matter how environmentally friendly you conduct your enterprise and what opinion the people have about you, because consumers will always be. But times change and the campaigns understand themselves that it will be very important to have a good image of their companies in the long term. Strengthening measures from the authorities and the gradual improvement of technologies for environmental production, as well as the principles of marketing policy of enterprises, will lead the main "polluters" to new levels of their existence. After all, the urgency of environmental safety is becoming more important, more acute and inalienable. And, those who most detrimentally affect the environment, those will have a low competitive advantage, and, therefore, they will leave the market forever. And there will come a time when our descendants will not have to proclaim "Make Krasnoyarsk eco-friendly again".

#### **References:**

1. Chudinov O.O. Corporate Social Responsibility. Guidelines. 2016. – 61 p.
2. Alexey Havylo. Psychology and business. Social marketing. 2017.
3. Nilda Bullain. Principles of Fundraising/ Civil Society Development Foundation, Budapest. 2000- Hosted on the site
4. Dmitrichenko O.P, Zybin O.S. The concept of social marketing // Right. Management. Marketing. 2009. № 5.
5. Assel Kozhakova: Start with yourself! Social responsibility is not only corporate

### ***RECRUITING AND RETRAINING AS EFFECTIVE PERSONNEL POLICY INSTRUMENTS***

***Ochakovskaya V. A.\****

*Scientific supervisor: Candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.\*\**

***\* Reshetnev Siberian State Aerospace University, Krasnoyarsk, Russia***

***\*\* Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia***

The main target of any company is commercial profit. The availability of it becomes possible only with the right positioning of the company in the market. How much money do entrepreneurs spend on media planning? This is, namely, the allocation of an information about goods and services in the media, context-based banners on the first pages of the search results of on the Internet. Referring to advertising agencies or marketing companies (for example, Marketing Bar, MBP CONSULTING or Target Point Marketing), which develop projects and check with actual discounts, ratings and audience coverage, effectiveness of communication ways, managers hope that they will be able to increase the recognition of the brand.

It is necessary to understand, what marketing is like? The word "marketing" comes from the English word "market". In the classical form its definition was represented by Philip Kotler, the founder of the modern marketing theory. "Marketing is a kind of human activity, aimed at the satisfaction of needs by sharing" [2]. To put it otherwise, modern marketing is the process of anticipation of customers' expectations, offering to them unusual commodities and creative decisions with the help of a set of methods, techniques and tools to bring goods and services to the final retail consumers for getting a profit.

The main problem of modern companies is the deficit of qualified, creative specialists and, frequently, the only elements of a competitiveness between different companies are their brand, public and business reputation. Eventually, correctly organized system of the company marketing decisions has the opportunity to become its main competitive advantage and the method of sales intention.

*"When an entrepreneur wants to achieve a result, he should concentrate not so much over the ultimate goal as over subordinates' actions by means of which this result will be achieved".*

*Vladimir Zima, a successful businessperson, a top-manager of the large transport company LLC "TEC Rusglobal".*

The main marketing law: neither of the sellers can merchandise the goods, in which he is not sure. To regain some confidence in your own production, you should clearly know what its uniqueness is and how it can be useful to other people. Recruitment (a hiring, an enrollment) is one of contemporary marketing solutions, which is required to the successful conduction of a business. Recruitment is the marketing process, variety of HR-management that has a focus on search and selection of highly qualified staff for company. These employees must be able to intelligently explain to every customer features of proposed production remotely or through a personal contact.

Resources, by which applicants' recruitment will be committed, may consist of different schemes and moves:

1. How does a human looking for a job find out about companies' existence in the market and about its desire to recruit talented specialists into the team? Perhaps, the very first step, that a modern businessperson can take in order to make his brand visible, is the creation of own website. The SNEG, the service of commercial equipment, acts as an illustration of this marketing solution. On Sneggroup web-site a future clients or aspirants allowed to know how the company really works. They can use the information about engineering projects, made for supermarkets; familiarize with assortment of the trading equipment; view information about news, promotions and current vacancies; find contact information for communication with the company (e-mail address, phone number and geolocation data). The question is: "How to create the own site with a distinctive visual environment?" The most obvious instrument, that will solve the problem, is using such development sites in the network (a team of "Proektmarketing+1", organizing advertising campaigns in the Internet; agency of Internet-marketing, called "START", producing selling web-resources; web-studio "Kyber-nevod", that has been engaged in the development of sites in Krasnoyarsk since 2005). This type of organization can help the company to develop or upgrade the corporate style and effectively present their products, tools and willingness to cooperate.

2. Engaging IT-recruiters with the help of recruiting IT-agencies and portals (Indigo, GMS, SuperJob). Digital-recruiters, using social networks (LinkedIn, Facebook или Instagram) as advertising platforms help talented candidates and outstanding companies find each other. Scanning different specialized sites, containing resume banks, recruiters come into the contact with interesting candidate, according to results of which they employ a suitable specialist. "No one messenger can be compared with a personal meeting", - Lesya Arnold, a specialist of recruiting IT-agency Indigo [3]. Certainly, only in a personal meeting it is possible to understand, whether the candidate is suitable for company or not. A recruiter obtains additional possibilities to influence on the applicant: he can assess an applicant's behavior in an unusual situation; a style of responding to conflict situations, a sense of humor and erudition; watch out of mimicry and gestures; ask probing questions; learn, is candidate find out something about company in which he is looking for a job. After all, if a person can convincingly tell about his achievements in a ten or twenty-minute conversation on Skype, this does not mean that he can manage live communications as easily. An optimistic focus of recruiters on searching of relevant candidate's skills (even if he found insufficient numbers of them in online conversation) is another one advantage of a personal meeting. "Take such kind of a resume. Parents of this child gave him up for adoption. He did not graduate from university, jumped from work to work, lived a year in India. Moreover, he suffered from dyslexia. Will you hire this candidate? His name is Steve Jobs. Try to choose an underrated candidate, whose secret weapon is passion and sense of goal", - Regina Hartley, the head of the HR department of UPS Information Services, explains, why a candidate with an unsuccessful resume can sometimes turn out to be more useful to a company than an alumnus of an elite university [5].

3. Organization of interviews in formats of a virtual interviews or video interviews during which the candidate for the post tells thesis-presentation about himself, making a story about existences and skills that will help him to cope with tasks better than others. For a recruiting of employees through online-interviews, it is desirable to conduct a regular monitoring of various websites focused on posting resumes and vacancies (Jooble, RABOTA.RU). For example, the HeadHunter service since 2012 year regularly organizes "The Job Fair", which for two days has about 80,000 visitors. Plenty of "The Job Fair" visitors are young people aged 18-35, active users of global network, students and qualified specialists. Companies that are ready for communications, use all possibilities of this platform: they answer questions and instantly invite interesting candidates to chat for an interview and personally converse with them. The employer immediately get information about all events at the stand. At the same time, there are not active physical movements (tenancy for interventions, sending employees to other city), so "The Job Fair" is much cheaper than its offline prototypes.

4. Holding verbal activities with the introduction of non-standard forms of ShI-testing professional employees' competencies (subconscious, logical, verbal, narrow profile tests). There are some kind of tests: production of Talent Q: Elements™ series of tests to diagnose the applicants' intellectual abilities, the Drives™ quiz to determine individual merits and motivations of employees, the Dimensions™ questionnaire for estimation of the person's features, predicting success of the candidate in the professional sphere.

5. Developing ultramodern conceptions of receiving information about candidates. Aside from tests that check mathematical, cognitive and communication skills, it is possible to add alternative questions to a standard profile, aimed at studying creative traits of the character of the applicant, his propensity for

self-development. Kimberly-Clark is the example of the company-magnet for specialists. Kimberly-Clark compiled the list of eight types of “original thinkers”: the dreamer, analyzer, muse, adaptor, maker and inventor. On the company’s site candidate can answer some interesting question, for example: “What are you thinking about, going to a grandiose music festival?” or “Which of hashtags on the picture do you associate with the job application?” – and find out, what type of eight “original thinker” he likes. The list of suitable vacancies is offered to candidate simultaneously with the characteristics of the type of thinking. In this way, Kimberly-Clark gets information about applicants, demonstrating that the company is interested in them and that in that sphere they will have opportunities to develop professionalism.

Retraining is the important element in the area of HR-management. Even when companies make a recruiting of specialists, they not always manage to find a person who fully complies with the expected results. Therefore, businesspersons, searching for relevant employees, are faced with unforeseen circumstances when they opened a subsidiary of a large Russian metal trader in China. They needed specialists who received a higher education in such profiles as technology, machine-building, engineering, and at the same time knew foreign languages. However, it was not easy to find them. Most young people enter the higher education institutions in China, in order to obtain a diploma of an interpreter in a few years, but this is not enough to work in the sphere of high technologies. So company had to hire an employee, who had graduated the linguistic university and further educated him [1].

Is an amateur capable of recognizing technical characteristics of mulchers on tractor FERRI TFC/R 1600? Alternatively, can he agree on transportation of cargo with the transport company “Business Line”? No, of course not. Consequently, it is necessary to invest not only in the success of HR managers, but also invest in training their team.

According to statistics, many employers are suspicious of such investments. They do not want to lose their money and professionals who, having updated the base of strategic knowledge and evaluating prospects, can plan a transition to another organization. Managers hire rather workers' hands for a particular operation than minds and often do not consider it necessary to hire speakers, because they are not ready to use results of training to the maximum and spend working time on educational programs.

Nowadays, there are various ways to improve the skills: from standard teaching lectures, which give the employee the notion of new tools, to master classes and trainings. On the market, successfully work long-term projects and so-called “updates”, that is one-day workshops for professionals, where participants can discuss the latest cases, trends, trends. The shining example of this practice can be:

- Higher School of Communications, educational project on communications in marketing, HR, management and business administration;
- The training company "BusinessClass", which makes educational plans for companies, organizes workshops, seminars, master classes;
- Webinars from BaitekMachinery in online training format;
- "Business School of Natalia Lavrenieva" in Krasnoyarsk, that conducts trainings on advanced sales and technology, the ability to negotiate and feel the client's psychology;
- The training center at Bauman Moscow State Technical University, called “Specialist”;
- The site of the “Central Training Company”, where the video on basic and advanced technologies of business management and practical secrets of management are available for public access.

In this way, after analyzing issues of personnel policy, it can be estimated that the practical application of optimization human resource policies methods of the company is much more effective than investing in advertising. The best instruments for increasing sales and the recognition of the company are recruiting and retraining. The goal of recruiting is to bring creative employees to the company and in order to achieve this goal, it is necessary to attract candidates of a wide spectrum. Recruitment must be turned into a marketing process to enable the differentiation between competing companies and increase the candidate’s involvement in the activity of organization. This proves that the specified examples of ways to optimize the personnel policy, for its part, can contribute to increasing the efficiency of the company. Furthermore, leaders of market become leaders, because they have lots of knowledge, more diversified experience than other specialists [4].

#### **Reference:**

1. Ivan Smolin. It is a myth, that everything is cheap in China. 2017: [Electronic resource] // TBK URL: <http://tvk6.ru/publications/after-news/24671/>. (Date of the application 17.03.17)
2. The Internet marketing and digital-strategies. Principles of effective use: Textbook. Allowance / OA Kozhushko, I. Churkin, A. Ageyev and others; Novosib. State. Un-t, IntelSib. - Novosibirsk: RIC NSU, 2015. - 327 p.

3. Lesya Arnold. 10 differences between IT recruiting in Ukraine and the USA. 2017: [Electronic resource] // AIN.UA. URL: <https://ain.ua/2017/03/06/10-otlichij-it-rekrutinga-v-ukraine-i-v-ssha>. (Date of the application 10.03.2017)
4. Evelina Khmelevskaya. Market leaders have become leaders because they have great knowledge. 2015: [Electronic resource] // Chernozem.info - information portal of visual culture. URL: <http://chernozem.info/journal/evelina-hmelevskaya-lidery-rynka-sta/>. (Date of the application 17.03.17)
5. Regina Hartley. Why the best hire might not have the perfect resume. 2015: [Электронный ресурс] // TED. Ideas worth spreading. URL: [http://www.ted.com/playlists/464/how\\_to\\_run\\_a\\_company\\_like\\_a\\_vi](http://www.ted.com/playlists/464/how_to_run_a_company_like_a_vi). (Date of the application 17.03.17)

## **CONTESTS IN THE NETWORK AS A NEW KIND OF INTERNET MARKETING**

***Panchenko Y. V.***

*Scientific supervisor: Candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

Bill Gates once said that if the company is not in the Internet, it is not in the business. A couple of years ago the site was mainly a matter of image, but today its availability is a prerequisite for the promotion in the market [1].

Have you ever thought of how much time now we spend in different social networks? And how often do we come across different posts, pop-ups and other elements with a variety of contests and competitions? Most often, we don't like it, because it irritates us, distracts from the useful information, but they draw attention to themselves and become popular when people take part in them or even win. But has anyone of you ever wondered why these contests are held? Do the organizers abruptly became so generous, or do they have so many goods that it is easier to give them away than to wait for consumers to buy the goods. We can say that what we face with every day is a big industry of Internet marketing with its laws, rules and calculations. But before we delve into the specifics of these contests, let's learn a little theory.

First of all it's necessary to give the definition of Internet marketing. All of us know that marketing is 4 P-s: product, price, place and promotion. **Internet marketing** - is normal marketing, but migrated to the Internet, basic elements of which are: price, product, sales place and promotion. And the main goal is to turn visitors into buyers and increase the profits of the company. We can also say that internet marketing is a set of techniques on the Internet aimed at attracting attention to the product or service, promoting that product (site) in the network and effective promotion for the purpose of sale [2].

Basic tools of Internet marketing are:

SEO (search engine optimization);  
e-mail-newsletter;  
advertising in social networks;  
contextual advertising;  
banner advertising;  
arbitration of traffic.

The advantages of Internet marketing are as follows:

### **1. Interactivity**

You can use the Internet to interact directly with the audience, liaise with clients and monitor the situation.

### **2. Targeting**

This mechanism allows allocating only target group from the whole audience and displaying advertising only to the target group.

### **3. Web Analytics**

It helps to understand which actions proved to be most effective and attracted more site visitors, which are then converted into purchases.

**Social Networks** are a good tool to distribute content and to increase recognizability. The list of popular social networks includes: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Vkontakte, Odnoklassniki and others.

So, being more or less informed about Internet marketing in general terms, we can go directly to the contests.

**The purpose of the contests is:**

- to increase in coverage of the page, without any additional budgets;

- to activate subscribers to improve the rate of involvement;
- to enlarge the customer loyalty to the brand. If the organizer of the contest fulfills his promises, not even the successful participants will subsequently be more loyal to the brand;
- to attract new subscribers;
- to help promote and bring a new product to the market.

**The ratio of the value of the prize and mechanics of the contest:**

If you a pen or notepad is a prize in the contest, then you can't ask subscribers to add your photo to attract to this competition the greatest number of people, you probably won't even ask them to share this post, and to participate in the contest, just respond to this entry and give "likes".

If the prize is more valuable, for example a certificate for a large sum to the Spa or the phone, "like" won't be enough and the conditions of this contest will be much more difficult. Most often, in order to participate in big contests you are asked to subscribe to the pages of his sponsors, to bring to the competition as many friends as possible, upload photos and so on.

We can see this on the example of two competitions in the popular social network Instagram:



We see two pictures with jokes, but in the first case the prize is a cake with any design, and in the second case it is a jar of peanut butter, coffee and chocolate. Now we can conclude that the prizes in the first case are more valuable and more expensive than in the second, and now let's look at the rules of these competitions. In the first case, we are not asked to do a repost or write comments (which you can see only one picture), but we are asked to be subscribed to all of the sponsors of this raffle and like under the photo with drawing on their pages, as well as to involve as many of their friends. In the second case you just need to be a subscriber of the page that organizes this contest, respond to a record and bring 3 friends.



Before drawing final conclusions, let us ask ourselves, has anyone ever thought of how we promote these pages even just adding competition for their. You can build a small chain of sequences: We see a contest/ we like it/ we repost to our page → than our friends, acquaintances, subscribers just notice this contest on our page/ they like it, they subscribe to the profile of the organizer/ make a repost to themselves, and so on. This chain can continue almost endlessly. Just imagine how much more popular will the site of the organizer be only from one contest, but how many people know about his may be not a very popular product, want to buy it if they didn't win. We are doing a big ad for these pages, even without knowing it and without thinking about it.

Thus, we can conclude that nowadays, when social networks have become an integral part of everyone's lives,

Internet marketing is the most effective way of promoting and advertising goods and services. Besides, it is more advantageous since with the same amount of investment advertising on the Internet will be of great profit to cover a large audience than advertising on the street, radio or TV.

### References:

1. <http://www.gd.ru/articles/8149-instrumenty-internet-marketinga> (дата обращения 05.03.2017).
2. <http://hiterbober.ru/business-terms/chto-takoe-internet-marketing.html> (дата обращения 28.02.2017).

## ***HOW GENDER BIAS AFFECTS WOMEN IN BUSINESS***

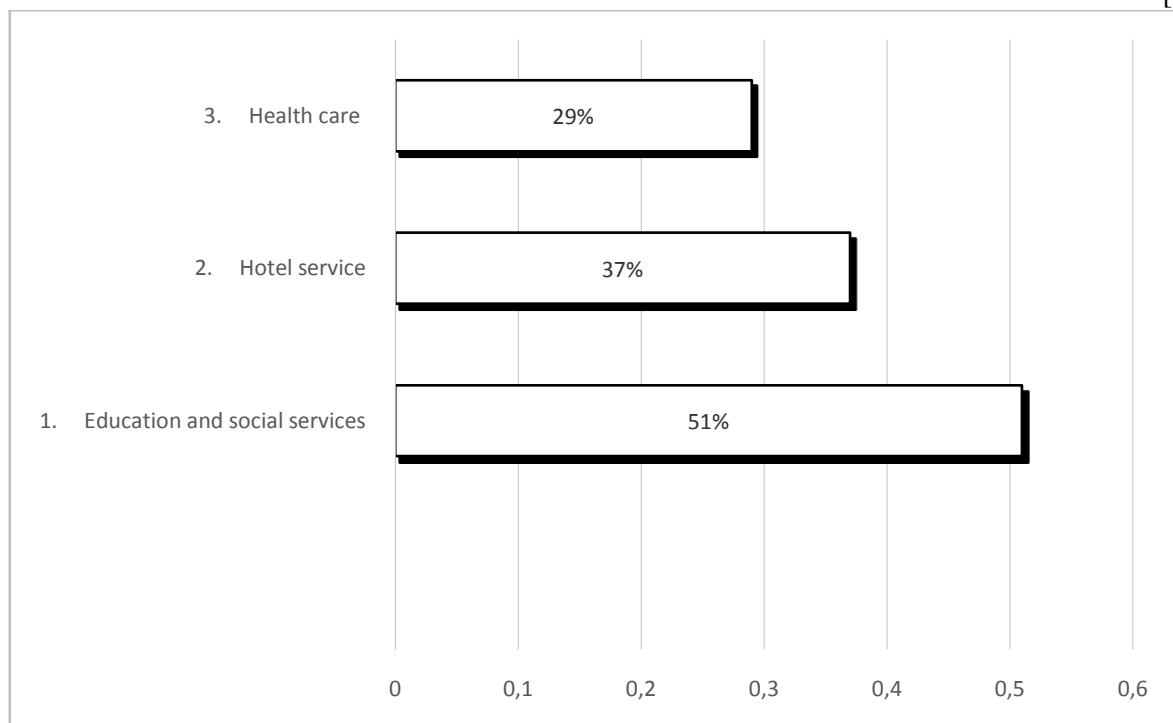
***Popova A.D.***

*Scientific supervisor: docent Antonova N. V.*

***Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia***

A man was master of the house and the breadwinner in the traditional society. Therefore, people have formed an opinion that business is only man's sphere. Traditionally, women have been mothers and homemakers. Therefore, there are professional spheres, which do not require different system of values and can be combined with traditional social roles of women.

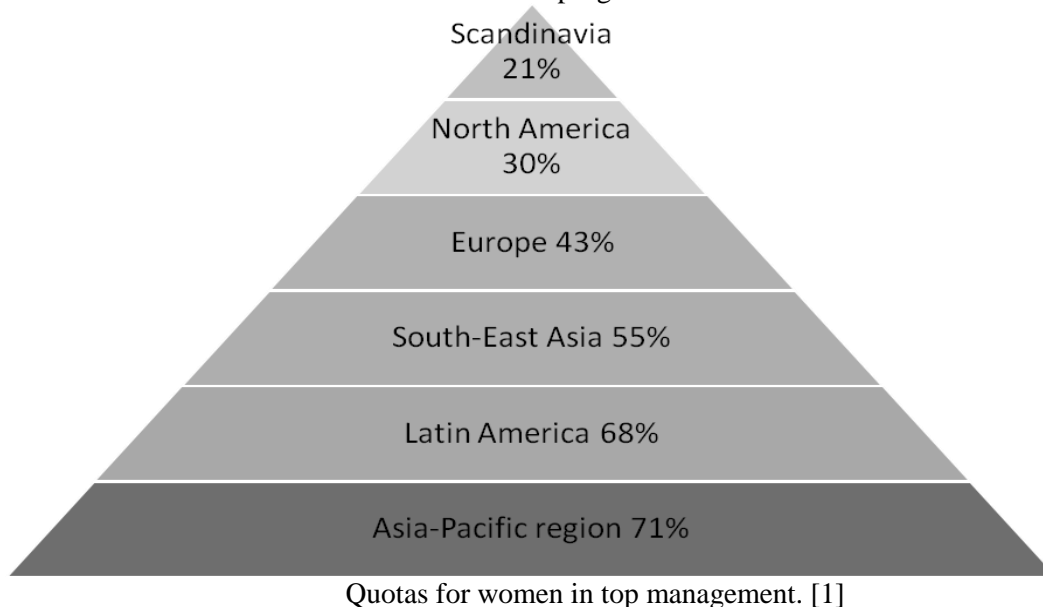
[1]



However, progress needs structural changes in the economy. The consequent need for realizing career ambitions and being self-sufficient has increased. Women ought to reconcile family and professional roles. Therefore, at the end of 20th-century businesswomen have become an economic force in the USA and in Europe. Considering all these facts, there is a problem that women need a rejection of traditional roles within the family.

If women want to have prestigious jobs, they should be competitive and have men's personal qualities. However, a new worldview is shaped that can be contrary to traditional values and ideals. Because of it, women must overcome barriers that their men-competitors do not face. Firstly, break the ingraining stereotype of man-leader. Women need to prove that they deserve to be in the top positions. Secondly, it is necessary to achieve balance in investments into men's and women's business. More often, investors have assumed a woman as a leader who can be entirely devoted to business, because she will not sacrifice family for work. According to the research of Denver College, percent of capital investment funds, which women own is low. Despite all odds, it increases every year. Funds that are aimed to invest in female entrepreneurship occupy only 11%. (Maybe because women are not risky enough and they cannot put everything on the line for the victory). Thirdly, there is lack of female role models. In the most cases, we even do not think of successful women in the business sphere. However, if you look through Forbes's list, we can find impressive examples of authoritative women on the top. Women are top managers in the big companies such as IBM- Ginni Rometty, Yahoo! - Marissa Mayer, Discovery Networks - Olga Paskina. They are successful and powerful women in international businesses. Fourthly, most of the laws in Russia are directed to make better conditions for "men's" business than for "women" spheres of business. However,

many countries implement the law about quotas for women in top management. It helps to achieve gender balance in business and to make economic and cultural progress.

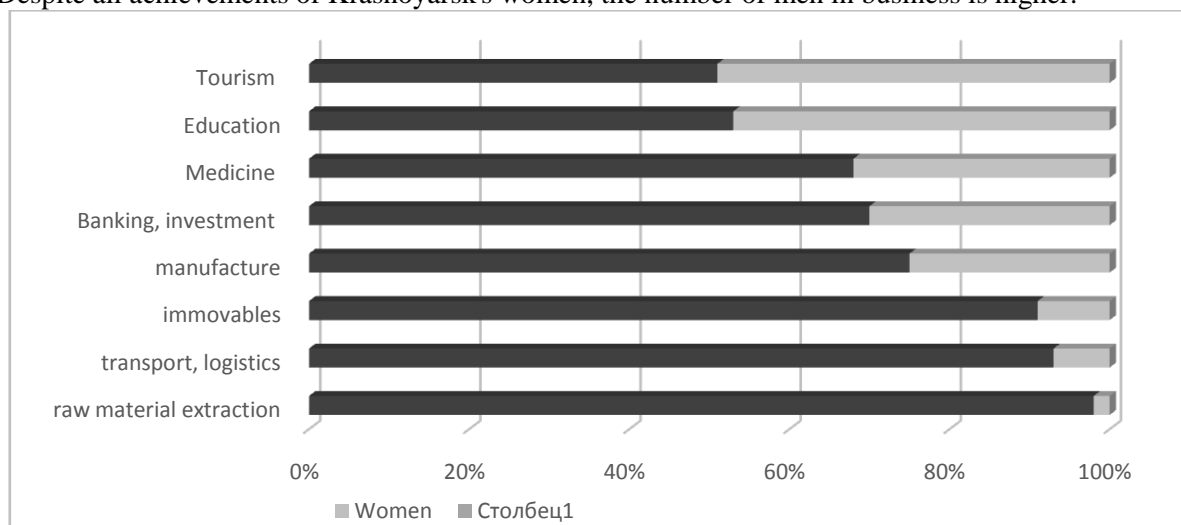


There are some behavior models that will help to compensate social roles that women cannot fulfill, doing business.

1. Business women can combine successful work with a family – to take control of the house in her hands, but all housework is done by the husband and other family members or she hires a housekeeper.
2. Women entrepreneurs are free from marriage and children. This model is acceptable for young women and has long been cultivated in the West; it is also suitable for Russia.
3. Women do all housework by themselves

If you want to be successful in business it does not matter what your sex is. Because the main thing is a personal characteristic as a leader. As Margaret Thatcher said, "Any woman who understands the problems of running a home will be nearer to understanding the problems of running a country".

At the end I want to underline that in our city, in Krasnoyarsk, we can see a lot of successful business women who can combine social roles as mothers and entrepreneurs in a good way. They are not held back gender bias. They are in the top positions in men's spheres: Insurance companies (Catherine Prostakova, Margarita Filippova), financier and auditors (Inga Volkova), Bank executives (Alena Safarova), furniture production (Ksenia Stekolnikova, Marina Serina, CatherineWil). In fact, companies run by women are more successful and recession-proof in long terms. As women are not risky, they are meticulous about every step and analyze future aftermath. Women and men are equal participants in the annual prestigious award in Krasnoyarsk region "Successful lifestyle celebrities" and women reward the greatest amount of prizes. Despite all achievements of Krasnoyarsk's women, the number of men in business is higher.





## References:

1. [http://www.gtrus.com/doc/public/surveys/2014/gti\\_ibr2014\\_2ru.pdf](http://www.gtrus.com/doc/public/surveys/2014/gti_ibr2014_2ru.pdf)
2. <http://newslab.ru/news/755732>
3. <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/285697.html>

## ***THE IMPORTANCE OF NONVERBAL COMMUNICATION IN MANAGEMENT***

***Ptukha V.D.***

*Scientific supervisor: teacher Lukhtina M.A.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

We should notice that communication can be considered as one of the most important and basic needs of human beings. It can be defined as exchange of information between entities [3].

Every second we can get a lot of information, most of which and more valuable of that is received not at all from words.

Numerous scientific researches in the sphere of human psychology agree with the opinion: words have just 7% of information! We get 38% of information by means of voice and 55% by means of body and facial expression [4].

Nonverbal communication between people is communication through sending and receiving wordless clues.

It's well known that good communication is the foundation of any successful relationship, be it personal or professional. It's important to recognize, that it's our nonverbal communication that speaks the loudest. The ability to understand and use nonverbal communication, or body language, is a powerful tool that can help you connect with others, express what you really mean, and build better relationships [1].

Numerous scientific researches in the sphere of human psychology show all people can be divided into 3 groups according to the knowledge about perception channels of surroundings.

Visual - concerning visual perception.

Usually these people use such words as: I see, brightly clearly, clear, vaguely, brilliantly, to depict, to outline, to plan, picture, view, limits, perspective, opinion etc.

For these people visual form of information perception is important.

Another group of people discuss the information in themselves thoroughly. In their speech there are a lot of audial words.

Audial – concerning acoustic perception.

Audio words: consonant, ringing, loudly, quietly, in one voice, to listen to, to speak, to sound, noise, music etc. At business meetings you can hear:

Listen, it's absolutely an empty phrase for me. I've heard it thousand times. That's why let's speak more concrete.

Ok! I am ready to inform you about everything you want to hear. I am sure your intuition will suggest you a right decision.

At last there are people who trust more their body sensations than sight or hearing. To make decision they need to become stronger in their feelings. You can urge or support them if you use kinesthetic words from their lexicon.

Kinesthetic – concerning sensations of body and motion.

Kinesthetical words: hard, easy, warm, cold, strong, to catch, to hold, to relax, to get burned, to feel, comfort, difficulty, relief etc.

I don't feel there is something to catch. Everything is so changeable and unsteady.

But let's hold this variant. Don't you feel there is something attractive. I really feel that is exactly what you need [4].

For a good manager, it is very important to Listen to his/her partner or employee very attentively and single out from his/her speech signal words. It's important to understand who is before You: audial, visual, kinesthet? Frequent usage of preferred perception system by the person lets establish his/her trustful relations to you, as a manager and professional, it will help to influence the decision in your favour when you have business talks, important meetings with employees [1].

Some managers use another method about that many people have no idea. We are speaking about eye contact:

- Look upwards and to the right – in this case visual constructing is happening, creating a new visual image of the person.

- Look upwards and to the left – visual recollection.
- To the right horizontally – audio constructing.
- To the left horizontally – audio recollection.
- Down and to the left - kinesthetic access, sensation of the body [4].

Good managers always follow attentively changes in facial expression of their partner's face, when he agrees, doesn't agree or when he is embarrassed. You as a talented manager won't have any difficulties to differentiate these three conditions. Always keeping your eye on the people you'll get invaluable experience.

Now we would like to say a few words about such important phenomenon as calibration. Calibration is identification of external instinctive signs about inner condition of the partner. Agreement – disagreement, trust – distrust, pleasure – displeasure.

Skilled managers use the results of calibration exactly as signals of traffic lights.

They move forward freely if they see agreement. They wait, if their partner or employee shows embarrassment. And if they see refusal, they stop. They perfectly understand that something has gone wrong. And they can lose their partner. Talented managers realize you should follow the rules or lose the partner forever.

Facial expression and gestures of people very often show very clear their attitude to you as a professional. And if you take into account your own intuition and compare all these actions in the moment of communication, you can make definite decisions for yourself very clear, if this person needs you to have a contract with or he doesn't need.

If you know exactly, that he is a visual, you'll be certainly dressed decently, not letting even your socks you have chosen out of place, spoil all your talks. But if a person maneuvers perfectly in all representative systems, you should speak correctly and behave correctly.

And a competent person understands perfectly on the talks, that things that he is speaking don't say anything about him, but his behavior shows everything [2].

Nonverbal gesture, pose, some motions, eyes position, grins, hands, legs, body, everything will tell about you 99% of information. What you really think about this matter, what is your real attitude towards it, how you overcome yourself speaking to this person. Or on the contrary you tremble before him, but don't want to show it.

#### **References:**

1. Hargie D. W. O., Dickson D., & Tourish D, 2011, Communication in management, Hampshire, Gower Publishing Limited.
2. Hogan K., 2010 Secrets of Reading Body Language, retrieved on June 18 from.
3. Khan A. A., 2001, Non-Verbal Communication: Fact and Fiction, retrieved on June 15 from.
4. Lukhtina M.A. Nonverbal Communication in the context of conducting business negotiations/M.A. Lukhtina, - сборник Международной заочной научной конференции «Проблемы современной аграрной науки», - г. Красноярск, ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ, октябрь 2016 г.

### ***CREATING A SOCIO-PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE ORGANIZATION***

***Shirokova O.V.***

*Scientific supervisor: Candidate of Pedagogic Sciences, docent Kapsargina S.A.*

***Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia***

Every leader wants to see his company successful and developing with high and stable activities. As it is known, the development of the organization is affected by a large number of factors such as, economic ties, scaling up, innovative production technologies, the right strategic goals and their implementation.

We can say one of the most important factors is the company's culture, psychological and social climate within the company. M.P. Follett investigated psychological methods of managing production systems, human relations in groups within the enterprise in the 1920's - 30's.

Having studied this problem we can draw conclusion that philosophy M. P. Follett is aimed at recognizing the desires and motivation of a person or group.

The employee must understand the value and significance of his work. But most managers do not consider this kind of motivation, considering that the employee will show higher results for material reward.

According to M.P. Follett it is better to join all the participants in the analysis of the situation that needs to be solved, because every person understands the degree of responsibility individually, notes the results and analyzes success and failure [1, 2].

M.P. Follett pointed out the essence of the concept is in collective responsibility for production. Follett distinguished two categories of collective responsibility: "dependent or solidary responsibility " and "independent responsibility ".

She also distinguished solidary responsibility will lead to integrative union; collective control over the production processes will give more guarantees of fulfillment of tasks and goals. She promulgated the idea of "independent" responsibility for the workers. M.P. Follett considered workers play an important role in creating the policy of the company. She tried to organize complete "independent power" for workers. But such concept was rejected. Many founders of management schools believed that independent responsibility should be transferred to workers, only in particular cases. She struggled with this opinion giving the example of a tyrant husband who shifted some decision-making to his wife, when he was afraid to take responsibility, because he was not sure of the successful outcome of his decision.

From Follett's point of view, groups of people function as a whole and the formation of person takes place while interacting with society. Follett's goal is to create a society that lives on a group principle; she used widely the concepts of collective will, spiritual unity and collective way of thinking. The task was not the destruction of a person; on the contrary, the task was the desire to prove that a person can find his own "I", only in a group [1,2].

It is very important to take into account such factors as time, place and circumstances in which orders are given. She paid much attention to the accounting of the psychological reaction of the worker, who received orders in the form of an order, highlighting that the response to an order form of management is a kind of resistance, it is impossible to get people to perform their work qualitatively only on the requirements and giving orders. If you solve this problem with convincing, nothing will be obtained, because, employees can take conviction as hidden form of order.

The work is required to organize so that the boss and the subordinate follow required situation instead of giving orders in the form of an order. Therefore, fact control will take place instead of personal control, then the search for alternative ways of solving and analyzing the problem, the next step determines what needs to be done. Orders will be based on actions, not vice versa [1].

Also M.P. Follett paid attention to the questions on the solution of conflict situations. She suggested an idea of "constructive conflict", defined three types of conflict resolution. But Follett considered "integration or integrative unity" as the most effective way. Personal development is an integral part of integration. Follett established educational centers for adults where she taught people to interact with each other - to integrate on the base of her experience and knowledge. She developed creative thinking, proposed various ideas for productive actions, giving examples of successful people at that period of time. This is an ideal conflict solution, where both side sacrifices nothing and both sides win.

The main difficulty in solving conflict situations is the inappropriate influence of leaders on the one hand and the crowd suggestibility, on the other hand. Domination according to Follett is the simplest and the worst method of solving conflict situations. In this case, there is a "victory" of one side over another. Compromise is an agreement reached by mutual concessions, in this case each of the parties sacrifices by something. In this case "sacrifice" is given by each party not in large scale in order to conclude a truce. Therefore, it is not worth hoping for a complete conflict solution. Further contradictions will arise more and more in the activity process [2].

Follett made a great contribution to the development of the psychological school of human relations in management. She was convinced that the main factors affecting the growth of labor productivity were psychological and social factors, not material ones. After her death in 1933 her work on management in American management was forgotten until the 1930s and 1940s. Gradually, her work attracts followers in the UK and in the 1960s in Japan. The fact of group relationships and the formation of the collective will of employees are clearly traced in the management methodology of the Kaizen organization, which was presented to the world in 1986 [3, 4].

So we can make conclusion, the competitive advantage of the company is how its managerial and organizational processes are built. It is important most of managers are not ready to destroy the existing competencies and move to a new stage in the development of managerial processes.

#### **References:**

1. Thompson, K. The Early Sociology of Management and Organizations / K. Thomson // By Routledge, 11 New Fetter Lany. – London, 2003.

2. Domenec M. Ethics in Management: exploring the contribution of Mary Parker Follett / M. Domenec // IESE Business School – University Navarra. – 2006.
3. Imai, I. Gemba Kaizen: A Commonsense, Low-Cost Approach to Management / M. Imai – New York: McGraw-Hill, 2012.
4. Imai, I. Kaizen: The Key To Japan's Competitive Success / M. Imai – New York: McGraw-Hill, 1986.

## **IMPORTANT PLANING**

**Volchok P. A.**

*Scientific Supervisor: docent Antonova N.V*

***FSBEI of HE “Krasnoyarsk state agrarian university”, Krasnoyarsk, Russia***

*Nothing can get you more energy than the energy concentration on a limited number of tasks.*

*Nido Kubeyn*

To get started is to figure out what plan and what it involves.

Planning - is the development and adoption of targets for quantitative and qualitative nature and definition of the most effective ways in achieving them during the specific time horizons. [1]

It should be noted that the plan is the allocation of time frames in which the goal could be achieved.

In general, the plan involves the following steps:

- Setting goals and objectives
- Preparation of the plan step by step
- Identify resources and their sources
- The definition of performers
- Fixing planning results in a material form (in the form of a project, model, plan, order in writing, and so on.) [2]

Planning - one of the most important components of the success of any company and for each of us.

Therefore, we can distinguish two types of planning:

- personal planning
- business planning

Let's start with the Personal Planning.

There are 5 personal resources of a modern man: time, health, money, status, power.

For me, the most important of these resources is the time to spend it in an empty not in my best interest, therefore, I have to learn how to plan it for the rational use of their forces and personal development.

Personal planning - is the key to success in any business, and all life in the future. It begins with the planning of the day, week, month, year and ends with the planning of a lifetime. [3]

Life plan cannot be clearly established. But he must have at least a few goals that come to what you will feel 100% realized person. Each of these goals must be realistic and described in detail the brightest.

These goals will serve for further actions and will make you do every day at least small steps to realize them.

Once again, remember that time is a limited resource and therefore it is important to know how to prioritize.

Currently, there are many personal scheduling systems and I'll propose to make out the most popular ones.

- **Time- management**

The essence of this system is to determine the time the main goal, prioritize. The plan for the day we can use the ABCD indexes. Therefore, A - the most important goal for the day and then descending. All possible plans should be written! While the idea is not recorded - it does not exist.

- **Bullet Journal**

The author of this planning system - a web designer Ryder Carroll (Carol Ryder)

The system is based on the compilation of the lists. It has the designation for a planned cases, very important cases, appointments, notes, etc. An important detail - page numbering and making a contents list. It will help you to avoid of turning over each page and save your time. The system provides space for the realization of their creative ideas, it allows you to include a daily all you will think: Wishlist, favorite movies, the list of food that you would like to taste etc.

- Another example of drawing up plans for the system **GTD- Getting Things Done.**

This system is described in one of the books of the trilogy by David Allen, which was

published in 2001. Its principle is to direct all forces to perform tasks themselves rather than on their memorization and planning in my head. Every business, meeting, idea, in a word everything should be written down on paper! After we recorded everything that might accidentally fly out of your head should be made clear what should be done with that information, and whether you want to do ever thing worthwhile in general. Then implementation should be organized i.e to identify the perfect result and a list of sequential steps to achieve it. And the crucial part of any planning system is the fulfillment of tasks.

- **Mind Map**

This system is suitable both for personal planning and business planning. To compile such a card you want to select one ultimate goal, such as going to college. Then hold the arrows to the means to achieve this goal (visit additional classes, the choice of institutions, preparation of documents, etc.). Make additional attempts to obtain further information card (exactly what you need to prepare documents) and time intervals, are required to complete each task.

In business, these cards help to make a decision in disputed situations, as well as to gather all the information together and assess the capacity of the company to achieve the ultimate goal.

A man who knows how to properly organize your time, quickly reach their goals in life, faster growing in a field which is a priority for him.

The difference between a person who uses the planning and does not use it, is the same as between a pedestrian and a person who rides a vehicle. Each of them will reach from point A to point B, but the car - a private plan, which will take you quickly and easily.

I think for any company's main objective is constant development, because the main task for senior managers is a well-written plan for future activities.

Business planning - the main mechanism and enterprise management tool that determines and predicts its effectiveness in the future. Creating a business plan will allow the management team more effectively use the funds and assets of the enterprise. It will improve and improve financial performance and achieve excellent profitability.[4]

Business planning is better divided into a long-term and short-term periods.

Long term - 3 - 5 years. In drawing up such a plan options are being worked out for the expansion of production, respectively, the result of such a plan will serve as a preparation of more extensive long-term projects and the adoption of certain new standards in key areas of future activities.

Current planning involves planning for the current year, quarter, month. It includes work on the plan, costs, profitability, profit, etc.

In general, a good planning allows businesses to use their resources more efficiently. Just like with personal growth, development of the company is gaining its momentum. Companies are beginning to run at times better than before. This can be assessed by key indicators: profitability, sales growth, profitability.

#### **References:**

- 1.Active business consultations <http://www.active-consult.ru/businessplanning.htm>
- 2.Blog of the Young Analyst <http://humeur.ru/page/lichnaja-samoorganizacija-i-planirovanie>
- 3.Humanitarian legal portal PSYERA <https://psyera.ru/4018/rol-planirovaniya-v-deyatelnosti-organizacii>
- 4.<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5>

### ***CORRUPTION IN THE RUSSIAN MANAGEMENT AND IN SOME COUNTRIES OF THE WORLD***

***Zolotuhina E.N.***

*Scientific supervisor: Candidate of Pedagogic Sciences, docent Kapsargina S.A.  
Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia*

Corruption is one of the main problems in Russian management at present. According to the results of the research, corruption has grown so much that it threatens to the economic security of the Russian Federation. It affects the level of social and political existence of the Russian Federation, makes slow its economic development. Corruption is a cause of inequality of income between rich and poor people in this country. The reason for the profit growth of the rich is their dishonesty in relation to the state. Today, profit of rich increases due to the low salaries of employees, not paying taxes to the state, the illegal disinvestment from the country. Corruption connected with officials is very difficult to identify. Some officials, working in public office, are engaged in commerce, covering their companies. In order to monitor corruption in Russian

management, it is necessary to use corporate audit technologies developed by some Russian experts. Audits are conducted in several stages: organization, identification of causes, identification of risks, analysis, and optimization. Audits at the enterprise are conducted without the participation of personnel, so as not to lead to conflict in the team. It was revealed analyzing the activities of Russian organizations that criminality is increasing with the growth of business in the Russian Federation and companies with a good reputation in the market also are involved [1,2].

The mass media publish dozens of articles with the names of companies that have stolen from the state huge amounts of money, but only a few have been punished. According to the Prosecutor General of the Russian Federation, investigations are being conducted, but the results are not advertised for some reason. If this information is available to most people, some firms may lose their reputation, both in Russia and abroad.

It is necessary to make changes to the criminal code in the near future for more effective tracking and in case of revealing a severe punishment to persons involved in corruption in the Russian Federation.

We have studied this problem in other countries. For example, Denmark is regarded as a less corrupted country in the world over the past few years. The police is responsible for this sphere, every citizen can make an application to the police to verify any breach. Members of the Folketing, public men and the media control corruption violations. The newspapers publish data on suspected corruption, based on these publications; the police can conduct an investigation. In Denmark, corruption is punishable by criminal and administrative responsibility. The most effective method of corruption fighting was adopted in 2002, according to this law ministers must publish data on income and personal property annually. Ministers had to sell their shares of foreign companies, since, having shares of such companies; officials could use their official position in economic interests [3].

As for Canada, there is no separate anti-corruption agency, but there are criminal, administrative and legislative penalties focused on preventing and combating corruption under the Canadian government. Corruption in Canada includes the following offenses: giving and receiving bribes, bribery, brokage, etc. The media, various associations take part in the fight against corruption. There is a Commission of Public Complaints, which deals with complaints of citizens in the police [4].

Corruption is regarded as an offense In Japan, so Japan is in the top twenty ranking of the state against corruption. If officials have used their official position to obtain property and non-property benefits in any form, the offenses are prosecuted by the Criminal Code and a number of other laws and regulations. In Japan, politicians are forbidden to combine work in parliament with other activities. The state controls the receipt and use of monetary funds of politicians, they are prohibited from receiving money from companies that are located both in the territory of the Japanese state and foreign countries. There were cases when officials violated the law and were brought to criminal liability. The Japanese study and analyze the methods of fighting corruption in foreign countries and some of them are applied in their country [5].

After analyzing corruption in management in different countries of the world, the following conclusion can be drawn: the methods of fighting corruption are worked out in many countries of the world, they are prosecuted by law. Corruption should be regarded as a serious offense and be punished offenders strictly by law in this country.

#### **References:**

1. Новикова О.С. Основные направления формирования антикоррупционной политики в условиях Российской Федерации //Юристъ – Правоведъ. 2007.
2. Kalinina, L. Corruption in Russia as a Business / L. Kalinina // access mode: [http: www.imrussia.org](http://www.imrussia.org)
3. New Zealand and Denmark deemed the least corrupt countries in the world / Business day // access mode: [http: www.stuff.co.nz](http://www.stuff.co.nz)
4. Canada's Fight against Foreign Bribery / Global Affairs Canada // access mode: [http: www.international.gc.ca](http://www.international.gc.ca)
5. Transparency International, Corruption by Country: Japan ([http:// www.transparency.org](http://www.transparency.org))

*USING STEVIA EXTRACT AS A SWEETENER IN CONFECTIONS*

*Kirnos A.V.*

*Scientific supervisor: teacher Kulakova N.S.*

*Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia*

Today in our country an important role is played by the introduction of new multifunctional products in the diet of the population, as food occupies the Central position in the life of every person. This article discusses the use of stevia extract as a sweetener.

Stevia is a genus of perennial plants, including 260 species of herbs and shrubs that grows to 1 m in height and have leaves up to 2-3 cm [4].

Stevia prefers a subtropical climate with an average ambient temperature of +24°C. For good flowering it should be about 140 mm of precipitation per year, it likes sandy loam or loamy, acidic, constantly moist but not flooded soils, does not tolerate saline soils. Stevia reproduces vegetatively. This plant is also known as "honey leaf", "sweet leaf" and "sweet grass" [4].

Long since local residents began to use stems of stevia as a sweetener in food. In 1931, the Europeans were able to identify its glycoside which is in the form of the extract is called stevioside. In Japan in 1977 began the commercial use of stevia extracts [1].

One of deconstruct stevia is low in calories, so it is used in cooking for children and adults suffering from diabetes mellitus, obesity, and cardiovascular failure [1].

In addition, at the present time, the stevia extract is widely used in the food industry, in products to which you have added the sugar:

- alcoholic and non-alcoholic beverages, since the heat treatment process and the use of alcohol solutions stevia extract does not decompose;
- in confectionery and bakery products because stevia and its extract contains no calories as it is a plant product;
- in dry and condensed milk, ice cream, cheese, as a sweetener cheaper than sugar about five times, and it requires 200 times less;
- when preserving puree and jams, during long period of storage allows the use of stevia extract for 10 years without losing its original qualities.

However, stevia extract, there is one slight drawback - it is not subjected to caramelization, so that it cannot be used in the production of caramel products [2].

Stevia from year to year continues to be a topical sweetener because it has a more pleasant taste, similar in taste to sucrose. It is proved that taking the approved daily dose of 5 mg stevioside/kg is not safe and can lead to dangerous complications [2].

Comprehensive biomedical research conducted by members of the Institute of chemistry and technology of drugs, as well as the Institute of food hygiene of MH of Ukraine also confirmed the data of world scientific literature that the stevia glycosides do not possess toxic, mutagenic, carcinogenic properties, does not affect reproductive function (gonadotropic, embryotoxic and teratogenic effects are absent) [2].

In the chemical composition of stevia extract includes huge amount of vitamins P, A, E, C and minerals calcium, potassium, magnesium, fluorine, zinc, silicon, iron, chromium, selenium, cobalt, manganese, beta-carotene, amino acids, essential oil and pectin [3].

Advantages of the stevia extract are:

1. Does not affect blood sugar level;
2. Safe for health;
3. Non-allergenic;
4. Cleaning the liver of toxins;
5. Protects against dental caries;
6. Strengthens blood vessels
7. Normalizes blood pressure;
8. It normalizes the thyroid gland;
9. Inhibits the development of cancer.

As for disadvantages in stevia, they are not detected [5].

In 2016, for two months, a study was conducted on yeast muffins, and "the Donskoy" cupcakes showed that the stevia extract affects the physic-chemical parameters. It was conducted 20 mock desserts

according to their original recipes using hydroalcoholic extract of stevia. I baked the cupcakes according to the standard recipe, allowing you to accurately compare the results. During baking also tested sensory characteristics of cupcakes. Compared to muffins made by the standard recipe, muffins with stevia had a denser crumb, as sucrose, in addition to organoleptic properties, also affects the fabric quality of the test. It is therefore necessary to consider by adding some substances to improve the structure of the test. The acidity of the muffins was determined with the standard method (GOST 5670-96). Firstly it was formed the average sample. For alkali solution each time was determined correction factor for the standard solution of oxalic acid with concentration of 0.1 N.

Comparative table of physic-chemical parameters of the cupcake without adding the extract of stevia and with the addition of the stevia extract:

Cupcake without adding stevia extract		Cupcake with the addition of stevia extract	
Name of the indicator	Characteristics	Name of the indicator	Characteristics
Mass fraction of moisture, %	30-31	Mass fraction of moisture, %	30-31
The total acidity of the cake, grad Turner	2,2	The total acidity of the cake, grad Turner	2,5

The results of the study allow us to conclude that the addition of stevia extract slightly increases the acidity of the cupcake "don", within the valid GOST 15052-96. It can be assumed that the acidity in this case a positive effect on the shelf life of cakes, acting as a preservative. Indeed, further storing muffins, products made with the use of stevia extract has not been subjected to the molding.

Products with the addition of stevia are a valuable dietary ones with functional purpose and recommended for treatment preventive diet for people with diabetes, overweight and metabolic disorders.

#### References:

1. I. B. Krasin. et al. The use of stevia for the creation of diabetic flour confectionery products.
2. Stevia. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%8F>
3. Stevia: preimushestva. <http://stevia.ru/articles>
4. The sugar substitute stevia: the sweet health benefits. <http://biomed-info.ru/articles/zamenitel-sahara-steviya-polza>
5. . T. A. Karachanskiy. Development of technology for gingerbread products of a functional purpose with use of dietary fiber and stevioside.

### ***NETTLE AND DECOCTION INFLUENCE ON HAIR AND SKIN CONDITIONS***

***Larkina A.V.***

*Scientific supervisor: teacher Kulakova N.S.*

***Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia***

Many of us want to look beautiful and this desire is natural. In shops, we see a lot of chemical products for hair, but which one should we choose? How not to make a mistake and not spend money in vain? It turns out that even our ancestors noticed the influence of plants not only on our health, but also on the appearance of hair and facial skin.

From early childhood we know that nettle is a stinging plant, so we are afraid to take it up and get around. However, this plant contains many useful substances and vitamins, which can replace the expensive products of the cosmetic market. We just need to trust the experience of our grandmothers, who didn't have dandruff, and they had long, thick hair.

Medicinal and healing plants show their healing and unique properties due to the presence of complex chemical compounds – proteins, fats, carbohydrates, vitamins, enzymes, hormones, essential oils, minerals.

For more than three hundred years, nettle was used as a cosmetic and medicinal product in Russia. Tinctures and decoctions made from this plant are very popular nowadays. Nettle is also used to strengthen hair follicles. It enriches the head skin, so the metabolic processes in cells are accelerated.

Stinging nettle is mostly used for cosmetic purposes. Nettle is an herbaceous perennial plant with a creeping branching root. Stems are about 60 - 170 cm in height and covered with long burning and short simple hairs. It grows early in the spring and 15 - 20 days after the snowfalls, it forms large leaves, which contain many vitamins. Nettle leaves can contain up to 269 mg of vitamin C, carotene and other carotenoids



up to 50 mg, vitamins of group B and K, formic, pantothenic and other organic acids. In leaves, up to 5% of chlorophyll, more than 2% of tannins, gum, iron, phytoncides were found [1].

This kind of nettle grows widely in Krasnoyarsk Krai, so it's not difficult to find it on our land and use it to improve the condition of the hair.

For the general strengthening of hair, the decoction of this plant is ideal. Especially it's recommended to owners of dark hair, as rinsing with such decoction not only gives softness to hair, but also leaves a pleasant chestnut shade. To prepare the broth, place 4 tablespoons of nettle leaves into 300 ml of hot water and boil it for 5-7 minutes. Made decoction must be filtered [2].

Decoction should be used only on clean hair, and it shouldn't be washed off, thus, hair and head skin cells will get a maximum of vitamins and active substances found in the nettle.

Also the decoction of nettle is used against the dandruff, the plant also helps with hair loss, eliminates greasy shine or dry hair.

Leaders among medicinal plants are: nettle, chamomile, sage and calamus. Broth from these herbs well nourish the hair and soothe the irritated head skin [2].

Hair is a very sensitive part of the entire human body; they can be adversely affected by weather, beriberi, and overexertion. Other negative factors include chemical effects, for example, perm, hair dyeing, wrong combs that pull and rip out hair, as well as applying synthetic cosmetics.

Herbal tinctures and decoctions have mild healing and antiseptic properties; they don't cause irritation of head skin. Also they give hair elasticity and promote growth.

Thus, after washing your head, you should definitely use decoctions of medicinal plants, in particular nettle. They help to increase the body's resistance to bacteria, harmful radiation effects, and generally strengthen immunity. Improving the overall course of all energy processes, nettles have a stimulating effect on carbohydrate and protein metabolism.

#### **References:**

1. [http://www.fito.nnov.ru/special/vitamines/urtica\\_dioica](http://www.fito.nnov.ru/special/vitamines/urtica_dioica)
2. <https://kladovaia-krasoti.ru/2011/09/otvary-trav-dlya-volos/>

### ***CONDITIONS OF KEEPING AND NUTRITION OF BICAMERAL CAMELS IN THE "ROEV RUCHEY"***

***Markov M. A.***

*Scientific supervisor: teacher Kulakova N.S.*

***Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia***

Park of flora and fauna "Roev Ruchey" – the only zoo in the Urals, where a rich collection of fish, amphibians and reptiles is collected, live penguins, giraffes, bison, zebra, antelope and others [1]. To date, the problem of keeping animals in zoos is relevant, so in this article I would like to highlight the details of the experience with two-humped camels that was conducted last year. My job was to take care of the ungulates, but special attention was given to the two-humped camels.

The two-humped camel, or Bactrian (Latin *Camelus bactrianus*) is the largest representative of the Camelidae family, which, along with the one-horned camel, is the genus of the *Camelus* itself (Latin *Camelus*). Its height at the withers exceeds 2 meters and is 210 and even 230 cm. The height of the body with humps is up to 270 cm. The adult camel-male weighs on average about 500 kg [2].

In the past, a wild camel, apparently, met on the vast territory of a significant part of Central Asia. It was widely distributed in the Gobi and other desert areas of Mongolia and China. [2]

On the territory of Krasnoyarsk, the Bactrians appeared relatively recently. Despite the good fitness for a tough climate, wild double-humped camels are not found in the Krasnoyarsk Territory. Accordingly, we can conclude that our conditions for them are unusual. This is one of the main problems when keeping camels in captivity.

In nature, wild camels constantly migrate from one area to another, because in general their biotopes are stony, deserted places, on the plain and in the foothills, with rare and coarse vegetation and rare sources of water. [2] In general, in Russia, where there are dry steppes and deserts, the Bactrian are bred as pack animals and draft animals, using as a source of milk, meat and leather.

In 2016, I practiced in the Roev Ruchey and took care of two camels: Gora and Petrusha. Petrusha - an old resident of the park, he arrived one of the first, from Tuva. Unfortunately, Petrusha was in extremely poor condition, however, his staff left the zoo [1]. Despite the fact that many years have passed since that

time, Petrusha has not fully recovered: his humps have become drooped and will not return to their previous form. My duties in caring for them included feeding and cleaning the enclosure. In one enclosure with him lives a female - Horus. For all time they had three cubs.

We fed them a special mixture that includes: Feed for livestock, bran, carrots, beets, cabbage, potatoes, chalk and biscuits. Also, animals are given brooms - dried branches with leaves and hay. In summer, the animals were given fresh grass, as well as apples. There was always a salt bar in the trough. Since in the zoo animals were provided with water, they drank more than once in several weeks, and as much as they needed. Water in the drinking bowls was poured every day in the morning (in the summer twice).

Compared with the food in the zoo, wild camels feed mainly shrubby and half-shrubby *Salsola*, like onions, hedgehogs, parsnip with its juicy large leaves, eat ephedra and young shoots of saxaul, and in autumn oats and cane eat eagerly in oases. To the springs, camels do not come more than once every few days. If they are disturbed there, then two or three weeks can be done without water, especially in the summer, when there is a lot of moisture in the plants after the rains. The two-humped camel is remarkable for being able to drink brackish water of desert reservoirs without harm to health. This, incidentally, seems to concern only the wild camel - the home avoid drinking salty water. In general, the need for salt in the animal is very high - for this reason; it is necessary for domestic camels to provide a constant presence of salt bars [2].

Speaking about the conditions of keeping two-humped camels, they leave much to be desired. Although the animal enclosures are quite extensive, but still not sufficient for free movement of animals, given the fact that in nature the camel constantly migrates. Therefore, the main occupations of the Bactrians were sleep and food. This makes animals less active, which can lead to health problems. Therefore, animals require special veterinary control.

In the park, animals are kept in enclosures enclosed by a metal fence. Each enclosure is equipped with a house in case of bad weather, feeders for hay and feed. For the winter, these houses were insulated with special materials. Every Monday, Wednesday and Friday the cages are removed from hay and manure. There are aviaries on a small hill and have a grassy-stone surface.

Thus, taking into account the correct feeding and leaving, it can be said that, at the present time, the conditions of keeping animals in the "Roev Ruchey" are, although not optimal, but sufficient for living in unnatural conditions.

#### **References:**

1. The site of the park "Roev Ruchey" - <https://roev.ru>;
2. Wikipedia - <https://ru.wikipedia.org>;

## СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В АПК

### Подсекция 10.1. Теория и практика управления АПК

#### **НАКОПЛЕНИЕ ОТХОДОВ – УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**Запороженко Ю.Ф.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова З.Е.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Отходы являются одной из основных экологических проблем современности, несущей в себя угрозу для здоровья людей и окружающей природной среды. Грамотно организованная их утилизация играет важную роль для конкурентоспособности предприятия. В России лишь единицы предприятий имеют современные очистные сооружения. Последние года наблюдается рост реконструкции и строительства животноводческих и птицеводческих комплексов. Многие сельхозпредприятия, построенные после 2000-х гг. стараются применять новейшие технологии и оборудование для содержания животных, однако с переработкой навоза ситуация сложилась иначе.

Данная проблема весьма актуальна. За последнее время ситуация с внедрением современных технологий не сдвинулась с места. На рынке появились новые технологии и материалы, но из-за высокой цены предприятия их практически не используют. В большинстве случаев применяются так называемые лагуны – котлованы, предназначенные для накопления и хранения навоза. После их заполнения содержимое вывозится на поля без дальнейшей переработки. В Европе уже более 10 лет действует закон, который запрещает выбрасывать на поля непереработанные органические удобрения. На Западе запрещено заглубленное хранение отходов, так как их компоненты несут в себе опасность проникнуть в грунт. В России это применяется повсеместно.[3]

В настоящее время в России действует кодекс об административных правонарушениях (КоАП). Отступление от статьи 8.2 «Несоблюдение экологических и санитарно-эпидемиологических требований при обращении с отходами производства и потребления или иными опасными веществами» влечет за собой административный штраф в размере от тридцати до пятидесяти тысяч рублей. [1]. В декабре 2014 г. Госдума внесла изменения в ФЗ № 458 «Об отходах производства и потребления» [2], согласно которому до 1 июля 2016 г. необходимо было сертифицировать деятельность по сбору, обработке и транспортировке и утилизации отходов 1-4 классов опасности. В результате сельскохозяйственные предприятия должны получить лицензию на сбор, обработку, транспортировку и утилизацию навоза.

На данный момент единицы предприятий имеют такие лицензии. Многим хозяйствам эти лицензии просто не по карману, так как стоимость для малых товаропроизводителей начинается от 100 тыс. руб. до 1,5 млн. руб., для крупных же утилизация навоза будет обходиться от 400 тыс. руб. до 20 млн. руб. Штрафы за отсутствие лицензии на обращение с навозом составляют от 10 до 30 тыс. руб. Как видим, приобретение данной лицензии существенно ударит по карману предпринимателей. Но даже из этого новшества можно выявить свои преимущества. Нововведенные правила относятся ко всем организационным формам предприятий, кроме тех, что использует навоз для получения прибыли. В случае отнесения навоза к продукции и (или) его использование для собственных нужд требования природоохранного законодательства на предприятие распространяться не будут. [4]

Как и говорилось ранее, самый распространенный метод хранения навоза является лагуна. Предприятие ЗАО АПХ «АгроЯрск» также использует данную технологию. Ее преимущество заключается в том, что она имеет низкую цену по отношению к другим методам хранения, таким как навозохранилища, при использовании данной технологии нет нужды приобретать азотные удобрения. Наряду с преимуществами, есть и недостатки. К ним относится полная реконструкция зданий для установки оборудования.

На данный момент в мире разработано и внедрено более 20 технологий утилизации навоза, которые можно сгруппировать в следующие группы: буртование, компостирование, переработка навоза в биогаз с получением электроэнергии и тепла, пиролизная переработка. Каждый из упомянутых методов имеет как различную потребность в материально-денежных и трудовых ресурсах, так и сильные и слабые стороны, которые сельскохозяйственные предприятия должны учитывать при внедрении на своем предприятии.

Таблица 1 – Сравнительный анализ методов переработки навоза

Буртование	
Преимущества (+)	Недостатки (-)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Доступность метода для большинства крупных, мелких и личных подсобных хозяйств;</li> <li>• Возможность использования рабочей силы хозяйств без дополнительной подготовки и переподготовки;</li> <li>• Не требует закупки специализированных машин и оборудования.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Риск загрязнения окружающей среды;</li> <li>• Потребность в больших площадях.</li> </ul>
Компостирование	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Простота и доступность технологии;</li> <li>• Возможность получения высококачественных удобрений.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Требуется больших специально оборудованных площадей;</li> <li>• Загрязняет атмосферу выбросами вредных и парниковых газов;</li> <li>• Высокие расходы на ремонт техники.</li> </ul>
Переработка навоза в биогаз с целью получения электроэнергии, тепла	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Получение большого количества тепловой энергии;</li> <li>• Позволит обеспечить свое электро- и теплоснабжение;</li> <li>• Разностороннее использование биогаза;</li> <li>• Отходы превращаются в доходы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Потребность в подготовке специалистов в освоении технологии;</li> <li>• Высокие текущие издержки производства;</li> <li>• Объем навоза после переработки в биогаз не уменьшается.</li> </ul>
Пиролизная переработка	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкая стоимость по сравнению с биогазовой установкой;</li> <li>• Получение multifunctional продукта (абсорбента, концентрированного удобрения, биоугля и биогаза).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Потребность в подготовке специалистов в освоении технологии;</li> <li>• Необходимость приобретения специализированного оборудования;</li> </ul>

Проведя сравнительный анализ методов переработки навоза можно сделать вывод, что наиболее предпочтительным по экологичности и стоимости является метод пиролизной переработки. В результате этой переработки получается multifunctional продукт.

#### Список литературы:

1. Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации (КоАП РФ).
2. Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об отходах производства и потребления" Российской Федерации" от 29.12.2014 N 458-ФЗ.
3. <http://cyberleninka.ru>
4. <http://www.rline.tv>

### **ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ**

**Серёдкина Р.А.**

*Научный руководитель - к.э.н., доцент Зинина О.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Внутрифирменное планирование – это процесс составления планов организации, определяющих цели работы, и пути их достижения.

Внутрифирменное планирование заключается в определении желаемого состояния всего предприятия, отдельных систем, показателей и других результатов, а также в выборе лучших решений, которые необходимо осуществить, чтобы вывести фирму в планируемое положение. [2]

Предприниматели, осознающие роль планирования в обеспечении конкурентоспособности своего бизнеса и активно использующие его в практической деятельности, оказываются более успешными и надежными участниками рынка.

Профессионально организованное планирование позволяет менеджерам:

- подготовиться к оперативному использованию благоприятных условий и противостоянию угрозам внешней среды;
- координировать работу внутрифирменных структур;
- активизировать работу менеджеров;

- улучшать информационное обеспечение организации, повышать качество принимаемых управленческих решений.

В современных условиях производства планы устанавливают не только общую длительность всего процесса, но и продолжительность и последовательность всех входящих в него работ и их этапов, сводя к минимуму нерациональные затраты различных ресурсов.

К основным принципам планирования относятся такие принципы: системности, участия, непрерывности, гибкости, эффективности, единства, точности. Соблюдение этих принципов создаёт предпосылки для продуктивной работы фирмы, и снижает возможность отрицательных результатов планирования.

Существуют такие виды внутрифирменного планирования, как: долгосрочное (10 – 15 лет), среднесрочное (3 - 5 лет), текущее (1 - 2 года), оперативное (1 - 12 рабочих дней).

Все виды планирования взаимосвязаны и представляют собой единую систему планирования.

Долгосрочное планирование - определяет общую стратегию компании и содержит главные стратегические цели предприятия на будущее.

Стадии долгосрочного планирования: экономическое прогнозирование, стратегическое планирование, разработка долгосрочного плана.

Система среднесрочного планирования позволяет детализировать задания долгосрочного плана применительно к определенному периоду его реализации, устанавливает способы достижения поставленных среднесрочных целей и конкретизирует величину и структуру необходимых для этого ресурсов.

Краткосрочное планирование осуществляют путем детальной разработки планов для предприятия в целом и его отдельных подразделений.

Оперативное планирование является развернутым продолжением текущего планирования производства. [3]

Основным инструментом внутрифирменного планирования является бизнес-план.

Бизнес-план включает разработку цели и задач предприятия на ближайший и отдаленные периоды, оценку текущего состояния экономики, сильных и слабых сторон производства, анализ рынка и конкурентов. В нем дается оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения поставленных целей, определяются направления деятельности фирмы.

Отсутствие сбалансированного и постоянно обновляемого бизнес-плана, говорит о недостатках в системе управления фирмой. Бизнес-план актуален как для создаваемых, так и для действующих фирм.[4]

Большое значение имеет структура бизнес-плана, которая должна связать все элементы внутрифирменного планирования, охватить все стороны деятельности хозяйствующего субъекта, охарактеризовать состояние и перспективы развития компании, дать наглядное представление о финансовых результатах деятельности.

Необходимо не только планировать, но и выполнять запланированное - бизнес-план должен быть руководящим документом, обеспечивающим эффективность деятельности.[1]

Таким образом, для успешного функционирования предприятия, необходимо регулярно проводить исследования с целью выяснения внутрифирменного положения и корректировки на предприятии.

#### **Список литературы:**

1. Бизнес-планирование : учеб.пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина ; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. — М. : МГУП им. Ивана Федорова, 2014. — 250 с.
2. Внутрифирменное планирование: Учебное пособие / Сост. Н.В. Гусева, Ю.А. Лёшина, Н.Г. Остроухова. – Саратов: Издательство «КУБиК», 2012. – 97 с.
3. Горемыкин В.А. Планирование на предприятии: учебник / В. А. Горемыкин, Э.Р. Бугулов, А.Ю. Богомолов. — М.: Филин, 2009. – 457 с.
4. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров. / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2012. - 432 с.

## **ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕРАБОТКИ НАВОЗА НА ЗАО АПХ «АГРОЯРСК»**

**Липская М.В., Дорожкина В.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова З.Е., к.э.н., доцент Паришуков Д.В.  
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

В современных условиях развитие отрасли сельского хозяйства и формирование его конкурентных преимуществ зависит от инновационных процессов, позволяющих вести непрерывное обновление производства на основе освоения достижений науки и техники. Создание и внедрение инновационных технологий становятся ключевыми факторами успеха организации. Все это, в конечном счете, повышает конкурентоспособность предприятий, а также выпускаемой ими продукции на внутреннем и мировом рынках и способствует улучшению социально-экономической ситуации.

Целью данной работы является обоснование внедрения инновационной технологии на ЗАО АПХ «АгроЯрск».

Указом президента РФ от 05.01.2016 года за №7, 2017 год объявлен годом экологии и призван привлечь внимание работодателей к экологическим проблемам.

Для решения существующих экологических проблем на сельскохозяйственных предприятиях (засорение территории в связи с накоплением навоза, нарушение биоценоза почв, загрязнение грунтовых вод) предлагается внедрить инновационную природоохранную технологию.

Агропромышленный холдинг «АгроЯрск» - это предприятие, объединяющее разноплановые сельскохозяйственные активы на основе полного технологического и производственного цикла, включающего в себя: производство сельхозпродукции (молоко, мясо, зерно), его переработку (молочная продукция, мясные полуфабрикаты, мука и хлебобулочные изделия), хранение и сбыт. Поэтому данное предприятие было выбрано в качестве площадки для реализации инновационного проекта переработки навоза.

Суть данного проекта – это безотходная, экологически чистая переработка отходов жизнедеятельности КРС в газообразное топливо – биогаз, конвертируемый далее в электрическую и тепловую энергию, экологически чистые жидкие или твердые органические удобрения и биоуголь, которые будут использоваться для собственных нужд, а также с целью получения коммерческой выгоды в ходе реализации. Отходы жизнедеятельности КРС является ценным продуктом, который может использоваться не только в качестве удобрения для полей, но и для выработки альтернативных зеленых видов топлива. Кроме того, переработка отходов жизнедеятельности КРС намного более проста и доступна, чем например, переработка нефтепродуктов.

При производстве биоугля, который может быть использован в качестве альтернативного топлива в угольных котельных (например ЖКХ) без предварительной модернизации, а также частного сектора, предприятие может получить дополнительных доход.

Объем требуемых инвестиций для реализации проекта составил - 19 400 000 руб. Из них: собственных средств - 4 851 000 руб., заемных средств: 11 319 000 руб.

Для экономического обоснования внедрения инновационной технологии была рассчитана эффективность вложенных инвестиций.

Таблица 1– Эффективность инвестиций

<b>Показатель</b>	<b>Значение</b>
Чистая прибыль, тыс.рублей	21 592
Ставка дисконтирования, %	14
Период окупаемости - РВ, лет.	3,5
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, лет.	4,9
Средняя норма рентабельности - ARR, %	10,7
Чистый приведенный доход - NPV, тыс. руб.	24 201

Дисконтированный период окупаемости проекта составит 4,9 лет с начала расчетного периода (июль 2018 г.). Чистый приведенный доход за расчетный период составит 24,2 млн. руб.

Для определения рентабельности данного проекта были рассчитаны планируемые денежные поступления на период до 2020 года.

Таблица 2 – План доходов проекта

Наименование статей	2018г.	2019г.	2020г.
<b>Доходы</b>	<b>5 980 333</b>	<b>35 882 000</b>	<b>35 882 000</b>
Выручка от продаж	5 980 333	35 882 000	35 882 000
Прибыль	1 029 343	6 855 200	6 855 200
Прибыль до налогообложения	-2 201 996	3 623 861	3 623 861
Налог на прибыль	0	217 432	217 432
Чистая прибыль	-2 201 996	3 406 430	3 406 430

Анализируя данные таблицы 2 можно сделать вывод, что инновационный проект рентабелен. Кроме экономического эффекта внедрение данного проекта имеет, что очень важно, экологический (регулирование водного баланса почв, очистка территории от отходов жизнедеятельности КРС) и социальный эффект в виде дополнительных рабочих мест (37 рабочих мест).

#### Список литературы:

1. Алексеев, А.А. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Алексеев. – Люберцы: Юрайт, 2015. - 247 с.
2. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров / Ю.М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2016. - 220 с.
3. Зинина О.В., Шапорова З.Е. Инновационные технологии в системе подготовки менеджеров в вузе, Учебное пособие, 2012.
4. Хотяшева, О.М. Инновационный менеджмент: Учебник и практикум / О.М. Хотяшева, М.А. Слесарев. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 326 с.
5. Официальный сайт - <http://www.agroyarsk.ru/>
6. Статья - <http://www.lesprominform.ru/jarchive/articles/itemshow/3675>

### **РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Козлов А.С.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Цветцых А.В.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

**Введение.** Статья нацелена поднять вопрос о проблеме технологического отставания отрасли. Технологическое отставание предприятий агропромышленного комплекса (АПК) Красноярского края может быть устранено только за счет создания и освоения более совершенных технологий производства и переработки сельскохозяйственной продукции, усовершенствованных сортов сельскохозяйственных культур, пород скота, новых агрегатов, прогрессивных организационно-экономических моделей, современных информационных технологий и других инноваций.

Необходимо повышать конкурентоспособности сельского хозяйства на государственном уровне это задача экономической политики. Однако предпринятые попытки в последние годы не оказали благоприятного влияния на аграрный сектор. В последних годы реформирование экономики страны являлось разрозненным, неоднозначным, это привело к спаду производства сельскохозяйственной продукции, снижению конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках.

В данный момент сельскохозяйственные предприятия в регионах оказывали недостаточное внимания по вопросам увеличения конкурентоспособности и оказались не готовы конкурентной борьбе.

**Анализ эффективности функционирования объекта исследования.** Анализ финансовых результатов дополняется оценкой показателей рентабельности, рассчитываемых по отчетам о прибылях и убытках. Сам по себе рост выручки, всех видов прибыли уже характеризует деятельность любой организации как довольно успешную. Для того чтобы ответить на вопрос, чем вызвано это увеличение абсолютным расширением масштабов деятельности или снижением расходов, более полным и рациональным использованием материально-вещественного и кадрового потенциала

организации, необходимо рассчитать коэффициенты рентабельности, увязывающие полученные финансовые результаты с объемом используемых ресурсов. Возьмем пример предприятия ЗАО «Искра» г. Ужур: В таблице 1 представлены показатели рентабельности ЗАО «Искра» за два смежных года.

Таблица 1. Коэффициенты рентабельности ЗАО «Искра»

Показатели	Алгоритм расчета	2015 год, %	2016год, %	Отклонение, %
Рентабельность продаж	Прибыль от продажи/Выручка от продажи	23	13	-10
Чистая рентабельность	Чистая прибыль/Выручка от продажи	0,31	21	-10
Общая рентабельность	Прибыль до налогообложения/Выручка от продажи	31	21	-10
Экономическая рентабельность	Чистая прибыль/Средняя стоимость активов	21	13	-8
Рентабельность собственного капитала	Чистая прибыль/Средняя стоимость собственного капитала	22	8	-14
Валовая рентабельность	Валовая прибыль/Выручка от продажи	24	15	9

Данная таблица информирует о том, как данное предприятие имеет значительное отклонение, в течение 2016 года предприятие ушло в убыток, по сравнению с 2015 годом.

**Рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия.** На каждом предприятии должны предусматриваться плановые мероприятия по увеличению прибыли. В общем плане эти мероприятия могут быть следующего характера:

- увеличение выпуска продукции;
- улучшение качества продукции;
- продажа излишнего оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- снижение себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени;
- диверсификация производства;
- расширение рынка продаж и др.

В условиях рыночной конкуренции организация должно стремиться не только к получению максимальной прибыли, рациональному, оптимальному использованию уже полученной прибыли, это обеспечит динамичное развитие его производства в условиях конкуренции.

На данный момент финансовое состояние предприятия не стабильно. Текущая деятельность предприятия позволяет получать прибыль и окупать затраты необходимые для эффективной деятельности организации. С целью повышения выручки и прибыли, стоит внести изменения в предприятие, расширение рынка. Мы предлагаем предприятию расширить производство готовой продукции путем освоения выпуска муки, на основе использования энергосберегающих производственных линий.

**Мука – продукт невероятно востребованный. Она используется для выпечки хлебобулочных изделий, производства макаронных и кондитерских изделий, приготовления пирогов, пельменей, блинов, производства комбикормов.**

Технология производства муки состоит из этапов:

1.Подготовительный этап. Здесь проходит очистка зерен пшеницы или ржи, в зависимости от выпускаемого сорта муки производят смешивание разных сортов, партий.

2.Производят шелушение зерен.

3. Дробление (перемол).

4. Муку просеивают и проводят аспирацию.

5. Окончательный этап - фасовка готовой продукции в мешки и упаковку.

Согласно представленной выше технологии, для бизнеса понадобится следующее оборудование для производства муки:

- Агрегат для очистки и подготовки зерна к помолу- 640 тыс.руб.;
- Мельница-450 тыс.руб.;



- Фасовочная машина-250тыс. руб.;
- Прибор для контроля качества муки – 30 тыс. руб;
- Машина для упаковки мешков —60 тыс. руб
- Склад 300 тыс.руб.;
- Цех для производства муки-800 тыс. руб.

Витоговая стоимость комплектации всего оборудования для мукомольного цеха составляет примерно от 1,1-1,3 млн. руб.

Начальный капитал, требуемый для организации производства муки, составляет около 2.3 млн. рублей.

Каналы сбыта готовой продукции, мы можем поставлять продукт в разные места такие как:

- Хлебокомбинаты и пекарни;
- Розничные и оптовые торговые точки;
- Рестораны, кафе, пиццерии, блинные, кондитерские ;
- Различные столовые – от муниципальных до частных.

Для начала можно провести активный рекламный пиар, его целью будет иметь увеличение спроса на услуги ЗАО «Искра», тем самым увеличивать прибыльность организации.

**Выводы.** Таким образом, повышение конкурентоспособности предприятия возможно только на основе расширения ассортимента готовой продукции, увеличения доли продукции глубокой переработки, на основе использования инновационного оборудования для предприятия, позволяющего производить новую продукцию с минимальной себестоимостью.

#### Список литературы:

1. Бухгалтерский учет: Учебник / Под ред. А.Д. Ларионова. М.: Проспект, 2015. - 540 с.
2. Бухгалтерский учет: Учебник / П.С. Безруких, В.Б. Ивашкевич, Н.П. Кондраков и др.; Под ред. П.С. Безруких. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Бухгалтерский учет, 2016. - 624 с.
3. Ефимова О.В. Финансовый анализ. - М.: Бухгалтерский учет, 20014. - 908 с.
4. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 512 с.

### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

*Спиридонова А.В.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Юшкова Л.В*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Управление маркетингом - это анализ, планирование, а также контроль за проведением мероприятий, которые рассчитаны на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями для достижения определенных задач организации, таких, как получение прибыли, рост объема сбыта, увеличение доли рынка и т.п. [3].

Стратегическое управление маркетингом основывается на анализе окружающей среды, выборе миссии предприятия, а так же определении стратегии и ее реализации. На примере предприятия общественного питания ООО «PapaJohn's» была определена конкурентная стратегия.

Данное предприятие общественного питания реализует как собственную, так и покупную продукцию. Анализ динамики развития оборота общественного питания в разрезе ассортиментных групп проведен в таблице 1.

Таблица 1 - Анализ динамики развития оборота общественного питания пиццерии «PapaJohn's» в 2015-2016 гг. в разрезе ассортиментных групп

Ассортиментные группы	2015 год		2016 год		Отклонение (+ ; -)		Темп изменения, %
	сумма, тыс. руб.	уд.вес, %	сумма, тыс. руб.	уд.вес, %	сумма, тыс. руб.	уд.вес, %	
Продукция собственного производства	94478	56,89	123588	61,35	29110	4,46	130,81
Покупная продукция	71593	43,11	77860	38,65	6267	-4,46	108,75
Итого	166071	100	201448	100	35377	-	121,30

Большую часть оборота общественного питания занимает реализация продукции собственного производства – это 56,89% (394478 тыс. руб.) в 2015 году и 61,35% (123588 тыс. руб.) в

2016 году.

Для оценки конкурентоспособности пиццерии «ParaJohn's» необходимо провести сравнение среди пиццерий города по следующим критериям:

- ассортимент услуг;
- уровень цен;
- качество обслуживания;
- обслуживаемый сегмент потребителей.

Согласно данным критериям, основными конкурентами пиццерии «ParaJohn's» с учетом месторасположения являются:

1. «Cheez» (78 Добровольческой бригады, 4)
2. «IL Патио» (9-го Мая, 77)
3. «Pizza Allegro» (Водопьянова, 6)

Из проведенного анализа было видно, что все пиццерии, которые мы рассматривали имеют удачное расположение: находятся возле различных учреждений, имеют удобное расположение транспортных остановок, находятся в оживленных местах. Хотя только пиццерии «Cheez» и «Pizza Allegro» имеют возле себя парковочные места для машин.

Более широкий ассортимент услуг предлагает «IL Патио» за счет того, что данное заведение позиционирует себя на рынке не только как пиццерия, а даже, скорее всего как ресторан.

Пиццерия «ParaJohn's» реализует самое маленькое количество услуг, по сравнению с другими анализируемыми предприятиями общественного питания. Но зато сильно опережает конкурентов по количеству видов пиццы, по ассортименту пива – также на первом месте вместе с пиццерией «Cheez», по числу салатов уступает только «IL Патио»

Во всех анализируемых предприятиях общественного питания средний уровень цен. Ноу пиццерия «ParaJohn's» имеет самую дорогую пиццу, но при этом у нее самые дешевые салаты и пиво. Относительно недорогая пицца в ООО «Cheez», а также у данного заведения средние цены на пиво и салаты. В «IL Патио» цены на все три вида продукции также весьма умеренные. Таким образом, по уровню цен явных лидеров и аутсайдеров рынка не наблюдается.

Таким образом, обладая средним количеством мест, пиццерия «ParaJohn's» отстает от своих конкурентов по эффективности их использования и уровню доходности.

Эффективность рекламной деятельности является низкой у всех рассматриваемых заведений. Все пиццерии имеют вывески, но «Cheez», «ParaJohn's», «Pizza Allegro» на вывеске имеется фирменный логотип заведения. Никакие новые мероприятия по продвижению компании не ведут.

Проведя, внутренний маркетинговый анализ предприятия и получив данные, по которым можно сделать вывод о опасности или открывающихся возможностях, так же следует выяснить имеются ли у данного предприятия силы, чтобы реализовать возможности и какие внутренние слабости могут осложнить будущие проблемы, связанные с внешними опасностями.

Далее проведем SWOT – анализ деятельности пиццерии «ParaJohn's».

Таблица 2 - SWOT- матрица пиццерии «ParaJohn's»

	Возможности (O)	Угрозы (T)
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возможность расширить линейку пицц</li> <li>2. Расширение ассортимента блюд</li> <li>3. Постепенное вытеснение конкурента и завоевание большего объема рынка</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие жесткой конкуренции</li> <li>2. Потеря выручки за счет перераспределения долей рынка</li> <li>3. Увеличение стоимости сырья</li> </ol>
Сильные стороны (S)	SO-стратегия	WO-стратегия
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие собственных необходимых специалистов</li> <li>2. Высокая скорость доставки пиццы</li> <li>3. Хорошая репутация у покупателя</li> </ol>	Стратегия развития рынка Стратегия усиления позиции на рынке Стратегия развития продукта	Стратегия усиления позиции на рынке Стратегия сокращения расходов Стратегия горизонтальной диверсификации
Слабые стороны (W)	ST-стратегия	WT-стратегия
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабая мотивация работников организации</li> <li>2. Неравномерное осуществление поставок товаров</li> <li>3. Удаленное расположение</li> </ol>	Стратегия усиления позиции на рынке Стратегия горизонтальной диверсификации Стратегия сокращения расходов	Стратегия сокращения расходов Стратегия сокращения Стратегия ликвидации

После построения SWOT- матрицы необходимо построить матрицу определения оптимальной стратегии, с помощью которой можно определяют самую оптимальную стратегию, которую необходимо использовать фирме для достижения ее целей (табл. 3).

**Таблица 3 - Матрица определения оптимальной стратегии пиццерии «ParaJohn's»**

Стратегии	Цели				Сумма баллов
	Увеличение доли рынка	Привлечение новых и сохранение постоянных клиентов	Увеличение объемов выпуска блюд	Создание положительного имиджа	
Стратегия развития рынка	4x0,06	5x0,2	5x0,5	5x0,8	7,58
Стратегия усиления позиции на рынке	2x0,07	3x0,13	3x0,06	2x0,03	0,66
Стратегия развития продукта	5x0,42	4x0,45	5x0,12	3x0,12	5,42
Стратегия горизонтальной диверсификации	4x0,02	4x0,12	4x0,15	4x0,05	1,66
Стратегия сокращения расходов	5x0,16	4x0,14	4x0,02	3x0,06	1,9
Стратегия сокращения	2x0,05	2x0,03	2x0,05	2x0,05	0,2
Стратегия ликвидации	1x0,03	1x0,03	1x0,03	1x0,03	0,12

Проведенный в таблице 3 расчет показал, что наиболее оптимальной конкурентной стратегией для пиццерии «ParaJohn's» является стратегия развития рынка, которая предполагает решение задачи за счет расширения ассортимента, оптимизации спроса, увеличения режима работы.

Таким образом, повышение объемов продаж предприятия в большой степени зависит от комплексности подхода к проблемам предприятия, заинтересованности руководства в их решении, организации работы всего персонала предприятия.

#### **Список литературы:**

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. - 6-е изд. / Д. Аакер. -СПб. : Питер, 2008. - 544 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы : учебник для вузов / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. - М. : Новости, 2009. - 253 с.
3. Гайдаенко Т. А. Маркетинговое управление : принципы упр. решений и рос. практика / Т. А. Гайдаенко. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЭКСМО : МИРБИС, 2009. - 509 с.
4. Гончарук В. А. Маркетинговое консультирование / В.А. Гончарук. - М.: Академия, 2011. – 332с.

### ***РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ***

***Павелко В.А.***

*Научный руководитель: к.соц.н., доцент Калошина Т.Ю.*

***Новосибирский государственный аграрный университет, Новосибирск, Россия***

Риск– это объективный и, к сожалению, неизбежный фактор, влияющий на деятельность организации. В настоящее время перед менеджментом стоит задача управлять рисками, а не избегать их. Управлять рисками означает, прежде всего, анализ рисков событий и принятие решений, которые основаны на максимизации положительных и минимизации отрицательных последствий рисков.

Можно с уверенностью сказать, что риск-ориентированный подход в управления персоналом организации является одним из основных в настоящее время.

Современные аспекты -ориентированный подход в управления персоналом рассматриваются в работах следующих отечественных ученых О С Виханского, О И Волкова, А П Егоршиной, А Я Кибанова. Обобщая имеющийся опыт, можно сформулировать следующее определение понятия «кадровый риск».

Кадровый риск – это кадровая ситуация, которая отражает опасность нежелательного

развития событий в организации. Наступление нежелательных событий связано с объективно существующей неопределенностью, обусловленной основными характеристиками кадровых рисков: неэффективностью системы управления персоналом; поведением, действием (бездействием) персонала; внешней средой организации. Далее на рисунке 1 представлены основные характеристика кадровых рисков.

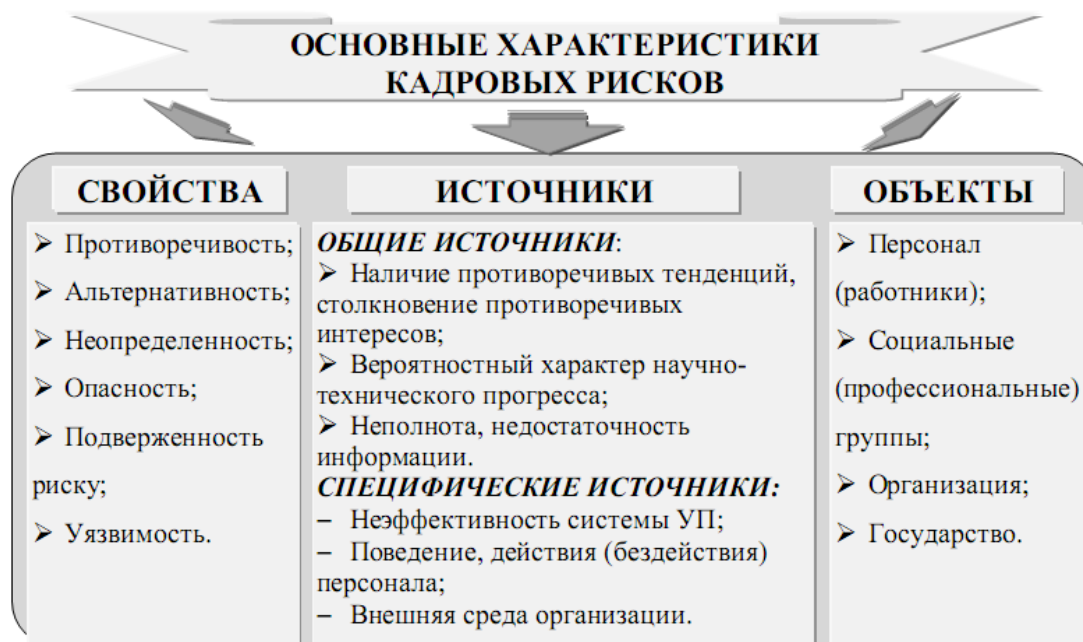


Рис. 1 Основные характеристик кадровых рисков [1]

Риск-ориентированный подход в управлении персоналом предполагает, прежде всего, оценку рисков. Оценка кадровых рисков позволяет принимать обдуманые управленческие решения, правильно выбирать механизмы защиты и расставлять приоритеты. Оценка кадровых рисков позволяет избегать многих кризисных ситуаций. Рассматривая деятельность различных организаций (компаний) на российском рынке, стоит отметить их многообразие, связанное с большим количеством различных экономических условий, а соответственно, и потребностей. Среди существующих продуктов для оценки кадровых рисков почти для любой организации, возможно, найти продукт с рядом достоинств и преимуществ, но универсального продукта на сегодняшний день не существует.

Для оценки кадровых рисков чаще всего на практике используют следующие два критерия:

- 1) результат (величина последствий) от проявления риска;
- 2) вероятность проявления риска. [3]

Далее рассмотрим риск-ориентированный подход в управлении персоналом на примере компаний, работающих в нефтяной отрасли.

Нефтяная отрасль являет собой идеальный пример высокорискованного бизнеса. Основными кадровыми рисками, которые можно отнести к отрасли относятся: возникновение аварий и чрезвычайных ситуаций на месторождениях, информационная безопасность и защита коммерческой тайны, текучесть кадров и нехватка квалифицированных ресурсов, снижение мотивации сотрудников.

Для многих нефтяных компаний России можно выделить следующие виды кадровых рисков: [2]

1. нехватка квалифицированных ресурсов;
2. переход квалифицированных работников в другие компании, или наиболее «модные» сектора, в частности в сферу производства возобновляемых источников энергии;
3. незаменимость персонала с опытом работы в отрасли (в компании) более 10 лет.

Говоря про риск-ориентированный подход в управлении персоналом следует выделить риск, связанный с некорректной оценкой качеств кандидата при найме на работу, т.е. квалификационно-образовательный риск. В этом случае для компании возникает не только кадровый риск, а также вероятность финансовых потерь.

Несомненно, для нефтяных компаний, существует еще один кадровый риск, связанный с

отдаленностью месторождений. В этом случае речь идет о риске адаптации работника к сложным условиям среды, и нехватка персонала для работы вахтовым методом. Все это связано с негативными факторами работы на Крайнем Севере: длительный период низких температур, суточные колебания атмосферного давления, сильные ветры, дефицит ультрафиолетовых лучей, сильные ветры, особенности воды, радиационного фона и многое другое.

Риск-ориентированный подход в управлении персоналом предполагает не только оценку рисков, а также разработку рекомендаций по минимизации рисков. В этом случае, прежде всего, следует выделить, какие кадровые риски наиболее существенно могут повлиять на деятельность компании.

В заключении стоит отметить, что только при правильной организации риск-ориентированного подхода в управлении персоналом можно достигнуть высокой производительности и качества труда, а как следствие конкурентоспособного компании. [2]

#### **Список литературы:**

1. Архипова Н.И., Седова О.Л. Управление персоналом организации. Краткий курс для бакалавров. Учебное пособие – ООО «Перспектив», 2015.
2. Евтушенко Е.В. Управление персоналом: учебное пособие – Уфа: Издательство «Нефтегазовое дело», 2014.
3. Митрофанова А.Е. Концепция управления кадровыми рисками в работе с персоналом организации // Компетентность. 2013. №3.
4. Митрофанова А.Е. Разработка методики управления кадровыми рисками в системе управления персоналом организации // интернет – журнал «Науковедение». 2013 №1.

### ***СПЕЦИАЛЬНАЯ ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ТРУДА КАК ОСНОВА ОРГАНИЗАЦИИ УСЛОВИЙ ТРУДА РАБОТНИКОВ***

*Зайцева М. Г.*

*Научный руководитель: к.пед.н., доцент Толстова И.Э.*

*Новосибирский государственный аграрный университет, Новосибирск, Россия*

Каждый работник заинтересован, чтобы его права соблюдались. Одним из основных прав каждого сотрудника является право на безопасные условия труда. Благоприятные условия труда, которые соответствуют установленным нормативам, должны быть созданы работодателем. До 2013 года вредные и опасные производственные факторы определялись аттестацией рабочих мест. Эта процедура была недостаточно урегулирована, что вызвало затруднения при ее проведении. С 2014 года на смену пришла специальная оценка условий труда [1] (СОУТ). Это общий комплекс мероприятий, направленный на исследование безопасности труда.

Для этого был принят ряд нормативных актов, главным из которых является Федеральный Закон № 426-ФЗ от 28 декабря 2013 года «О специальной оценке условий труда». Согласно указанного нормативного акта, специальная оценка условий труда (СОУТ) подразумевает под собой целый комплекс регламентированных мероприятий, которые реализовываются специально для выявления и ликвидации всевозможных опасных факторов, которые могут оказать негативное влияние на каждого конкретного сотрудника организации. [1]

Спецоценка вводится взамен аттестации рабочих мест по условиям труда, данная процедура повлекла за собой изменения в большое количество законодательных актов, в том числе в Трудовой Кодекс РФ, поэтому понятие «аттестация рабочих мест» на данный момент отсутствует.

Теперь, с 1 января 2014 года в Российской Федерации введена в действие единая процедура по оценке условий труда.

Появилась необходимость изменения процедуры по оценке условий труда для того чтобы:

- исключить повторные исследования на рабочем месте работника;
- для того чтобы результаты проведенной специальной оценки условий труда активно использовались как в главной цели уплаты страховых взносов в Пенсионный Фонд Российской Федерации (ПФРФ), а также в целях предоставления работникам других гарантий и компенсаций в процессе осуществления работником его трудовой функции;
- установление ответственности работодателя за состояние условий охраны труда на рабочих местах работников.

Задачи специальной оценки условий труда сводятся к следующим (рис. 1):

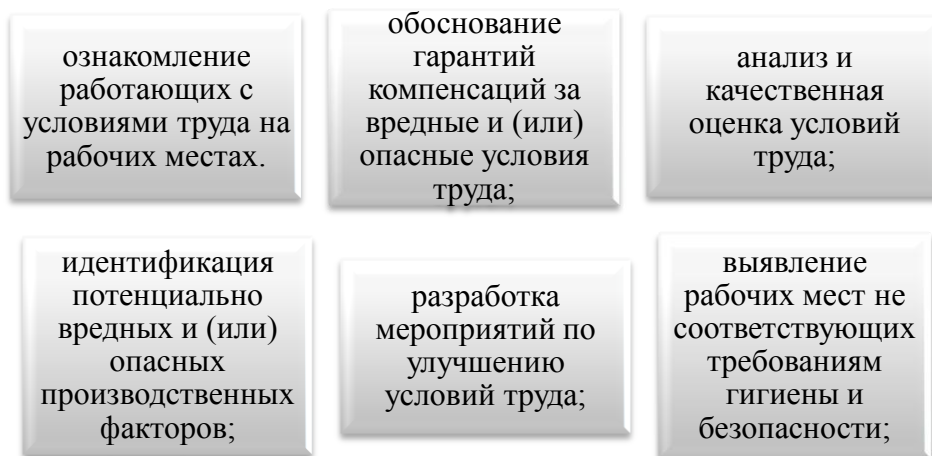


Рис. 1. Задачи СОУТ

В настоящее время специальной оценке условий труда отводится ведущая роль в системе работ по охране труда. Специальная оценка включает в себя мероприятия, направленные на выявление на рабочих местах потенциально опасных и вредных факторов и оценку уровня их воздействия на работников.

Поэтапное проведение спецоценки осуществляется только на тех рабочих местах, на которых были выявлены потенциально вредные и (или) опасные производственные факторы.

В связи с частью 6 статьи 10 Федерального закона № 426-ФЗ установлено, что идентификация потенциально вредных и (или) опасных производственных факторов не осуществляется на всех рабочих местах, некоторые рабочие места выделены в отдельные категории. Так специальная оценка условий труда не осуществляется для следующих категорий рабочих мест: [1]

- если рабочее место является домом (надомники);
- для работников выполняющих трудовые функции дистанционно (сети интернет);
- для работников, которые вступили в трудовые отношения с физическими лицами, не являющимися предпринимателями.

По результатам проведения СОУТ устанавливаются классы (подклассы) условий труда на рабочих местах. В соответствии с Законом № 426-ФЗ «...результаты спецоценки условий труда могут быть использованы во всех процедурах в сфере охраны труда, которые обязательны для реализации всеми работодателями». [1]

От результатов специальной оценке условий труда зависит размер скидки или надбавки на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. По итогам проведения процедуры СОУТ определяется размер тарифа, по которому будут выплачиваться работнику дополнительные взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации.

Таким образом, закон «О специальной оценке условий труда» направляет и стимулирует руководителей организации к улучшению условий и охраны труда работников в организации.

#### Список литературы:

- 1) Федеральный Закон «О специальной оценке условий труда» от 28.12.2013 № 426-ФЗ [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_156555/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156555/) (дата последнего обращения 12.03.2017)
- 2) Архипова Н.И., Седова О.Л. Управление персоналом организации. Краткий курс для бакалавров. Учебное пособие – ООО «Проспект», 2015.
- 3) Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация: учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009.

## **УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ: КАРЬЕРА И КАРЬЕРНАЯ СТРАТЕГИЯ**

**Ксенофонтова С.А.**

*Научный руководитель: к.соц.н., доцент, Калошина Т.Ю*  
**Новосибирский государственный аграрный университет, Новосибирск, Россия**

Карьера понимается как сложный и многоплановый процесс, который исследуется представителями разных наук.

Карьера представляет собой как динамическое явление, которое постоянно изменяющийся и развивающийся процесс, а также рассматривать его нужно как последовательность действий во времени.

Кибанов А.Я. Характеризовал карьеру как «субъективно осознанные собственные суждения работников о своем трудовом будущем, ожидаемые пути самовыражения и удовлетворенность трудом». [1]

Следует отметить, что по данным сайта Superjob.ru для россиян «карьера» выступает как один из основных факторов отношения к труду. Так, Исследовательский центр портала Superjob представил следующую статистику. При ответе на вопрос «*Ваше отношение к работе характеризует...?*» были получены следующие ответы: стабильность – 47 %, карьера – 39 %, обязанности – 31 % (данное исследование проводилось в августе 2016 года во всех федеральных округах РФ. Исследуемая совокупность: экономически активное население России в возрасте старше 18 лет. Размер выборки: 12 опросов по 1600 респондентов в каждом). [2]

Управление карьерой представляет собой комплекс действий самого сотрудника по развитию своего карьерного продвижения.

Суть управление карьерой в организации сводится к выполнению трех взаимосвязанных задач:

1. формирование и совершенствование производственных способностей, модели поведения сотрудника таким образом, чтобы они наиболее полно соответствовали требованиям организации, развивающегося общества;

2. создание на производстве такие условия (то есть социальные, экономические, технические), которые обеспечивают максимальное использование способностей специалиста к профессиональной деятельности;

3. совпадение первых двух положений с интересами сотрудника, чтобы не были ему в ущерб.

В управлении карьерой заинтересован сотрудник и организация. При этом инициатором, как правило, выступает организация как носитель карьерного пространства, без которого саморазвитие сотрудника так и остается просто развитием и не обретает качества карьеры.

В процессе реализации карьерной стратегии важно обеспечить взаимодействие всех видов карьеры, которое предполагает решение следующих задач:

1. достижение взаимосвязи целей организации и отдельного сотрудника;

2. устранение «карьерных тупиков», в которых практически нет возможностей для развития сотрудника;

3. формирование наглядных и воспринимаемых критериев служебного роста, используемых в конкретных карьерных решениях;

4. изучение карьерного потенциала сотрудников;

5. обеспечение обоснованной оценки карьерного потенциала работников с целью сокращения нереалистичных ожиданий.

Стоит сказать, что карьерная стратегия – это попытка работника ответить на вопрос «*Кто Я?*». При этом часто карьерные стратегии реализуются неосознанно.

Цели системы управления карьерой сотрудников в организации могут быть самые различные. При этом к основным целям относятся:

Прежде всего, рациональное использование профессионального потенциала каждого работника в пределах организационного пространства;

Во-вторых, это обеспечение в организации профессиональной преемственности;

И, в-третьих, создание благоприятных условий для развития персонала в рамках определенной организации.

Целью карьерной стратегии отдельного работника и управления карьерой персонала организации является согласование интересов организации и каждого конкретного работника в использовании человеческого капитала.

Управление карьерой в организации представляет собой подбор и расстановку персонала в организации с целью нахождения оптимального размещения работника в структуре производственного коллектива.

Карьерное перемещение персонала представляет собой изменение сотрудников в организационной структуре управления. Перемещение персонала может происходить в горизонтальном или вертикальном направлении, то есть без смены или со сменой иерархического уровня организационной структуры, так и с выходом за рамки (перевод сотрудника в другое подразделение). [1]

Вертикальное карьерное направление представляет собой подъем наиболее высокую степень организационной иерархии.

Горизонтальное карьерное направление можно охарактеризовать как выполнение определенной служебной роли на ступени, не имеющей жесткого формального закрепления в организационной структуре.

Если попытаться изобразить карьеру, то это будет так называемая «линия карьеры». Карьера в данном случае будет представлена в виде графика или схемы в заданной системе координат с указанием занимаемых статусных ступеней и временных интервалов по их достижению.

Многообразии вариантов карьеры как процесса перехода со ступени на ступень получается за счет сочетания четырех основных карт: [1]

- Карта «Трамплин»
- Карта «Лестница»
- Карта «Змея»
- Карта «Перепутье»

Эффективное управление карьерой персонала в организации повышает качество персонала, систематизирует перемещение работников внутри организации и улучшает лояльность за счет того, что каждый работник четко видит свои возможности карьерного роста.

#### **Список литературы:**

1. Архипова Н.И., Седова О.Л. Управление персоналом организации. Краткий курс для бакалавров. Учебное пособие – ООО «Перспект», 2015.
2. Сайт [www.superjob.ru](http://www.superjob.ru) [Электронный ресурс] (дата обращения: 23.02.2017).

### ***ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ***

***Раннева Е.В.***

*Научный руководитель: к.пед.н., доцент Толстова И.Э.*

***Новосибирский государственный аграрный университет, Новосибирск, Россия***

Управление персоналом является одним из наиболее важного направления в стратегии развития организации (предприятия, компании). Поскольку в современном высокотехнологическом производстве роль персонала возрастает, и к его способностям, квалификации, уровню знаний предъявляются все более высокие требования.

Современные организации, для того чтобы быть конкурентоспособными, должны производить оценку эффективности управления персоналом.

В своих трудах П. Сенге утверждает: «...в сегодняшнем сложном деловом климате организации сотрудники, чтобы иметь успех, должны уметь адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям. В этой постоянно меняющейся среде как никогда важны правильная разработка, внедрение и использование систем измерения эффективности.»

«Оценка эффективности управления персоналом – это систематический, четко формализованный процесс, который направлен на измерение издержек и выгод, связанных с программами кадровой деятельности, и для анализа результатов с итогами деятельности компании в прошлом, с итогами других организаций и с целями предприятия.» [1] Данная оценка основана, прежде всего, на информации о работниках, об их квалификационных и профессиональных качествах.



Данная оценка управления персоналом не может производиться без определенного опыта, измерения затрат и сопоставления с целью компании в целом. Оценка управления персоналом позволяет выяснить насколько деятельность отдела эффективна в целом, а также насколько успешно сотрудники организации используют свои силы и свой потенциал для достижения как своих рабочих целей, так и организации.

Впервые термин «показатели управления персоналом» или «ключевые показатели эффективности» ввели Д. Нортон и Р. Каплан. На сегодняшний день в Словаре управления персоналом говорится, что «показатели управления персоналом – это показатели, по которым оценивается эффективность действий, процессов и функций управления по отношению к достижению поставленных целей.» [2]

Показатели управления персоналом представляют собой ограниченный набор основных параметров, который используется руководителем для отслеживания и диагностики результатов деятельности. В настоящее время руководителям предоставлено большое количество показателей управления персоналом, которые характеризуют и общие моменты, относящиеся ко всем работникам компании, так и специальные характеристики для определенного рабочего места или должности. Показатели управления персоналом, относящиеся ко всем работникам организации в целом, выражают приверженность каждого сотрудника к определенной организационной системе. В свою очередь, показатели управления персоналом, характеризующие нормы для конкретного рабочего места или должности, определяют, насколько конкретный сотрудник соответствует профессиональным требованиям и нормам.

Эффективность управления персоналом исчисляется из объема задач, качества и своевременности выполнения функций, закрепленных за ним. Для того чтобы определить степень эффективности управления персоналом стоит обозначить конкретные критерии и показатели. При отборе критериев оценки необходимо рассматривать:

1. Цели и задачи, на которые рассчитаны результаты оценки.
2. Категории работников, для которых устанавливаются критерии. Но при этом необходимо помнить, что они распределяются и зависят от сложности, ответственности, а также характера деятельности.

Таким образом, в качестве критериев в сфере применения оценки эффективности управления персоналом выступают выполнение норм выработки или обслуживания при соответствующем качестве работы и снижение издержек, которые возникают из-за повышения текучести персонала, безосновательных простоев и др.

Оценка эффективности управления персоналом делится на экономическую эффективность и социальную эффективность.

Экономическая эффективность характеризует достижение целей компании с помощью применения персонала на основе экономичного потребления имеющихся ресурсов. В свою очередь, социальная эффективность характеризует уровень потребностей и интересов работников.

Компонентами экономической эффективности управления персоналом являются:

- соответствие результатов работы и затрат на персонал, которые рассматриваются с точки зрения поставленных организационных целей;
- составляющие, представляющие собой вклад персонала в долгосрочное существование и совершенствование предприятия.

Таковыми компонентами могут быть:

- стабильность, которая отражается в преимуществах кадрового состава, в точности и безошибочности выполнения работниками закрепленных за ним задач, а также в отсутствии напряженности и конфликтов;
- гибкость, то есть умение персонала адаптироваться к новым условиям, активно принимать организационные изменения и быть готовым к борьбе, если это необходимо для реализации инновационных проектов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что оценка эффективности управления персоналом – это сложная экономическая задача и для ее измерения целесообразно использовать соответствующие показатели управления персоналом.

С помощью показателей управления персоналом в организации можно определить:

1. экономию персонала от уменьшения трудоемкости продукции за счет увеличения технического уровня производства;
2. экономию численности персонала при введении новых технологий и оборудования, а также усовершенствования действующего;

3. экономию численности персонала с помощью автоматизации производства;
4. экономию числа персонала при осуществлении мероприятий, которые направлены на снижение текучести кадров в отчетном периоде по сравнению с базисным;
5. экономию численности персонала при уменьшении числа случаев невыполнения норм выработки;

Современные успешные компании используют два уровня показателей управления персоналом – базовый, то есть минимальная цель, и опережающий, желаемая цель организации. При таком разделении показателей эффективности организация использует соответствующий уровень оплаты, а именно фиксированная сумма за достижение базовых результатов и существенная премия при достижении опережающего уровня.

Безусловно, инструментами управления являются обратная связь и систематическая оценка, отчеты, собрания с сотрудниками, совещания о результатах показателей управления персоналом, которые достигла организация.

#### **Список литературы:**

1. Иванцевич Дж. М., Лобанов А. А. Человеческие ресурсы управления. - М.: Дело, 2013, - 304с.
2. Маслова В. Управление персоналом. Толковый словарь / В. Маслова. – М.: Дашков и Ко, 2010. – 120с.

### ***ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА***

***Щербаков Н.А.***

*Научный руководитель: к.соц.н., доцент Калошина Т.Ю.*

***Новосибирский государственный аграрный университет, Новосибирск, Россия***

Визуализация в общем понимании – это набор приёмов и методов, с помощью которых происходит преобразование абсолютных измерений в систему зрительных образов, визуально отображающих смысл абсолютных измерений как статичных, так и динамичных процессов. [4]

При помощи инструментов визуализации можно отображать большой спектр показателей как личных достижений любого сотрудника, так и деятельности структурного подразделения организации или организации в целом. [1]

Среди статистических методов и инструментов управления и контроля качества, наибольшее распространение получили семь методов, выделенных в начале 50-х годов XX века японскими специалистами под руководством К. Исикавы. С их помощью, по свидетельству самого К. Исикавы, может решаться до 95 % всех проблем, находящихся в поле зрения производственников: [5]

- 1) Контрольный листок
- 2) Гистограмма
- 3) Метод стратификации (группировки, расслоения)
- 4) Причинно-следственная диаграмма Исикавы
- 5) Диаграмма Парето
- 6) Диаграмма разброса (рассеивания).
- 7) Контрольные карты

Рассмотрим применения выше описанных методов на примере деятельности строительной компании и динамику качества конечно произведенных строительных работ Кондитерская фабрика срок производства работ три календарных месяца.

При проведении строительных работ вся площадь работ была поделена на 12 равных между собой секторов площадь одного сектора составляла 370 м<sup>2</sup>.

Составление контрольных карт проводилась через равные отрезки времени, составляющие семь календарных дней. Данные контрольных карт затем заносятся в сводную таблицу результатов сбора информации.

На основании выше указанных данных при помощи метода стратификации выделяют основные группы факторов влияющих на производство.

Стратификация данных – это разделение результатов процесса на группы, внутри которых эти результаты получены в определенных условиях протекания процесса: [2]

- Во-первых, на производство влияет методика, которую мы применяем при проведении работ
- Во-вторых, на производство влияет оборудование, которым мы работаем, степень его износа.

В-третьих, производство влияет степень квалификации работников непосредственно связанных с производством

В-четвертых, на производство влияют материалы, которыми мы проводим работы.

При проведении стратификации как правило выделяют 4 основных группы факторов влияющих на производство при помощи такого инструмента визуализации как диаграммы Исикавы представляем полученные данные в графическом виде (рис. 1).

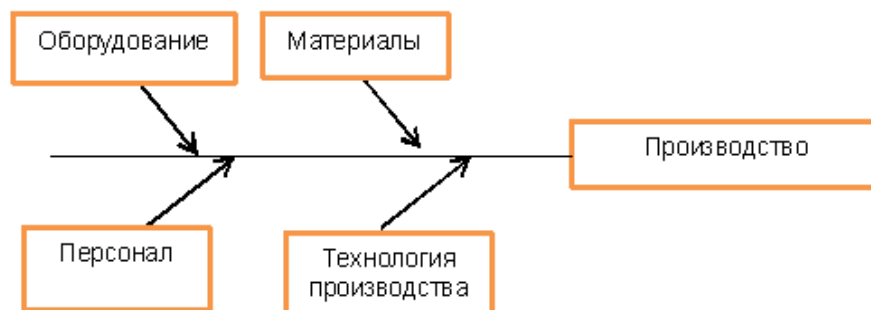


Рис.1 Пример построения диаграммы Исикавы

После чего нам надо составить так называемую диаграмму Парето используя данные выше указанных методов. Определяем удельный вес влияния каждой группы факторов и ее влияние на производство, а так же кумулятивные потери от каждой группы факторов. Построение данной диаграммы происходит следующим образом:

1. Строят столбиковую диаграмму, где каждому виду дефекта соответствует свой прямоугольник, высота которого соответствует величине потери от этого вида дефекта
2. Строят кумулятивную кривую по полученным данным
3. На диаграмме указывают ее название, период получения данных, наименование видов брака, сумму потерь от каждого вида брака (над соответствующим столбцом), кумулятивный процент (над соответствующей точкой кривой Лоренца) [3].

При определении удельного веса групп факторов мы получили следующие показатели :

1. Дефекты, связанные с нарушением технологии производства составляют 17,97% от общего количества дефектов
2. Дефекты, связанные с неисправностью оборудования составили 39,10 % от общего количества дефектов
3. Дефекты, которые нанесли сами работники, составили 10,78 % от общего количества дефектов
4. Дефекты, связанные с используемым материалом составили 32,15 % от общего количества дефектов

При дальнейшем анализе данного производства было выявлено что износ используемого оборудования составляет более 80 % из-за чего, используемое оборудование периодически работает с перебоями. Так же во время проведения работ дважды было запущено в производство некачественные материалы.

Для уменьшения количества дефектов в производстве рекомендуется предпринять следующие шаги:

Во-первых, обновить оборудование, на котором производятся основные работы

Во-вторых, в будущем более тщательно подходить к выбору поставщика материала и осуществлять контроль за качеством материала.

В-третьих, совершенствования технологии производства, возможно привлечение внешних консультантов для решения данной проблемы

В-четвертых, проведения дополнительных инструктажей и курсов повышения квалификации для основных производственных рабочих

#### Список литературы:

1. Басовский Л. Е. Управление качеством: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011
2. Глудкин О. П. Всеобщее управление качеством: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014

3. Круглов М. Г. Менеджмент качества как он есть. – М.: ЭКСМО, 2013
4. Мишин В. М. Управление качеством: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015
5. Окрепилов В. В. Управление качеством: учебное пособие. – СПб.: Наука, 2014.

## **НЕОБХОДИМОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**

**Вардашкин Д.К., Цветцых А.В.**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова З.Е.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

**Введение.** Обеспечение России продовольствием полностью зависит от эффективного функционирования АПК. На Россию приходится 10% посевных площадей и 40% мировых черноземов. Россия производит 5% зерна и 2% продовольствия от общемировых объемов, есть возможность для кратного увеличения производства (имеет большой аграрный потенциал). В современных условиях АПК является перспективной областью развития. Курс на импортозамещение позволяют российским предпринимателям получить доступ к новым рынкам сбыта. Вместе с тем, реализация перечисленных возможностей сдерживается технологической отсталостью предприятий отрасли, порождающей высокую материалоемкость, энергоемкость производимой продукции и, как следствие, низкую конкурентоспособность региональных предприятий АПК.

**Основные проблемы производственно-технического развития предприятий АПК.** Производство зерна в России за последние 10 лет увеличилось в 1,5 раза с 78 миллионов тонн в 2006 году до 117 миллионов тонн в 2016 году. Статистическая информация, по данным Красноярскстата [1], характеризующая технологическую оснащенность предприятий Красноярского края представлена в таблице 2. Информация по технической оснащенности сельскохозяйственных предприятий России в целом, систематизирована в таблице 1.

Учитывая статистическую информацию и основные проблемы АПК, следует выделить ряд неблагоприятных факторов, замедляющих развитие аграрного сектора России, таких как:

Во – первых, устаревание сельскохозяйственной техники и оборудования. Высокая степень износа оборудования. Согласно данным 2014 года по материально технической базе сельского хозяйства количество списанной техники превышает количество приобретенной техники по всем наименованиям. Например, приобретено тракторов (в процентах к наличию на конец года) 3.1%, а списано 5.1%; Комбайнов (зерноуборочных) соответственно 5.2% и 6.5%. Подобная статистика наблюдается по всем представленным видам техники. Степень износа основных фондов составила 37% от полной учетной стоимости [2].

Во – вторых, низкая обеспеченность техникой на единицу обрабатываемой площади. Согласно официальным данным Росстата за период с 2012 – 2015 гг. количество тракторов на 1000 га пашен сократилось с 4 до 3 штук, а нагрузка на один трактор выросла с 258 га до 307. Такая же тенденция наблюдается и по посадочно-уборочным машинам [2].

Таблица 1

Обеспеченность сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами по Российской Федерации

	2012	2013	2014	2015
Приходится тракторов на 1000 га пашни, шт.	4	4	3	3
Нагрузка пашни на один трактор, га	258	274	290	307
Приходится на 1000 га посевов (посадки) соответствующих культур, шт.:				
комбайнов				
зерноуборочных	3	3	2	2
картофелеуборочных	16	18	17	15
Приходится посевов (посадки) соответствующих культур, га:				
на один комбайн				
зерноуборочный	369	399	408	422
картофелеуборочный	64	57	58	67

Обеспеченность сельскохозяйственных организаций тракторами и комбайнами в  
Красноярском крае (на конец года)

	2012	2013	2014	2015
Приходится тракторов на 1000 га пашни, шт.	3	3	3	2
Нагрузка пашни на один трактор, га	342	354	386	407
Приходится комбайнов на 1000 га посевов (посадки) соответствующих культур, шт.:				
зерноуборочных	3	3	3	3
картофелеуборочных	29	21	16	19
Приходится посевов (посадки) соответствующих культур на один комбайн, га:				
зерноуборочный	302	321	343	356
картофелеуборочный	34	48	62	54

В – третьих, высокий расход ГСМ, электроэнергии. Основной причиной высокого расхода ГСМ и электроэнергии являются сложные климатические условия и больших расстояний. В 2014 года затраты сельскохозяйственных предприятий на топливо и электроэнергию составили 9,8% от общих затрат [2].

В – четвертых, медленное развитие информационного обеспечения и экономической инфраструктуры в секторе АПК. Агропромышленный комплекс характеризуется сезонностью поступления денежных средств и нехваткой собственных оборотных активов при высокой кредиторской задолженности. Банковский сектор и система налогообложения не учитывают сезонный характер производства, чем создают дополнительные сложности для аграриев. Суммарная задолженность сельхоз организаций (в том числе просроченная) на конец 2014 года составляла 1689,8 млрд. рублей и выросла с конца 2013 на 92,7 млрд. рублей [2].

В – пятых, слабая социальная развитость сел и деревень. Отсутствие в деревнях развитой инфраструктуры затрудняет привлечение высоко квалифицированных специалистов. Население в сельской местности в свою очередь не имеет возможности получить необходимое образование, для работы с высоко технологичным оборудованием. Все это приводит к низкой производительности труда на аграрных предприятиях.

**Заключение.** Решение рассмотренных проблем требует инновационных решений. Важнейшим условием эффективного внедрения инноваций в АПК является не только учет экономических факторов, но и учет условий окружающей среды. Необходимо выбирать направленные инновации, так как системные нововведения часто бывают неосуществимы. Инновационные решения, повышающие производительность труда и качество продукции, дадут максимальный эффект и позволят фермерам закрепиться на новых рынках сбыта.

#### Список литературы:

1. Красноярский край в цифрах 2015: Стат. сб. / Красноярскстат. – Красноярск, 2016. – 105 с.
2. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Сельское хозяйство, охота и охотничье хозяйство, лесоводство в России 2015 статистический сборник / Росстат – М.: 2015. – 201 с.

### **ТРУДОВАЯ МОТИВАЦИЯ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ**

*Ударцева Л.А.*

*Научный руководитель: к.т.н., доцент Цветцых А.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Концепция мотивации тесно связана с проблемой управления персоналом. Новые экономические отношения, порожденные переходным периодом, выдвинули новые требования к персоналу. Это не только выбор, подготовка и расстановка кадров, но и формирование нового сознания, менталитета, а следовательно, и новые методы мотивации.

Анализ подходов к пониманию мотивации дает возможность условно разделить их на две группы. Первая группа определений касается сущности мотивации как состояния сознания индивида, субъективного процесса формирования побудительных сил к действию. Данная группа определений

неоднородна. Наиболее простой способ определения мотивации – это понимание ее как совокупности мотивов. Такое определение дают Н. Чайковская и Я. Эйдельман, В.А. Спивак. Понимание мотивации как внутреннего, субъективного процесса формирования мотива, на наш взгляд, более точно отражает природу данного явления, и большинство определений мотивации отражают именно эту позицию. Определения мотивации подобного рода наиболее характерны для представителей социологической и психологической наук[1].

Вторая группа определений характеризует мотивацию как одну из функций управления, как внешнее воздействие на работника с целью побуждения его к труду. Такое понимание мотивации характерно для Б.М. Генкина, А.П. Егоршина, Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова и других авторов, развивающих в отечественной науке проблемы экономики труда и управления человеческими ресурсами. Такой подход можно назвать экономико-управленческим. Данная группа определений отличается некоторыми аспектами: так, ряд авторов считает, что воздействие на человека осуществляется для достижения целей организации (А.Г. Поршневу, З.П. Румянцеву, Н.А. Соломатину и др.). Б.Г. Прошкин дает наиболее универсальное определение, рассматривая воздействие «субъекта управления» на «объект управления»[2].

Мотивация составляет сердцевину и основу управления человеком. Эффективность управления в очень большой степени зависит от того, насколько успешно осуществляется процесс мотивирования. В зависимости от того, какие задачи решает мотивирование, можно выделить два основных типа мотивирования. Первый тип состоит в том, что путем внешних воздействий на человека вызываются к действию определенные мотивы, которые побуждают человека осуществлять определенные действия, приводящие к желательному для мотивирующего субъекта результату. Второй тип мотивирования своей основной задачей имеет формирование определенной мотивационной структуры человека. В этом случае основное внимание обращается на то, чтобы развить и усилить желательные для субъекта мотивирования мотивы действия человека, и наоборот, ослабить те мотивы, которые мешают эффективному управлению человеком[1].

На мотивацию и чувство удовлетворенности у сотрудника оказывают влияние три базовых психологических фактора: осознание значимости (сотрудник рассматривает выполняемую им деятельность как важную, ценную и общественно необходимую); чувство ответственности (сотрудник испытывает чувство ответственности за результат проделанной работы); знание результата (осознание сотрудником, насколько эффективны его деятельность и достигнутый результат)[3].

Таким образом, необходимо формирование эффективной системы мотивации на предприятии, которая позволит раскрыть и направить на конечный успех трудовой, интеллектуальный и духовный потенциал работников.

#### **Список литературы:**

1. Озерникова Т. Г. Трудовая мотивация: институциональные и внутриорганизационные аспекты / Т. Г. Озерникова. – Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2012. – С. 9.
2. Прошкин Б. Г. Мотивация труда : Управленческий аспект / Б. Г. Прошкин. – Новосибирск, 2008. – С. 39
3. Пермский А.В. Мотивация персонала как инструмент повышения стоимости компании /А. В. Пермский // Кадры. –2009. – №5. – с.4-5

### ***СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ***

***Ударцева Л.А.***

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Цветных А.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Конкурентоспособность предприятия определяется как лучшее его состояние на рынке по сравнению с подобными, при оптимальном сочетании цены и качества товаров и услуг. Ее достижение немислимо не только без технико-технологического обновления производства, но и без использования прогрессивных методов управления персоналом, особенно в части стратегии его профессионального развития. Профессиональные специалисты - это ключ к успеху предприятия.

Для большинства компаний работа с кадровыми ресурсами долгие годы стояла на втором месте после основной задачи. Разумеется, люди были неотъемлемой частью компании, но во многих случаях они являлись для нее лишь средством достижения цели[1].

Несомненно, работать с людьми чрезвычайно сложно. У людей есть свое мнение и отношение к происходящему, но именно они помогают компании развиваться и крепнуть. Люди – это ключ к успеху, действовать в соответствии с этим принципом и создавать систему, которая помогает людям работать

Стратегический аспект развития персонала определяет место стратегии развития в системе управления персоналом предприятия и подразумевает, а именно в управлении персоналом, направленном на повышение адаптационных способностей предприятия в условиях меняющейся внешней среды; в реализации функций, включающих определение оптимальных кадровых потребностей, набор, развитие, наращивание потенциала.

Цель исследования: изучить информированность выпускников специальности «Управление персоналом» о значимости стратегии развития персонала как главного ресурса предприятия. Методы исследования: анализ документов и литературы, экспертный опрос руководителей предприятия.

В ходе работы были проанализированы работы следующих авторов: Кибанов А.Я., Сланченко Л.И., Осипов И.С., Стаут Л., Симионов Р.О., Лайкер Д., Шалагинова Л.Н., Дейнека А.В. и других.

Анализ литературы показал, что развитие персонала и повышение конкурентоспособности предприятия являются взаимозависимыми и взаимопроникающими процессами.

Исследователи выявлены такие тенденции взаимосвязи стратегии развития персонала предприятия и его конкурентоспособности:

1. Значительные изменения в бизнес-стратегии. Если в целях повышения конкурентоспособности предприятия планируются существенные изменения в процессе производства, клиентской политике или продажах, может оказаться, что уровень развития персонала не соответствует новым задачам. В этом случае тщательно продуманная кадровая стратегия даст возможность привлечь новые ресурсы, необходимые для достижения поставленных целей развития предприятия[2].

2. Слияние или поглощение, направленное на завоевание рынка и повышение конкурентоспособности предприятия. Сделки по слияниям и поглощениям требуют комплексных решений, касающихся большого количества сотрудников. Они невозможны без четкой стратегии, согласованной с задачами бизнеса.

3. Наличие значительных проблем в области самого управления персоналом. Происходящие в бизнесе влияют на уровень текучести кадров, привлечение сотрудников с необходимыми навыками или невысокая продуктивность труда, подвергают риску успех в бизнесе, снижают эффективность труда персонала и тоже негативно отражаются на конкурентоспособности предприятия.

Экспертный опрос позволил выявить понимание большинством руководителей предприятия развития персонала как непрерывного многоступенчатого процесса, включающего в себя множество методов и процедур от тренинга до переподготовки кадров с целью повышения конкурентоспособности персонала посредством роста образовательного, профессионального и квалификационного уровня сотрудников предприятия.

Руководители предприятия проводят работу по обеспечению эффективности развития персонала предприятия программой стимулирования стремлений персонала к профессиональному обучению и развитию, так как появление новых знаний и навыков сотрудников, разрабатываю стратегию совершенствования кадровых ресурсов.

Таким образом, наличие стратегии развития персонала способствует повышению конкурентоспособности предприятия, а любое сдерживание профессионального развития сотрудников, - к банкротству.

#### **Список литературы:**

1. Пермский А.В. Мотивация персонала как инструмент повышения стоимости компании /А. В. Пермский // Кадры. –2009. – №5. – с.4-5
2. Прошкин Б. Г. Мотивация труда : Управленческий аспект / Б. Г. Прошкин. – Новосибирск, 2008. – С. 39

## Подсекция 10.2. Современные информационные технологии в АПК

### ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЛОКАЛЬНОЙ СЕТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Волков К.К.**

*Научный руководитель: к.т.н., доцент Титовский С.Н.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Целью использования компьютерных сетей является повышение эффективности работы организации или предприятия, которое может выражаться, например, в росте прибыли. Если благодаря развертыванию вычислительной сети в организации или предприятии снизились затраты на производство какого-либо продукта либо на оказание услуг, то это значит, что данному предприятию сеть действительно была необходима.

В современной технологии проектирования локальной сети удобнее будет использовать протокол DHCP, с помощью которого компьютеры будут получать ip-адрес автоматически и обновляться в указанном периоде времени. Так же планируется подключение DNS-серверов.

Правильно спроектированная сеть, высокая скорость передачи данных и грамотно выбранное оборудование может очень сильно облегчить работу сотрудников.

Актуальность работы: С помощью локальной сети, персонал предприятия может без особого труда обмениваться результатами исследований, выкладывать любого рода объявления, подключаться с помощью удаленного доступа к другим компьютерам, на которых стоят лицензионные версии нужных для работы программ.

Для реализации планируется использовать топологию снежинка (древовидная), она позволяет структурировать систему в соответствии с функциональным назначением элементов. Наиболее гибкая структура. Практически все сложные системы имеют в своем составе иерархические структуры (Рис. 1).

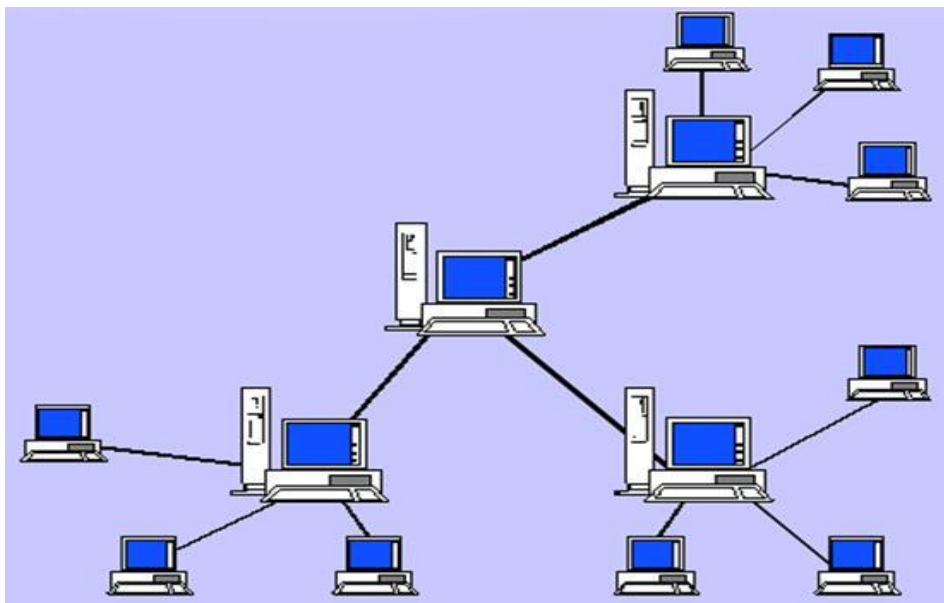


Рисунок 1. Схема топологии "Снежинка".

Для реализации будет определена комната, в которой будет располагаться серверная. В каждом кабинете, где расположены компьютеры нуждающиеся в сети будет расположен Switch. Из серверной будут прокинуты кабели к каждому Switch, а от Switch уже к самим компьютерам. Далее будет производиться настройка сервера, присваивание IP адреса серверу, подключение DHCP, DNS, WINS. Далее производится настройка компьютеров клиентов [1-4].

Для реализации потребуется такое оборудование, как :

- Кабель (Витая пара)
- Switch
- Сервер
- Серверная стойка.



### Список литературы:

1. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Вычислительная\\_сеть](https://ru.wikipedia.org/wiki/Вычислительная_сеть)
2. <http://www.kolomna-school7-ict.narod.ru/st50101.htm>
3. Компьютерные сети. Принципы, технологии, протоколы. Учебник для вузов В. Г. Олифер, Н. А. Олифер
4. Компьютерные сети. Многоуровневая архитектура Интернета Джеймс Ф. Куроуз, Кит В. Росс

### РАЗРАБОТКА ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ЗАО «МАРИНИНСКОЕ»

Данилин В.О.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Титовский С.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В настоящее время Интернет является не только средством общения и поиска необходимой информации, но и способом продвижения и продажи собственной продукции. Конечно, существование интернета не отменяет использование «традиционных» способов рекламы, такой как рекламы в СМИ, но истина состоит в том, что предоставление информации о сельскохозяйственном предприятии в интернете способно привлечь достаточно большое количество потенциальных клиентов.

Современный человек не представляет собственную жизнь без Интернета. Он есть везде – дома, на работе и даже в мобильном телефоне. Если кого-то хочет купить свежую и нефальсифицированную сельскохозяйственную продукцию, прежде чем бежать в киоск за рекламной газетой, он попытается найти информацию в сети Интернет. Поэтому ни в коем случае нельзя пренебрегать столь удачной возможностью увеличить собственный доход за счет продаж в Интернете.

Одним из перспективных способов продажи в Интернете является создание собственного сайта. На первых порах достаточно будет создать сайт-визитку. Создание такого сайта не потребует много времени и больших финансовых затрат. Сделать его можно собственными силами. Сайт-визитка позволяет познакомить потенциальных потребителей с сельскохозяйственным предприятием и его продукцией. На сайте можно опубликовать фотографии, которые все это наглядно представят.

Помимо функций визитки на сайте будет актуальная информация по продукции, которую можно продать. Сайт будет, связан с программой 1С, информация после продаж будет автоматически обновляться и на сайте.

Сайт будет написан на **SublimeText 3**.

**SublimeText** - кроссплатформенный, написанный с использованием Python и C++, текстовый редактор и редактор исходного кода. Программа изначально разработана как многофункциональное расширение Vim. SublimeText не является свободным программным обеспечением или программным обеспечением с открытым исходным кодом, однако некоторые его плагины распространяются по свободной лицензии, а также разрабатываются и поддерживаются сообществом разработчиков [1-3].

Веб-сайт должен привлечь новых клиентов, следовательно, увеличить прибыль. Структура разрабатываемого сайта представлена на рис.1.

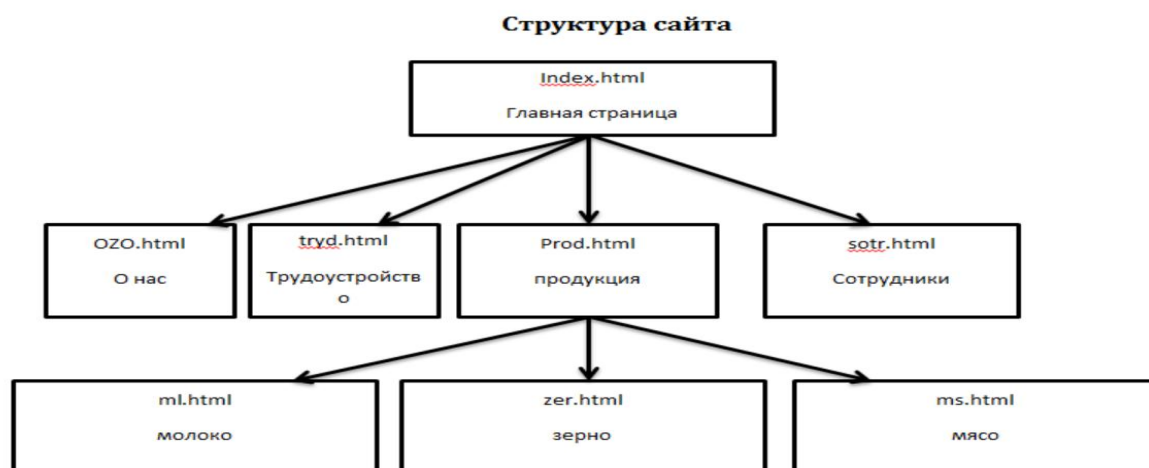


Рисунок 1. Структура сайта

Все блоки связаны: styles.css.  
 ml.html, zer.html, ms.html: будут брать данные из 1С.  
**Оформление и дизайн** (рис.2-5)  
 ml.html

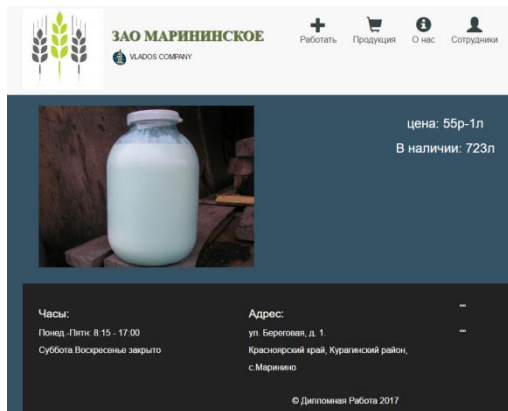


Рисунок 2. Prod.html



Рисунок 3. Prod.html

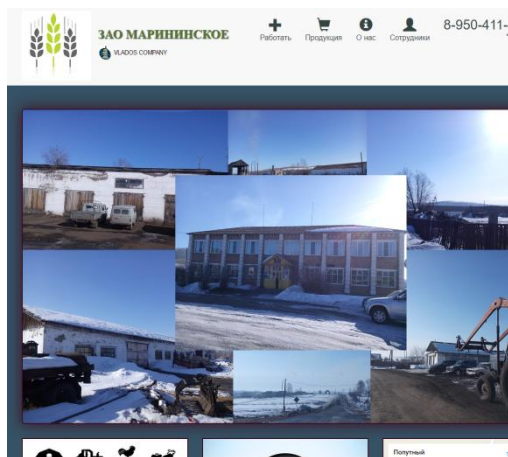


Рисунок 4. Index.html

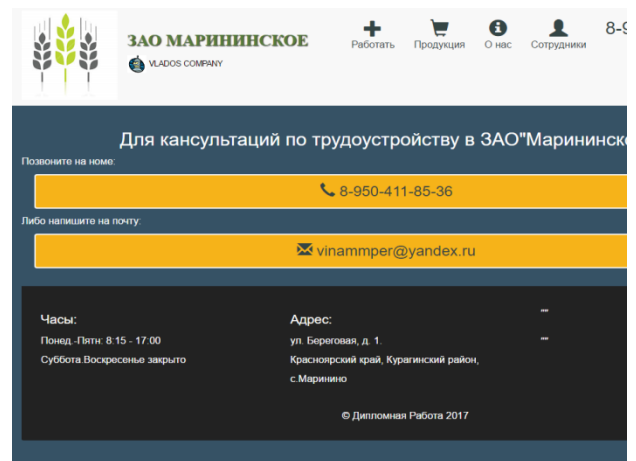


Рисунок 5. tryd.html

**Мобильная версия**

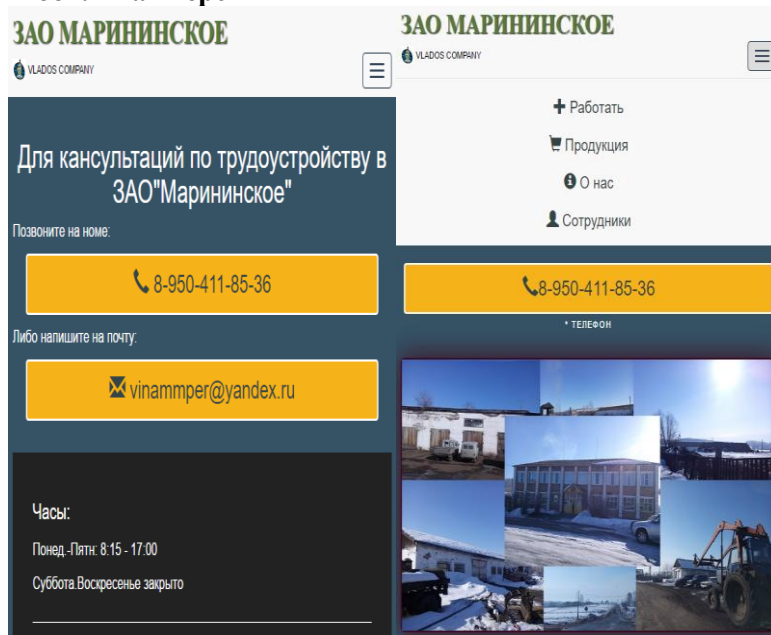


Рисунок 5.

Рисунок 6.

### Список литературы:

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сайт>
2. <http://www.forum.mista.ru/topic.php?id=676772>
3. <http://7tor.org/viewtopic.php?t=2994735>

## РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ СЕЛЕКЦИИ ПШЕНИЦЫ ДЛЯ ФГБНУ «КРАСНОЯРСКИЙ НИИСХ»

**Коноваленко В.В.**

*Научный руководитель: доцент Титовская Н.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Правильно спроектированная база данных, продуманная система запросов и отчетов, на основе имеющихся данных, может сильно облегчить работу сотрудников, на которую раньше нужно было тратить половину дня, а то и весь день, всего за несколько минут.

Актуальность работы: накопленный в институте многолетний селекционный материал для хранения, нуждается в помощи современных средств автоматизации. Большинство данных хранятся на бумаге либо в файлах Microsoft Excel, что неудобно, работая с ними. Поэтому главной задачей является автоматизация хранения данных и работы с этими данным.

Решение данной задачи в разы повысит работу с данными. Работникам лаборатории не придется записывать данные в Excel. Их можно будет записывать в базу данных. В любое время, можно будет найти необходимую информацию с помощью выборки данных. Также в базу данных будет встроены функции прикладной статистики, с помощью которых можно будет высчитывать коэффициенты необходимые лаборатории, потому что на данный момент в лабораториях используется стороннее ПО, что также вызывает неудобства.

Чтобы доступ к данной БД был у всех компьютеров организации, разработка будет производиться по технологии клиент- сервер. При использовании этой технологии необходимо наличие центрального компьютера – сервера. Клиент формирует запрос серверу выполнить те или иные операции поиска или обновления данных [1] (рис.1 ).

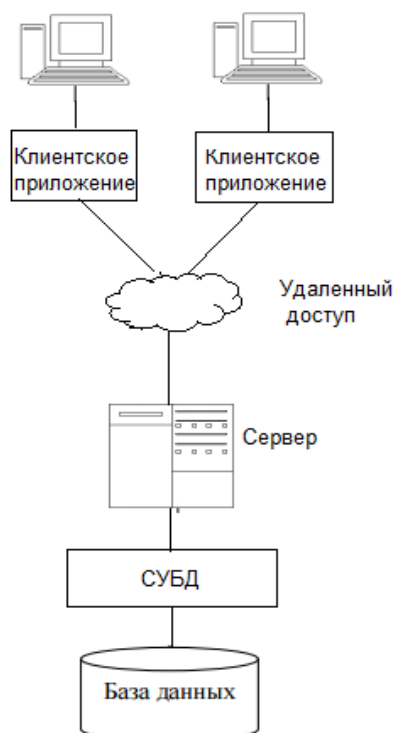


Рисунок 1. Схема клиент-серверной архитектуры

Схема базы данных будет выглядеть следующим образом (рис. 2):

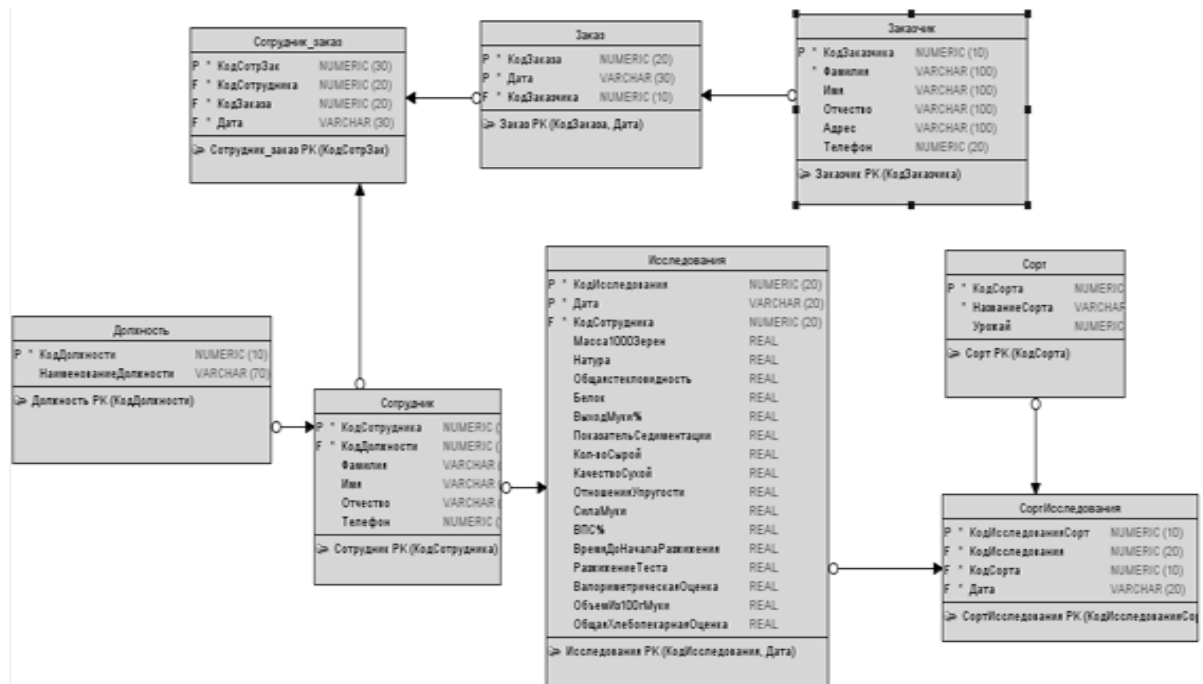


Рисунок 2. Схема базы данных

Данная БД будет разрабатываться на OracleApplicationExpress (Oracle APEX)- это среда для быстрого создания веб-приложений, которая позволяет создавать более быстрые и надежные приложения, используя для этого лишь только браузер и минимальный опыт программирования. OracleApplicationExpress объединяет в себе высокую производительность, безопасность, интегрируемость БД, разработанных на основе веб-технологий, с простотой использования, доступностью и гибкостью персональных БД.[1]

Большой плюс данной среды в том, что нет необходимости в разработке какого-либо клиентского приложения с помощью других программных средств. Вся разработка будет проходить в одной только программе- APEX. В результате будет создано веб- приложение.

Внедрение данного программного продукта позволит:

- осуществлять быстрый поиск информации;
- представлять результаты запросов в табличной форме;
- содержать средства для управления;
- производить экспорт данных в Excel;
- выводить готовый отчет на печать непосредственно из программы;
- высчитывать дисперсию, корреляцию.

Пример формы для таблицы «Исследования»:

FORM FOR ISSLEDOVANIYA

* КодСотрудника	<input type="text"/>
Масса 1000 зерен	<input type="text"/>
Натура	<input type="text"/>
ОбщаяСтекловидность	<input type="text"/>
Белок	<input type="text"/>
ВыходМуки	<input type="text"/>
ПоказательСедиментации	<input type="text"/>
Кол-воСырой	<input type="text"/>
КачествоСухой	<input type="text"/>
ОтношениеУпругости	<input type="text"/>
СилаМуки	<input type="text"/>
ВПС%	<input type="text"/>
ВремяДоНачалаРазжижения	<input type="text"/>
РазжижениеТеста	<input type="text"/>
ВалориметрическаяОценка	<input type="text"/>
ОбъемИз100гМуки	<input type="text"/>
ОбщаяХлебопекарнаяОценка	<input type="text"/>

Рисунок 3. Форма для заполнения таблицы «Исследования»

Пример отчета:

**Лаборатория селекции пшеницы КСИ за 2014 г**

№п/п	Год	Сорт	Масса 1000 зерен, г	натура, г/л	общая стекловидность	Белок	выход муки %	показатель оседimentации	кол-во сырой	качество сухой(группа)	отношение упругости	Сила муки	ВПС %	время до начала разжижения теста, мин	разжижение теста,ед. фаринографа	балориметрическая оценка, %	объем из 100 г муки, см3	общая хлебопекарная оценка
63	2014	Алтайская 70	30,7	749	51	17,27				76(II)	1	537	69,2	8	60	70	650	4,2
64	2014	Угрюмка	26,3	722	51	15,62				70(I)	2	449	68,2	9	40	78	600	4,1
65	2014	К-418-4	28	714	40	17,54				68(II)	1,8	524	68	10,5	40	82	600	4,1
66	2014	К-554-1	27	699	52	18,3				68(II)	1,3	621	69	8	80	72	630	4,1
67	2014	Омская 32	24,9	684	52	16,18				69(II)	1,5	531	69,2	7	60	70	600	4,2
68	2014	Красноярская 12	32,9	757	50	17,75				64(II)	1,5	530	66	6	70	70	550	4
69	2014	КВ-175	32	733	48	16,27				84(III)	1,8	570	65,8	5,7	130	62	630	4,1
70	2014	КВ-203	33,6	747	52	15,96				65(II)	1,4	456	67,2	4	70	58	590	4
71	2014	К-498-3	26,1	740	60	15,45					1,9	456	65,2	3	140	48	580	3,9
72	2014	Омская 33	29,9	727	52	16,42				64(II)	0,6	488	63,5	5	100	66	530	4
73	2014	Веллуканка	30,4	724	45	16,2				77(III)	1	356	65,4	5	120	60	560	4
74	2014	Уральская 2	33,5	724	52	14,56				74(II)	1	290	64,6	6,5	60	68	590	4,1
75	2014	К-453-3	27,1	728	49	15,97				74(II)	0,2	216	62,8	5	130	60	610	4,2
77	2014	К-459-2	31	685	50	14,95				70(II)	2,4	339	62,6	2,5	120	44	580	3,9
78	2014	К-445-1	33,6	714	52	15,8					1,9	290	62,2	4	110	56	550	3,8
79	2014	КВ-174	34,1	741	52	13,66					0,5	147	64,6	3,2	170	60	470	3,7
80	2014	ВН-86	27,9	735	53	16,51				77(III)	0,8	436	62,6	6,8	70	70	550	4,1
81	2014	К-459-7	31,5	705	50	15,22					1,3	367	62,6	4,2	70	62	570	3,7

Рисунок 4. Отчет таблицы «Исследования»

После внедрения данного веб- приложения, все операции будут производиться в одном месте, что намного облегчит работу сотрудникам лабораторий.

**Список литературы:**

1. АРЕХ. <http://www.oracloid.ru/index.php?t=1885>

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОТОТИПА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ «АДМИНИСТРАЦИЯ КЫЗЫЛСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА/УПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И АГРОБИЗНЕСА»**

**Оюн Ш.Ю.**

*Научный руководитель: к.т.н., доцент, Титовская Н.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия.*

Ведущей отраслью сельского хозяйства в Кызыльском районе является животноводство (коневодство и мясомолочное скотоводство), с дополнительной отраслью – растениеводство. Основными выращиваемыми видами животных являются мелко-рогатый скот (МРС) и крупный рогатый скот (КРС), также лошади, свиньи, птицы. Растениеводство представлено зерновыми и зернобобовыми культурами, продовольственной бахчой, картофелем, овощами и кормовыми культурами. Всего в районе зарегистрировано 147 сельскохозяйственных организаций, 39 крестьянских фермерских хозяйств (КФХ), 7350 личных подсобных хозяйств.

Одной из задач Управления сельского хозяйства и агробизнеса Кызыльского района является мониторинг валовых сборов сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий района, также мониторинг производства продуктов животноводства в хозяйствах всех категорий. Информация о валовых сборах посаженных культур, об их урожайности, также информация о произведенной за год продукции животноводства и растениеводства, полученная после завершения мониторинга для каждой отрасли (растениеводства/животноводства), является для специалистов отдела фундаментом для следующего года.

Для оперативного и эффективного осуществления всех мероприятий по ведению мониторинга и дальнейшего использования полученной информации для целей управления сельским хозяйством правильным является путь создания автоматизированной информационной системы(АИС) на основе современных компьютерных технологий, в частности, с помощью Oracle SQL Developer Data Modeler, Oracle SQL Developer, СУБД Oracle 11gXE и Delphi.

Для разработки АИС была построена ER-диаграмма для предметной области (для построения ER-диаграммы используется SQLDeveloperDataModeler) (рисунок 1):  
Рисунок 1. «ER-диаграмма»

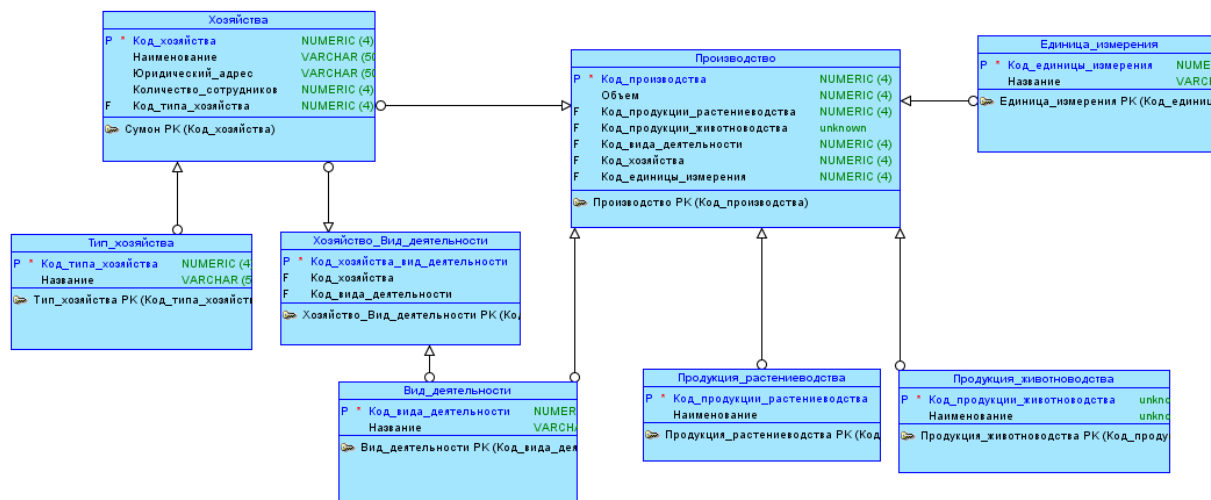


Диаграмма сущность-связь (EntityRelationshipDiagram - ERD) включает сущности и связи, отображающие бизнес-правила предметной области.

На ER-диаграмме представлены восемь сущностей:

1. Сущность «Хозяйство» с первичным ключом «Код\_хозяйства», атрибутами «Название», «Юридический адрес», «Количество сотрудников» внешним ключом «Код\_типа\_хозяйства».
2. Сущность «Тип\_хозяйства» с первичным ключом «Код\_типа\_хозяйства» и атрибутом «Название».
3. Сущность «Вид\_деятельности» с первичным ключом «Код\_вида\_деятельности» и атрибутом «Название».
4. Сущность «Продукция\_растениеводства» с первичным ключом «Код\_продукции\_растениеводства» и атрибутом «Наименование».
5. Сущность «Продукция\_животноводства» с первичным ключом «Код\_продукции\_животноводства» и атрибутом «Наименование».
6. Сущность «Единица\_измерения» с первичным ключом «Код\_единицы\_измерения» и атрибутом «Название».
7. Сущность «Производство» с первичным ключом «Код\_производства», с атрибутом «Объем» и внешними ключами «Код\_хозяйства», «Код\_вида\_деятельности», «Код\_продукции\_растениеводства», «Код\_продукции\_животноводства», «Код\_единицы\_измерения».
8. Сущность «Хозяйство\_вид\_деятельности» с первичным ключом «Код\_хозяйства\_вид\_деятельности» и с внешними ключами «Код\_хозяйства» и «Код\_вида\_деятельности».

Все сущности нормализованы в 1НФ, 2НФ и 3НФ, также был проведен анализ целостности данных.

В следующие этапы проектирования АИС входят создание реляционной БД и разработка клиентской части АИС в среде программирования Delphi.

Применение разработанной АИС позволит Отделу Управления сельского хозяйства актуализировать информацию о хозяйствах, занимающихся той или иной отраслью сельского хозяйства, вести более подробный учет о произведенной продукции по каждому виду деятельности сельскохозяйственных организаций.

#### Список литературы:

1. Виейера Р. «Программирование баз данных MicrosoftSQLServer 2005. Базовый курс», 2007г.
2. Глушаков С.В., Ломотько Д.В. «Базы данных», издательство – АСТ, 2002г.
3. Титовская Н.В., Титовский С.Н. «Методические указания к курсовому проекту»

## **РАЗРАБОТКА ПОДСИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ЗАО «АГРОЯРСК» НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ**

**Саватеева А.О.**

*Научный руководитель: доцент Миндалёв И.В.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Агропромышленный холдинг «АгроЯрск» – это предприятие, объединяющее разноплановые сельскохозяйственные активы на основе полного технологического и производственного цикла, включающего в себя: производство сельхозпродукции (молоко, мясо, зерно), его переработку (молочная продукция, мясные полуфабрикаты, мука и хлебобулочные изделия), хранение и сбыт.

Для разработки подсистемы был сделан выбор в пользу платформы «1С: Предприятие», так как на предприятии «АгроЯрск» уже успешно используется данное программное обеспечение.

1С:Предприятие – программный продукт компании «1С», предназначенный для автоматизации деятельности на предприятии. Для работы и организации учета одной платформы недостаточно. Платформа — это «движок», промежуточное звено между программой и базой данных. Программой для платформы будет являться конфигурация. В конфигурации описана структура базы данных в виде объектов, тексты процедур, хранящиеся в отдельных модулях (модулей много, они есть как у каждого объекта, так и у системы в целом, а также есть общие модули). Платформа представляет такой уровень абстракции, при котором прямого обращения к базе данных не требуется, а также позволяет абстрагироваться от операционной системы и типа базы данных.

Предприятие «АгроЯрск» имеет сформировавшуюся организационную структуру, присутствуют описанные и задокументированные бизнес-процессы. Но проекты договоров часто теряются в бумагах, и что самое главное, отследить на каком этапе документ затерялся практически невозможно.

Все эти проблемы позволяет решить механизм бизнес-процессов (БП) платформы «1С:Предприятие», путем четкого и ясного описания всех этапов прохождения документа или задачи. Бизнес-процессы в системе «1С:Предприятие» предназначены для объединения отдельных операций в цепочки взаимосвязанных действий, выполняющих поставленную цель, осуществляют формализацию процедуры обработки тех или иных событий, которые происходят в работе предприятия. Бизнес-процессы состоят из задач, каждую из которой адресует своему назначенному исполнителю. В общем виде объект «Бизнес-процесс» представлен графическим отображением (картой маршрута) с присутствием сопроводительных документов, где существуют графические элементы [1]:

- точка старта – присутствует во всех БП и является обязательной;
- точка действия – присваивается определенному действию и определенному исполнителю (или одному из пользователей с определенной ролью);
- точка условия – проверка выполнения определенного условия;
- точка обработки – определенный алгоритм системы;
- точка вложенного БП – соответствует выполнению другого бизнес-процесса, который является составной частью предыдущего;
- точка разделения – точка, с выполнения которой разные пользователи выполняют, параллельно и независимо друг от друга, разные действия;
- точка слияния – точка, с выполнения которой параллельные процессы объединяются в один.

В сложном бизнес-процессе могут существовать подпроцессы (бизнес-процессы, являющиеся функциями для данного бизнес-процесса).

Предлагаемая подсистема информационного моделирования бизнес-процессов позволит руководству предприятия улучшить контроль и мониторинг текущего положения дел, появится возможность отслеживать все изменения, как только они зарегистрированы. При чем осуществляться это будет без необходимости отрываться от текущей работы специалистов. Достаточно запустить программу, выбрать процесс, который предоставляет наибольший интерес, и узнать данные.

### **Список литературы:**

1. Практика использования Бизнес-процессов и Задач в «1С:Предприятии 8.3. [Электронный ресурс] webmartsoft. – Режим доступа – URL:<http://курсы-по-1с.рф/news/2017-03-02-business-processes-practice/> (дата обращения: 21.03.17)

## **КЛАСТЕРНЫЙ МЕТОД – КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ АПК**

*Ивкина В.А.<sup>1</sup>, Львова О.Г.<sup>2</sup>*

*<sup>1</sup>Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

*<sup>2</sup>Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия*

21 век – век, когда развитие набирает огромные обороты, на смену одной технологии приходит другая, более усовершенствованная и актуальная в данный момент времени. То, что когда то мы и представить себе не могли, сейчас стало обыденностью. Человек не только научился преобразовывать ресурсы своей планеты, но и использовать их с целью создания уникального продукта.

Благодаря ресурсам нашей планеты, важнейшей отраслью для всего мира является сельское хозяйство. Его значение просто колоссально, оно необходимо для жизнедеятельности населения, и вообще, в этой сфере занята большая часть населения Земли.

Для более оптимального и рационального функционирования этого сектора экономики, в наше время, создано и проанализировано огромное количество методов и подходов. Одним из методов способствующих развитию агропромышленного комплекса является кластерная политика. Именно такая направленность способна повысить конкурентоспособность не только определенного региона, но и страны в целом.

Кластер – это сконцентрированная по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а кроме того связанных с их деятельностью организаций в определённых областях, конкурирующих, однако вместе с тем ведущих совместную работу. [1] Существует много видов и определений кластеров, они отличаются по масштабам, направленности, однако, в сущности, кластер представляет собой группу географически локализованных взаимосвязанных компаний, инфраструктуры, поставщиков оборудования, специализированных услуг, научно-исследовательских институтов, вузов и иных организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества и достоинства как отдельных компаний входящих в кластер так самого кластера в целом. Взаимодействие организаций, входящих в кластер, представляет собой некий симбиоз кооперации и конкуренции, то есть происходит регулярный обмен кадрами, технологиями, информацией, инновациями, совершается совместное использование инфраструктуры, услуг и рекламного-маркетинговое продвижение.

В современных условиях именно внедрение определенных механизмов и четкого своевременного управления способствует росту конкурентоспособности регионов, а, следовательно, и государства. Как свидетельствует мировой опыт, именно создание территориально-отраслевых объединений способствует значительному изменению в организации производства. К территориально-отраслевым объединениям, способствующим повлиять как на предприятия, так и на экономику региона в которой оно функционирует можно рассматривать аграрный кластер. Аграрный кластер – это динамическая структура, которая ставит перед собой важный вопрос о решении проблем своей отрасли, на основе ее свойств и ресурсов, которыми обладает территория кластера. Базой при проектировании аграрного кластера выступают «серегулирующиеся звенья». По мимо необходимых участников рынка, государства и инфраструктуры с научными организациями, главным звеном соединяющим все эти элементы является внутри-кластерная коммуникация, которая реализует информационную взаимосвязь между всеми ее участниками. [2]

Кластер характеризуется высокой плотностью внутренних связей, в том числе информационных, и именно информационное взаимодействие является основой всего агропромышленного кластера. Благодаря информационным связям участников, технологиям и способностью правильно использовать производственную информацию, образуется целостность, системность и соответственно синергетическая эффективность такого образования как кластер.

Для качественного развития аграрного кластера, необходимо создание информационно-технологического центра, где каждый из его участников сможет обеспечивать себя необходимой согласованной информацией, доступ к технологическому пространству, а также к взаимодействию с внешними информационными ресурсами в информационном пространстве экономической системы. Все это позволит создать толчок к получению необходимых инвестиций в информационные технологии, что в свою очередь приведет к потенциальному развитию кластерной среды.

Кластер – это объединение предприятий обладающий свойствами конкуренции и кооперации. Сам кластер уже способен создать некую информационную технологию. Ведь благодаря



взаимодействию участников кластерного образования подкрепленной различными системами и программами, возможно, выработать единую систему коллективной работы. Ее предназначение в эффективности сведения данных в электронном пространстве, для улучшения кооперации и коммуникации участников кластера.

Применение такой системы учета позволит снизить время на поиск необходимой информации, сократить затраты на переговоры и командировки, и конечно стимулирует дальнейшее более тесное сотрудничество и обмен информацией между членами кластерного образования.

Так как сельское хозяйство, та отрасль, которая целиком зависит от ресурсов территории, то правильным шагом будет создание корпоративной информационной системы по планированию, управлению и учету ресурсов каждого предприятия входящих в кластер. Таким инструментом распределения ресурсов может выступить ERP-система (EnterpriseResourcePlanning - Управление ресурсами предприятия). В ее основе принцип создания единого хранилища данных, содержащих всю необходимую бизнес информацию. Такой метод планирования ресурсов идеальным образом подойдет для аграрного кластера, позволит обеспечить доступ любого необходимого числа участников кластера, что повысит эффективность и надежность внутрикластерного информационного взаимодействия. [3]

Данная система не только предоставляет информацию по уже имеющимся ресурсам, также с помощью нее можно спланировать потребности в материалах, определить необходимый срок выполнения плана изготовления продукта и соответственно сам объем поставок. Одной из не менее важных функций, которые предоставляет ERP- система является управление финансами и проектами. Оперативное управление финансами включает в себя контроль, составление и исполнение финансового плана, а также управленческий и финансовый учет, а управление проектов подразумевает его планирование, при разработке всех этапов и выявление необходимых ресурсов по его реализации.

В современном мире большими темпами развиваются интернет технологии, которые позволяют через информационную сеть обмениваться все возможными документами и данными. Еще одним дополнением, вносящем изменения в информационную среду, является программа SAP (Systems, Applications and Products). Такая система объединяет в себе несколько составляющих, такие как учет и отчетность, логистика и персонал. С помощью этой программы ведется официальный бухгалтерский учет и внутрипроизводственный учет затрат, происходит планирование и управление кадрами, а также начисление заработной платы и планирование, сбыт и управление производством. Программа SAP характеризуется открытостью, международной направленностью и пригодностью для любой отрасли.

При создании кластера необходима поддержка со стороны властей. Именно они должны быть заинтересованы в его создании. Ведь, как показывает мировой опыт, образование кластера в регионе способствует его экономическому развитию, привлечению дополнительных инвестиций, что приведет к выходу на международный уровень. Информатизация в агропромышленной сфере направлена на обеспечение информацией участников только базовых данных, и на сегодняшний день такой информации для аграрной сферы недостаточно. В регионах страны, со стороны властей, предпринимаются определенные меры по созданию информационного обеспечения, но эти темпы не так существенны. Необходимо создать единое информационно пространство на базе агропромышленного кластера. Ведь в отличие от агропромышленного комплекса, агропромышленный кластер более широк и включает не только базовые аграрные особенности, такие как производство, переработка и обслуживание отрасли, но и сферы где функционирует наука и образование. Кластер создает инновации и научно-исследовательские разработки.

Использование кластерного подхода при формировании информационных ресурсов способно сформировать основу для принятия более рациональных управленческих решений, укрепить выгодные отношения между хозяйствующими субъектами и органами власти.

Высокая конкуренция в современном мире и развитие современных технологий управления диктуют свои требования к информатизации и автоматизации, особенно, таким крупным экономическим объединениям как кластеры. Пару десятилетий назад некоторые информационные потоки являлись малозначительными, но сегодня такая информация приобрела статус необходимой для создания системы управления, которая соответствует современным потребностям. Сейчас стоит важная задача, построить программу информатизации и автоматизации, которая будет способна эффективно собирать, обрабатывать и анализировать всю необходимую информацию. Внутрикластерное информационное обеспечение является формой взаимодействия ресурсного обмена. Она способна повлиять не только на территорию где она функционирует, но и эффективно способствовать росту национальной экономики.

### Список литературы:

- 1 К.З. Адамова КЛАСТЕРЫ: ПОНЯТИЕ, УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского 2013
- 2 Семаева И.А. Научный журнал Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий 2014 с 21
- 3 Автоматизированные информационные технологии в экономике: Учебник/ Под ред. проф. Г.А. Титоренко. - М.: ЮНИТИ, 2013

## АНАЛИЗ ОБЛАЧНЫХ ИНТЕРНЕТ - ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

*Хан Е.А.*

*Научный руководитель: Подколзина И.М.*

*Ставропольский государственный аграрный университет, Ставрополь, Россия*

Возникновение облачных технологий связано с возросшей необходимостью контроля бизнес – процессов. Новшества в этой отрасли дают возможность как можно более эффективно задействовать возможности и ресурсы предприятия, расширить каналы продаж и осуществлять сокращение затрат, связанных с приобретением лишних серверов. [2]

Чтобы достаточно четко проводить анализ и иметь возможность говорить в сфере данной тематики, необходимо разделить понятия «облако» и «облачные вычисления». Облако подразумевает, в первую очередь, один из способов экономии затрат. Для возможности осуществления работы в данной сфере потребуется минимальный объем инвестиций для установления аппаратуры.[3]

Что касается облачных вычислений, то следует сказать, что это эволюционные преобразования в бизнес – среде. Важной частью в использовании этих показателей является инфраструктура, которая проводит осуществление через Интернет, а не через технологии, которые ее обеспечивают.[1]

Эта услуга дает доступ к бесперебойному и непрерывному потоку информации, и все благодаря различным дополнительным устройствам.

Основное преимущество данной технологии – это то, что услуга дает возможность взаимодействовать с любым программным обеспечением (склад, управление клиентами, документы) так и с сайтом, непосредственно в окне браузера.

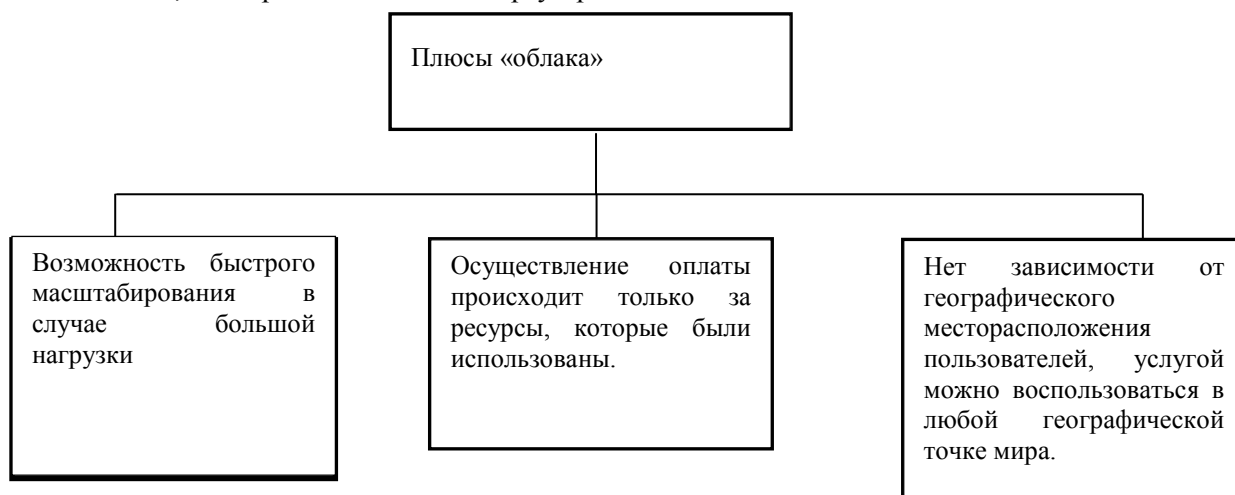


Рисунок 1. Положительные стороны работы в облаке

Проводя аналогию, можем смело говорить о том, что нет необходимости в установлении обновления программы, слежке за безопасностью информации. Все действия настраиваются провайдером услуги и практически сразу готовы к использованию в деятельности предприятия.

Для клиента единственной необходимостью является доступ к удаленному рабочему столу или также удаленному почтовому серверу. [4]

«Облако» дает возможности, которые отличают существующий тип инфраструктуры от остальных. (рис.1)

Вся информация о бизнес – процессах проходит через серверную часть и в связи с этим появляется еще одно преимущество сервера, а именно то, что при поломке какого - либо оборудования информация не будет повреждена.

Однако, не смотря на это, многие руководители предприятий, ввиду того, что не имеют достаточного объема информации об «облаке», ошибочно считают, что при прохождении через сервер документы имеют характер общедоступности. В то время как доступ к данным могут иметь только те, у кого имеется юридически оформленное разрешение на такую возможность. [5]

#### **Список литературы:**

1. «Корпорация Галактика: от поставщика монопродукта к выпуску специализированных решений» // Портал машиностроения.
2. Ермак. С. Летели облака, летели кирпичи / С. Ермак // Журнал «Эксперт Урал». 2012. - № 44 (487).
3. Политов В. Облачные вычисления / Политов В // Журнал для собственников или топ – менеджеров высокотехнологичных компаний «Умное производство». 2013. - № 22.
4. Рахимбердиев А. «Облачная бухгалтерия на базе 1С».
5. Торчинский Ф. «Облачные технологии в простых словах и историях успеха» / Ф. Торчинский.

### ***СОЗДАНИЕ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СЕТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ «ЧИСТЫЕ ЛУГА»***

***Ломова Н.А.***

*Научный руководитель: доцент Миндалёв И.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Сеть розничной торговли «Чистые луга» позиционирует себя, как магазины шаговой доступности, реализующую качественную сельскохозяйственную продукцию. В павильонах представлены молочная, мясная, хлебобулочная, колбасная продукции, мясные полуфабрикаты, замороженные полуфабрикаты, а также мучные изделия.

На сегодняшний день поставщиками сети «Чистые луга» являются 34 предприятия, в том числе: ООО «Емельяновское», Бархатовская птицефабрика, ОАО «Саянмолоко», совхоз «Енисей», ООО «Енисей-Фактор», Свинокомплекс «Восток».

Магазины пользуются большой популярностью у населения, благодаря качественной продукции и низкой цене. И не смотря на их большое количество, зачастую в них «скапливаются» длинные очереди. Так же люди, работающие допоздна не успевают купить нужную им продукцию.

Поэтому предлагается создать сайт, в котором любой человек, имеющий доступ в интернет, может сделать заказ на интересующие товары, узнать информацию о предприятии, ознакомиться с ценами на товары. Организация доставки товаров на дом значительно расширит сегмент покупателей, а также снизит очереди в магазинах.

Существует два основных подхода к созданию веб-приложения: использование CMS или каркаса (framework).

Каркас – это программное обеспечение, облегчающее разработку и объединение разных компонентов большого программного проекта. Эта платформа подходит для создания сайтов, бизнес-приложений и веб-сервисов. Каркас содержит только базовые программные модули, а все специфичные для проекта компоненты реализуются разработчиком на их основе. Тем самым достигается не только высокая скорость разработки, но и большая производительность и надёжность решений.

Каркас отличается от библиотеки тем, что библиотека может быть использована в программном продукте просто как набор подпрограмм близкой функциональности, не влияя на архитектуру программного продукта и не накладывая на неё никаких ограничений. В то время как каркас диктует правила построения архитектуры приложения, задавая на начальном этапе разработки поведение по умолчанию — каркас, который нужно будет расширять и изменять, согласно указанным требованиям.

Каркас может включать вспомогательные программы, библиотеки кода, язык сценариев и другое ПО, облегчающее разработку и объединение разных компонентов большого программного проекта.

Одним из главных преимуществ при использовании каркасов является то, что веб-приложения часто используют стандартизованную структуру организации компонентов. Создание структуры при разработке на каркасах очень упрощается. По сути, каркас — это множество конкретных и абстрактных классов, а также определений способов их взаимоотношения. Конкретные классы

обычно реализуют взаимные отношения между классами, а абстрактные классы представляют собой точки расширения, в которых каркасы могут быть использованы или адаптированы.

Достоинства каркаса [1]:

- разработка веб-приложения по индивидуальному проекту;
- веб-приложения на каркасе работают значительно быстрее и выдерживают большую нагрузку, в отличие от CMS либо от «самописных» систем;
- уровень безопасности значительно превосходят «самописные» системы и сравнимы с CMS. В процессе сборки сайта проще найти и устранить возможные дыры в безопасности. К примеру, за счёт использования ORM (технология объектно-реляционного отображения), которая представляет собой прослойку между приложением и базой данных, можно снизить до минимума появление SQL-инъекций;

- гибкость, т. е. каркасы позволяют разрабатывать уникальные проекты.

Недостатки каркаса:

- сложность изучения;
- отсутствие административного модуля, необходимость самостоятельной разработки страниц для управления содержимым, авторизации;
- высокая стоимость разработки

Наиболее популярными каркасами являются: Yii [2], ZendFramework [3], Symfony2 [4], Laravel [5].

Система управления контентом (ContentManagementSystem) — это программный продукт, который служит для разработки некоторых стандартных разновидностей сайтов. Почти все CMS модульные, а модули многих из них собраны в комплекты (или редакции), предназначенные для тех или иных видов сайтов.

Большая часть небольших и средних сайтов строится именно с помощью CMS, так как это наиболее целесообразный с экономической точки зрения подход: требования к таким сайтам с технической точки зрения невысокие, а встроенные в CMS модули обычно удовлетворяют выдвигаемым к ним бизнес-требованиям.

Многие бизнес-процессы, которые нужны для конечных пользователей или требуются для управления сайтом, уже заложены в функционал CMS. Например, в рамках предустановленного функционала такой сайт уже «может» редактировать страницы и управлять их структурой, управлять пользователями системы их уровнем доступа, сортировать и фильтровать различные объекты и многое другое.

Основные функции CMS:

- предоставление инструментов для создания содержимого, организация совместной работы над содержимым;
- управление содержимым: хранение, контроль версий, соблюдение режима доступа, управление потоком документов;
- публикация содержимого;
- представление информации в виде, удобном для навигации, поиска.

Достоинства CMS [1] следующие:

- скорость создания сайтов, легкость поиска готового решения нужного функционала в виде расширений;
- использование CMS позволяет владельцу сайта самостоятельно создавать и удалять разделы сайта, редактировать различную информацию без привлечения стороннего специалиста;
- относительная легкость в изучении и настройке, CMS интуитивно легко устанавливаются и настраиваются.

Недостатки CMS:

- строго заданная функциональность, т. е. большинство CMS решают те задачи, на которые они рассчитаны. При работе с любой из них сталкиваешься с ограничениями, если необходим индивидуальный проект.
- низкая производительность, CMS значительно уступают по производительности аналогичным решениям на базе каркаса.
- избыточная функциональность отдельных модулей, поэтому часто используется лишь незначительная часть возможностей.
- необходимость изучать сложную систему шаблонов.

Популярные представители CMS: Drupal [6], Joomla! [7], WordPress [8], UMI.CMS [9].

Согласно представленному в [10] «Топ 5 бесплатных CMS», первое место занимает CMS WordPress 37,68%, второе место CMS Joomla! 30,39%, третье место CMS Drupal 5,87%.

Joomla! написана на PHP5 и использует СУБД MySQL или другие реляционные СУБД. Является свободным программным обеспечением, распространяемым под лицензией GNU GPL.

Включает в себя различные инструменты для разработки веб-сайта. Важной особенностью системы в отличие от других популярных CMS является минимальный набор инструментов при начальной установке, который дополняется по мере необходимости. Это снижает загромождение административной панели ненужными элементами, а также снижает нагрузку на сервер и экономит место на хостинге. Позволяет отображать интерфейс фронтальной и административной части на любом языке. Каталог расширений содержит множество языковых пакетов.

Для разработки веб-приложения для сети розничной торговли «ЧИСТЫЕ ЛУГА» наиболее разумным будет использование CMS Joomla!, так как проект стандартный и не требует разработки индивидуальных задач.

#### **Список литературы:**

1. Разработка CMS и Framework лицом к лицу. [Электронный ресурс] webmartsoft. – Режим доступа – URL: <http://webmartsoft.ru/blog/razrabotka-saita-cms-framework.html/> (дата обращения: 18.03.17)
2. Yii. [Электронный ресурс] Yiiframework. – Режим доступа – URL: <http://www.yiiframework.com/> (дата обращения: 18.03.17)
3. ZendFramework по-русски. [Электронный ресурс] zend-framework. – Режим доступа – URL: <http://zend-framework.ru/> (дата обращения: 18.03.17)
4. Разработка на Symfony2. [Электронный ресурс] Symfony2. – Режим доступа – URL: <http://symfonydev.ru/> (дата обращения: 18.03.17)
5. Laravel по-русски. [Электронный ресурс] Laravel. – Режим доступа – URL: <https://laravel.ru/> (дата обращения: 18.03.17)
6. Drupal в рунете. [Электронный ресурс] Drupal. – Режим доступа – URL: <http://drupal.ru/> (дата обращения: 18.03.17)
7. Joomla. [Электронный ресурс] Symfony2. – Режим доступа – URL: <http://joomla.ru/> (дата обращения: 18.03.17)
8. WordPress. [Электронный ресурс] WordPress. – Режим доступа – URL: <https://ru.wordpress.org/> (дата обращения: 18.03.17)
9. UMI.CMS. [Электронный ресурс] UMI.CMS. – Режим доступа – URL: <http://www.umi-cms.ru/> (дата обращения: 18.03.17)
10. Топ 5 бесплатных CMS. [Электронный ресурс] myblaze. – Режим доступа – URL: <http://myblaze.ru/kak-vyibrat-cms/> (дата обращения: 18.03.17)

### ***РАЗРАБОТКА ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ В СРЕДЕ АРЕХ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ОТЧЕТНОСТИ ЛАБОРАТОРНЫХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ ДЛЯ КНИИСХ***

***Рыболовский А.В.***

*Научный руководитель: доцент Миндалёв И.В.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

Красноярский научно-исследовательский институт сельского хозяйства (КНИИСХ) является зональным учреждением, осуществляющий координацию и методическое руководство исследованиями по земледелию и селекции в зоне Восточной Сибири. Использование накопленных в институте многолетних селекционных материалов требует современных средств автоматизации.

К ним относятся отчеты по влиянию удобрений на почву Красноярского края. В отчет входят следующие документы: влияние удобрений на почву, влажность почвы, агрохимическая характеристика, динамика пищевого режима, динамика кислотности почвы.

В лабораториях института установлены устаревшие персональные компьютеры. Предполагается, что база данных по экспериментам будет размещена на сервере, а на персональных компьютерах специалистов не будет устанавливаться дополнительное программное обеспечение. Разрабатываемое приложение по автоматизации отчетности по экспериментам будет относиться к классу веб-приложений.

Веб-приложение – клиент-серверное приложение, в котором клиентом выступает браузер, а сервером -- веб-сервер. Логика веб-приложения распределена между сервером и клиентом, хранение данных осуществляется, преимущественно, на сервере, обмен информацией происходит по сети [1].

Структура предлагаемой базы данных по экспериментам представлена в таблице 1.

Таблица 1. Структура база данных отчетности по экспериментам

Таблица	Атрибуты таблицы
Влияние удобрений на почву	код влияния, вариант удобрения, вид почвы, урожайность
Влажность почвы	код влажности почвы, глубина исследования, вид почвы, этап выращивания
Агрохимическая характеристика	код характеристики, вариант удобрения, кислотность, степень насыщенности
Динамика пищевого режима	Код динамики, вид культуры, глубина, варианты удобрений, показатели N-NO <sub>3</sub>
Динамика кислотности почвы.	код кислотности, вариант удобрения, год опыта, показатели

Целями внедрения веб-приложения на КНИИСХ является: сократить специалистам поиск и обработку данных по селекционным материалам.

Разработку веб-приложения предлагаем осуществить с помощью OracleApplicationExpress (APEX) [2].

APEX является бесплатным продуктом, интегрированным с СУБД Oracle. Характерной особенностью среды разработки APEX является то, что для работы с ней не требуется высокой квалификации в web-программировании и HTML-верстке. APEX представляет собой конструктор готовых блоков сайта. Фактически, минимально подготовленный пользователь может создавать рабочие сайты со встроенными средствами аутентификации и безопасности, современным дизайном и интерфейсом. С другой стороны, это гибкий инструмент, и квалифицированный разработчик может создавать страницы и сайты любого дизайна и структуры. Дажным является то, что работоспособность разработанного в среде APEX веб-приложения будет поддержка мощной и надежной системой управления базой данных Oracle [3].

После внедрения сотрудникv лаборатории института больше не придется записывать все отчеты на бумагу. Все данные будут храниться в базе данных веб-приложения на сервере, что значительно повысит эффективность работы с отчетами по влиянию удобрений на почву Красноярского края.

#### Список литературы:

1. Веб-приложение. [Электронный ресурс] wikipedia. – Режим доступа – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения: 22.03.17)
2. APEX. [Электронный ресурс] Oracle. – Режим доступа – URL: <http://apex.oracle.com/> (дата обращения: 22.03.17)
3. Обзор продуктов и технологий Oracle для разработчиков. [Электронный ресурс] Axoft. – Режим доступа – URL:<http://oracle.axoft.ru/fordev/obzor.php> (дата обращения: 22.03.17)

#### ЗАДАЧИ ДЕ МЕРЕ

*Алексеев М.С.*

*Научный руководитель: доцент Свитачева М.П.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Различные игры – кости, карты, лото, домино и пр. и пр. – ставят перед человеком вопросы, требующие тщательного анализа и применения серьезной математической техники. Постепенно выяснилось, что аналогичные вопросы возникают не только в играх, но и в самых разнообразных и внешне далеких друг от друга сферах человеческой деятельности – экономике и планировании, лингвистике и криптографии, теории стрельбы и организации транспорта. С помощью комбинаторики и тесно связанных с ней таких разделов математики как статистика и теория

вероятностей, удалось нащупать строгие закономерности там, где их не должно было бы быть по самому смыслу – в мире случайных явлений, среди хаоса и беспорядка.

Среди родоначальников комбинаторики и теории вероятности надо назвать знакомые имена – Паскаля и Ферма, Бернулли и Лапласа, Эйлера и Де Мере.

Де Мере был математиком-любителем, и предложил салону Мерсенна задачу о разделении ставок. Если два игрока прервали, не доиграв, серию партий, то, как им поделить ставку, если, например, один выиграл три партии, а второй одну? Вызов был принят Блезом Паскалем и Пьером Ферма.

Теория вероятностей с определенной степенью надежности может предсказать численные показатели таких разнородных событий, как рождаемость и урожай зерновых, время появления пятен на Солнце и котировку акций на фондовом рынке, результаты выборов и рост населения, и многое другое. А ведь все началось с такого малопочтенного занятия как азартные игры. И потому немного истории о том, почему умные и благородные люди углубились в изучение проблемы, связанной с повышением вероятности выигрыша в азартных играх.

Теория вероятностей как наука зародилась в середине XVII – начале XVIII века. У ее истоков стояли такие выдающиеся ученые как Паскаль, Ферма и Гюйгенс. А толчком к тому, чтобы они занялись проблемой азартных игр, явился кавалер де Мере, обратившийся с письмом к Паскалю по поводу так называемой "задачи об очках". Де Мере - философ и литератор - интересовался математикой и состоял в переписке со многими видными учеными своего времени. В письме к Паскалю он пишет: "Вы знаете, что я открыл редкие вещи, которые почтенные математики никогда не обсуждали. О моих открытиях писали Вы, Ферма и Гюйгенс, которые ими восхищались. Эта наука имеет много любопытных вещей, но которые мне кажутся не очень полезными".

Вот суть первой задачи, с которой де Мере обратился к Паскалю. Двое бросают игральную кость, которая, как хорошо известно, любому ребенку, представляет собой кубик с нанесенными на его грани точками - от 1 до 6. При бросании наверху может оказаться любая грань. Предположим, что для выигрыша вам нужна грань с шестью точками. Спрашивается, начиная с какого по счету броска, вероятность того, что выпадет именно эта грань, будет! наиболее велика, чем иной результат.

Приведем содержание второй задачи. Теперь одновременно подбрасываются две одинаковые игральные кости. Спрашивается, начиная с какого броска вероятность того, что одновременно! выпадут две шестерки, будет наиболее велика.

Паскаль завязал переписку с Ферма по поводу этих, а также некоторых других аналогичных задач, результатом чего явилось установление ими некоторых общих положений, которые в дальнейшем легли в основу теории вероятностей. Чуть позже к ним присоединился приехавший в Париж Гюйгенс, выпустивший в 1657 г. книгу "О расчетах при азартных играх", явившуюся первой крупной работой по теории вероятности.

Возвратимся к двум задачам, поставленным де Мере, и постараемся с вами их решить.

1-я задача кавалера де Мере с подбрасыванием одной игральной кости. При первом броске вероятность выпадения (любой из шести граней равна  $1/6$ . Следовательно, вероятность того, что грань с желательным для вас результатом (грань с шестью точками) не выпадет:  $O = 5/6$ . При втором броске эта вероятность нежелательного результата составит уже:  $O = (5/6) * (5/6) = 25/36 = 0,69444$ .

Следовательно, желаемый для вас результат при общей вероятности всех событий, равной 1, составит:  $P = 1 - O = 0,30556$ .

Продолжим наши рассуждения по данному алгоритму.

При 3-м броске:  $O = (5/6)^3 = 0,57870$  и  $P = 1 - O = 0,42130$ .

При 4-м броске:  $O = (5/6)^4 = 0,48225$  и  $P = 1 - O = 0,51775$ .

При 5-м броске:  $O = (5/6)^5 = 0,40188$  и  $P = 1 - O = 0,59812$ .

Прервем наши вычисления. Из них видно, что уже после

4-го броска игральной кости вероятность того, что мы получим желаемый результат превысит противоположный в отношении  $0,51775 : 0,48225$  или в  $1,0736$  раза, а после 5-го в  $1,4883$  раза, итак, если вы вступите в подобную игру, то знайте, что только после четырех подбрасываний игральной кости задуманная вами цифра начнет приносить успех и вероятность выигрыша превысит вероятность проигрыша.

Отталкиваясь от полученного результата, на основе метода индукции (см. § 3.5) составим общую формулу расчета вероятности наступления события при подобного рода играх или протекании каких-либо аналогичных событий, укладываемых в рассмотренную схему:  $p = 1 - [(K-1)/K]^N$

где  $K$  - число вариантов разных равновероятных ситуаций;  $N$  - число повторения выбранного варианта, в Из (3.35) получим:  $N \lg(1-p) = \lg(K-1) - \lg K$ , (3-36)

По формуле (3.36), задавшись вероятностью  $P$  наступления ожидаемого события, можно рассчитать требуемое число вариантов испытаний  $N$ .

$P$	$\lg(1-p)$	$\lg(K-1)$	$\lg K$	$N$	$M$
0,1	-0,04576	0,954243	1	1	1
0,2	-0,09691	0,954243	1	2,117905	3
0,3	-0,1549	0,954243	1	3,385281	4
0,4	-0,22185	0,954243	1	4,848359	5
0,5	-0,30103	0,954243	1	6,578813	7
0,6	-0,39794	0,954243	1	8,696718	9
0,7	-0,52288	0,954243	1	11,42717	12
0,8	-0,69897	0,954243	1	15,27553	16
0,9	-1	0,954243	1	21,85435	22

Рассмотрим такой пример. Вы пришли в казино. Перед вами Буг, на котором написаны цифры - от 1 до  $K$ . В каждом сеансе игры вы ставите на одну и ту же цифру. Спрашивается, как связана вероятность выигрыша с числом ваших ставок. Составим программу согласно формуле (3.36) и рассчитаем по ней сразу  $B$  вариантов в зависимости от значения вероятности выигрыша  $P$ . Результаты такого расчета при  $K=10$ ,  $K=50$  и изменении  $P$  от 0,1 до 0,9 ( $1=9$ ) приведены в табл. 3.12.

Таблица 3.12

$K = 10$   
 $K=50$

$P$	$\lg(1-P)$	$\lg(k-1)$	$\lg K$	$N$	$M$
0,1	-0,04576	1,690196	1,699	5,215168	6
0,2	-0,09691	1,690196	1,699	11,04523	12
0,3	-0,1549	1,690196	1,699	17,65481	18
0,4	-0,22185	1,690196	1,699	25,28501	26
0,5	-0,30103	1,690196	1,699	34,30962	35
0,6	-0,39794	1,690196	1,699	45,35485	46
0,8	-0,69897	1,690196	1,699	79,66447	80
0,7	-0,52288	1,690196	1,699	59,59463	60
0,9	-1	1,690196	1,699	113,9741	114

В таблице вычисленные значения  $N$  округлены до целого числа в большую сторону (значения  $M$ ). Из полученных данных следует, например, что для выигрыша с вероятностью 0,5 требуется провести при  $K=10$  не менее 7 игр, а при  $K=50$  - 35 игр.

2-я задача кавалера де Мере с подбрасыванием двух игральных костей. Здесь условия игры усложнены. Одновременно подбрасываются две игральные кости. Выигрыш считается в том случае, когда одновременно на обеих костях выпадет одно и тоже число, например, 6.

При первом броске вероятность выпадения любой из шести граней равна  $1/6$ , а следовательно, вероятность одновременного выпадения одной и той же грани на обеих игральных костях равна  $1/36$ . Значит, вероятность того, что грань с желательным для вас результатом (грань с шестью точками) не выпадет  $O = 35/36$ .

При втором броске эта вероятность нежелательного результата составит уже:

$$O = (35/6) * (35/36) = 0,945216 .$$

Следовательно, желаемый для вас результат (обе грани с шестью точками) при общей вероятности всех событий, равной 1, оставит:  $P = 1 - O = 0,054784$  .

Продолжим наши рассуждения по данному алгоритму.

При 3-м броске:  $O = (35/36)^3 = 0,918960$  и  $P = 1 - O = 0,08104$ .

При 4-м броске:  $O = (35/36)^4 = 0,893433$  и  $P = 1 - O = 0,106567$ .

При 5-м броске:  $O = (35/36)^5 = 0,868615$  и  $P = 1 - O = 0,131385$ .

Отталкиваясь от полученного результата, на основе метода Индукции (см. § 3.6) снова составим общую формулу по расчету вероятности наступления события приподобного рода играх или протекании каких-либо аналогичных событий, укладываемых в рассмотренную схему:



$$P = 1 - [(K^2 - 1) / K^2]^n$$

Из (3.37) получим:  $N = \frac{\lg(1-P)}{\lg(1-1/K^2)}$

Составим программу согласно формуле (3.38) и рассчитаем по ней сразу  $B$  вариантов в зависимости от значения вероятности “выигрыша  $P$ . Результаты такого расчета при  $K=6$  (случай, предложенный к рассмотрению кавалером де Мере) и изменении  $P$  от 0,1 до 0,9 ( $B=9$ ) приведены в табл. 3.13.

Таблица 3.13

$p$	$\lg(1-P)$	$C=1-1/K^2$	$\lg C$	$N$	$M$
0,1	-0,04576	0,972222	-0,012	3,740051	4
0,2	-0,09691	0,972222	-0,012	7,921072	8
0,3	-0,1549	0,972222	-0,012	12,66112	13
0,4	-0,22185	0,972222	-0,012	18,13311	19
0,5	-0,30103	0,972222	-0,012	24,6051	25
0,6	-0,39794	0,972222	-0,012	32,52617	33
0,8	-0,69897	0,972222	-0,012	57,13127	58
0,7	-0,52288	0,972222	-0,012	42,73821	431
0,9	-1	0,972222	-0,012	81,73637	82

Из табл.3.13 следует такой вывод: при одновременном подбрасывании двух игральных костей вероятность выигрыша превысит 0,5 только после 25-го броска. Именно такой результат получил Паскаль. Сам кавалер де Мере ошибся на единицу, указав цифру 24.

Конечно, нельзя считать, что теория вероятностей возникла как отклик на вопросы, выдвинутые азартными играми. Есть куда более веские тому причины, например, необходимость в сложившихся европейских государствах обрабатывать разнообразные статистические данные и потребности страховых обществ.) Просто случай с кавалером де Мере более ярко высвечивает истоки возникновения новой теории. Тем более, что сам Блез Паскаль (1623-1662) был человеком исключительно высоких нравственных качеств, значительную часть жизни прожившим в монастыре Пор-Рояль, принадлежавший ордену "Святого Бенедикта". Паскаль знаменит не только как математик и физик, но и как философ и публицист. Изданная на многих языках книга "Мысли господина Паскаля о религии и некоторых других вопросах, найденные после его смерти в его бумагах" внесла неоценимый вклад в становление европейской цивилизации.

#### Список литературы:

1. В. Я. Гельман. Решение математических задач средствами Excel: Практикум / – СПб.: Питер, 2003 – 240 с.
2. Колосков П. В., Тихомиров А. Н, Прокди А. К., Клеандрова И. А. и др. *Весь OFFICE 2007*. 9 книг в 1. Полное руководство – СПб.: Наука и Техника, 2008. – 608 с.

### ПИФАГОРОВЫ ЧИСЛА

*Хаваа А.О.*

*Научный руководитель: доцент Свитачева М.П.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Самым первым разделом математики, зародившимся еще в древние века, является теория чисел, изучающая в первую очередь свойства чисел натурального ряда. Важный раздел этой теории связан с решением в целых числах алгебраических уравнений с целыми коэффициентами при неизвестных, число которых превосходит число уравнений. Эти уравнения называются диофантовыми (по имени александрийского математика Диофанта, жившего предположительно во II–III веке). Одно из таких известных диофантовых уравнений имеет вид:

$$x^2 + y^2 = z^2. \tag{1}$$

Решение (1) сводится к определению троек целых или рациональных чисел  $x$ ,  $y$ ,  $z$ , удовлетворяющих уравнению (1) (например,  $x = 3$ ,  $y = 4$ ,  $z = 5$ ). Первые примеры решения уравнения (1) обнаружены археологами в клинописных математических текстах древнего Вавилона, относящихся к XIX–XVIII вв. до н.э. Важный вклад в решение этого уравнения внес греческий философ и математик Пифагор (VI в. до н.э.). Он и его последователи полагали, что мировой порядок

подчинен числам. Так, философ Аристотель считал, что «элементы чисел являются элементами всех вещей, и что весь мир в целом является гармонией и числом». Мистическое осмысление числа из древнего мира плавно перешло к следующим поколениям и свелось к короткому латинскому изречению: «Все есть число». Выдающийся немецкий математик Якоби, живший в XIX в., даже воплотил это изречение в возвышенные стихи:

*То, что в космосе видишь,  
есть только божественный отблеск,  
А над богами царит сущее вечно Число.*

Пифагор Самосский (лат. Pythagoras, «пифийский вещатель»; 570 – 490гг. до н.э.) – древнегреческий философ, математик и мистик, создатель религиозно-философской школы пифагорейцев.

Из философского взгляда, что в основе мироздания лежит число, и проистекал повышенный интерес Пифагора к арифметике, в частности, к решению уравнения (1). Им первым было получено в общем виде решение, позволяющее определить все возможные тройки целых чисел  $x, y, z$ , которые потому и получили название пифагоровых. Интерес к ним никогда не пропадал у исследователей разных поколений, считавших, что число есть «...некоторый прототип, идеальная схема, первичная категория мышления и бытия» и что арифметика с ее системами счисления самым тесным образом связана с историей человечества. Так, уже в начале XX века русский богослов и математик П.А. Флоренский посвятил им даже специальное исследование, издав трактат «Пифагоровы числа».

Пифагоровыми числами (или пифагоровой тройкой) называется, комбинация из трех целых чисел  $(x, y, z)$ , удовлетворяющих соотношению Пифагора:

$$x^2 + y^2 = z^2.$$

Следующим после Пифагора математиком, исследовавшим уравнение (1), был Диофант, который придал окончательную форму решению данного уравнения:

$$x = m^2 - n^2, y = 2mn, z = m^2 + n^2, \tag{2}$$

где  $m, n$  – целые числа ( $m > n > 0$ ).

Диофант Александрийский (лат. Diophantus) – древнегреческий математик, живший предположительно в III веке н.э. Нередко упоминается как «отец алгебры». Автор книги «Арифметика».

От пифагоровых чисел легко перейти к так называемым вавилонским числам

$$u = |y - x|, v = x + y, w = z, \tag{3}$$

являющимися решением уравнения:

$$u^2 + v^2 = 2w^2. \tag{4}$$

Подставив (3) в (4), легко убедиться в справедливости приведенных решений.

Геометрическая интерпретация уравнений (1) и (4) весьма проста: уравнению (1) соответствует прямоугольный треугольник, а уравнению (4) – трапеция, разделенная прямой, параллельной основанию на две части с равными площадями. Причем, верхняя сторона трапеции равна  $u$ , нижняя –  $v$ , прямая –  $w$ . Потребности практики по нарезанию земли привели математиков древности к такому пристальному вниманию к уравнениям (1) и (4).

А теперь на основании решений (2) и (3) составим программу в среде Excel, позволяющую вычислить все возможные комбинации пифагоровых и вавилонских чисел, в которые современный человек не выкладывает тот глубинный мистический смысл, который был свойствен древним философам.

Рабочий лист с результатами решения по составленной программе при максимальных значениях  $m = 8$  и  $n = 7$  приведен в табл. 1. Дадим краткие пояснения по составлению программы, позволившей получить данную таблицу.

Т а б л и ц а 1

ПИФАГОРОВЫ ЧИСЛА

M	N	X	Y	Z	U	V
2	1	3	4	5	1	7
3	1	8	6	10	2	14
3	2	5	12	13	7	17
4	1	15	8	17	7	23

4	2	12	16	20	4	28
4	3	7	24	25	17	31
5	1	24	10	26	14	34
5	2	21	20	29	1	41
5	3	16	30	34	14	46
5	4	9	40	41	31	49
6	1	35	12	37	23	47
6	2	32	24	40	8	56
6	3	27	36	45	9	63
6	4	20	48	52	28	68
6	5	11	60	61	49	71
7	1	48	14	50	34	62
7	2	45	28	53	17	73
7	3	40	42	58	2	82
7	4	33	56	65	23	89
7	5	24	70	74	46	94
7	6	13	84	85	71	97
8	1	63	16	65	47	79
8	2	60	32	68	28	92
8	3	55	48	73	7	103
8	4	48	64	80	16	112
8	5	39	80	89	41	119
8	6	28	96	100	68	124
8	7	15	112	113	97	127

1. Сначала в столбцы А и В вписываются все возможные сочетания чисел **m** и **n** в пределах указанного максимума (ячейки А3:А30 и В3:В30).

2. Выделяется столбец С (С3:С30), предназначенный для заполнения вычисленными значениями согласно (2). В формуле ставится знак =, после чего активизируется столбец А (А3:А30), в ячейки которого записаны значения **m**. Согласно формуле эти значения следует возвести в квадрат (^2). После знака минус активизируется столбец В(В3:В30), в ячейки которого записаны значения **n**, и снова производится запись возведения в квадрат (^2). В результате формула (2)  $x = m^2 - n^2$  по вычислению **x** в параметрах электронной таблицы принимает вид:

**=А3:А30^2-В3:В30^2.**

Поскольку вычисляется массив значений, то следует команда, формируемая путем одновременного нажатия на три клавиши: **Ctrl + Shift + Enter**, после чего столбец D автоматически заполняется вычисленными значениями **x**.

3. По точно такой же схеме производится вычисление и всех остальных параметров согласно формулам (2) и (3). При вычислении используется функция **ABS**. В результате получим таблицу, заполненную пифагоровыми и вавилонскими цифрами, над скрытым смыслом которых наши предки ломали голову еще 26 веков назад.

#### Список литературы:

1. В. Я. Гельман. Решение математических задач средствами Excel: Практикум. – СПб.: Питер, 2003, 240 с.
2. ВЕСЬ OFFICE 2007. 9 КНИГ В 1. ПОЛНОЕ РУКОВОДСТВО – СПб.: Наука и Техника, 2008. – 608 с.

## **МОДУЛЬ СМС-РАССЫЛКИ В ПРОГРАММЕ 1С КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**Юрченко А.Е.**

*Научный руководитель: ст.преподаватель Болдарук И.И.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Сегодня термин информационные технологии занял свое место не только в лексиконе специалистов в области информации, но и в лексиконе политических деятелей, экономистов, ученых. Чаще всего данное понятие ассоциируется с развитием информационных технологий и средств коммуникации, которые позволяют сделать существенный шаг вперед в digital поколение.

Информационные технологии в рекламе занимают ведущее место. Если вспомнить процесс коммуникации, то информация – это ядро процесса, и правильность донесения и минимизация искажения является основной целью информационных технологий в рекламе и связях с общественностью. Актуальность данной статьи заключается в том, чтобы рассмотреть технологию доведения информации до потребителя без искажения и больших затрат. От того, насколько правдивая информация дойдет до потребителя зависит финансовое состояние компании, ее продажи, рекламная кампания, сервис и многое другое.

В мире существует огромное множество технологий, которые позволяют доносить необходимую информацию от производителя до потребителя. К сожалению, не все технологии доводят информационное сообщение до адресата в изначальной форме, то есть присутствует искажение информации. Из-за этого потребитель не всегда правильно трактует то, о чем хотел сообщить производитель. В данной статье речь пойдет о смс-рассылке через программу 1С.

Сама по себе программа 1С предназначена для автоматизации управления и учета на предприятиях различных отраслей, видов деятельности, типов финансирования. Она включает в себя решения для комплексной автоматизации производственных, торговых и сервисных предприятий, продукты для управления финансами холдингов, отдельных предприятий, ведения бухгалтерского учета, расчета любого предприятия и управления кадрами, для учета бюджетных учреждений, разнообразные отраслевые и специализированные решения.

Программа 1С располагает таким модулем, как смс-рассылка. Такой модуль позволяет своевременно информировать клиентов. Благодаря быстрой интеграции модуля, создается единая система информирования клиентов. Работникам фирмы не приходится отдельно собирать данные, экспортировать их из программы 1С в web-интерфейс. Модуль обладает следующими преимуществами:

- 1) наличие только актуальных адресов;
- 2) не требуется экспорт и импорт информации в интернет;
- 3) книга адресов создана на основе единой базы данных.

Изначально база данных является основой программы 1С. Причем, количество баз данных варьируется от количества групп, которые задействованы в компании (клиенты, контрагенты, поставщики и т.д.)

База данных формируется сотрудниками предприятия. Для того, чтобы иметь достаточно большую базу данных клиентов, предприятию необходимо постоянно привлекать новых клиентов. Также необходимо постоянно следить за актуальностью базы данных, так как номера телефонов контактных лиц могут со временем меняться. Непосредственно для рассылки номера получателя можно вводить вручную или использовать справочник. В самом справочнике можно создать следующие группы:

- 1) контрагенты;
- 2) контактные лица (сотрудники фирм-контрагентов)(рисунок 1);
- 3) физические лица;
- 4) сотрудники.

На самом деле, групп может быть больше. Выше перечислены стандартные группы для предприятия.

У каждого человека из определенной группы в его карточке указан номер телефона, так как смс-рассылка производится только на мобильные телефоны любых операторов.

Чтобы отправить сообщение, необходимо сначала сформировать текст. В тексте может быть указана любая информация: акции, выгодные предложения, наличие товара, открытие новой точки продаж, распродажа и многое другое. Само сообщение может содержать до 1000 символов. Но важно

помнить, что длинные сообщения не интересны потребителю. Поэтому рекомендуется рассылать сообщения, оптимальное количество символов которого не превышает семидесяти.

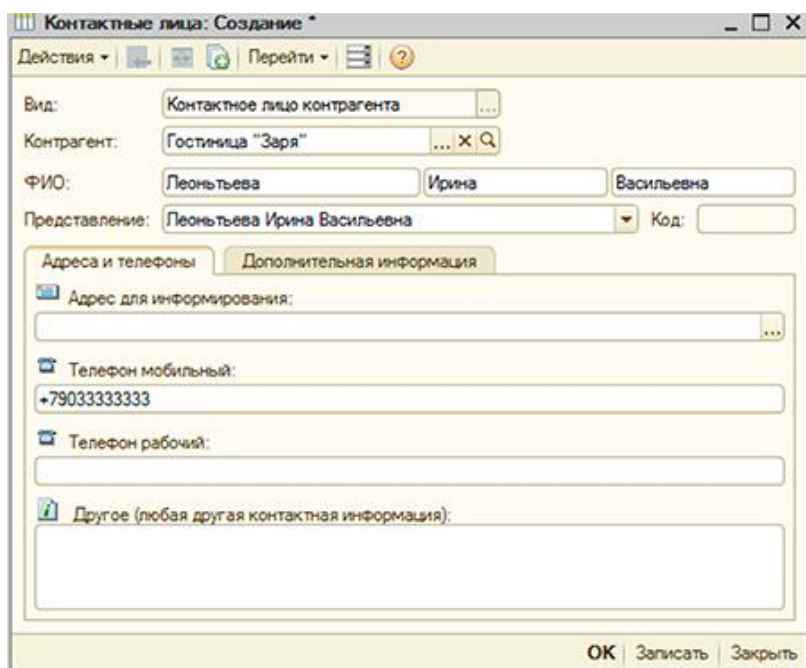


Рисунок 1 – Создание группы «Контактные лица»

После составления сообщения, необходимо выбрать лицо, которому будет отправлено сообщение (рисунок 2) и обязательно указать номер телефона, на который придет сообщение (рисунок 3).

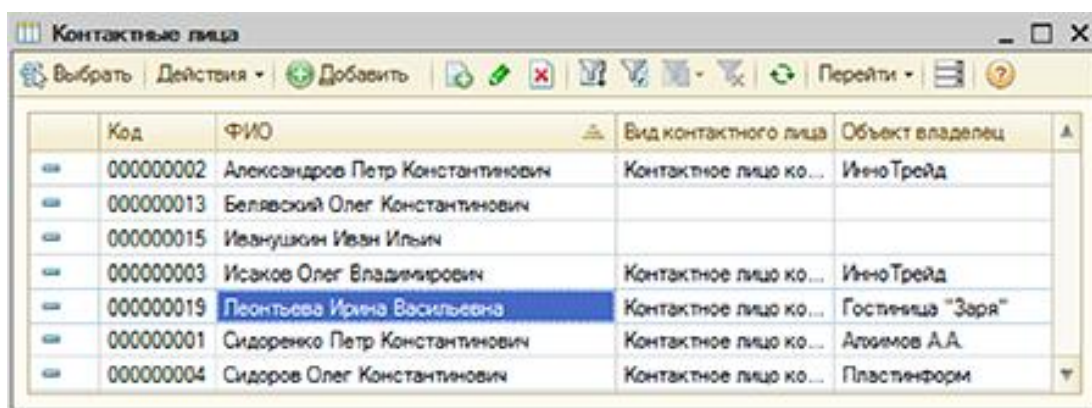


Рисунок 2 – Список контактных лиц



Рисунок 3 – Выбор номера телефона для отправления сообщения

Количество адресатов сообщения неограниченно, все зависит от бюджет на смс-рассылку – превышать его не рекомендуется.

После выбора адресата, рекомендуется проверить все реквизиты и нажать «Отправить». В течение нескольких минут контактное лицо получит сформированное смс-сообщение.

После отправки можно отследить информацию об отправленном сообщении и об ошибках, которое оно может содержать.

Что касается затрат на данное средство информирования, то все зависит от выбранного компанией тарифа. Для такого вида средства коммуникации рекомендуется применение безлимитного тарифа от сотового оператора. По мнению большинства специалистов, такой способ смс-рассылки является одним из наименее затратных. В связи с этим, предприятиям, которые работают на базе 1С, рекомендуется обратить внимание на данный модуль. Таким образом, разобрав процесс доведения сообщения до адресата, мы видим, что сообщение доходит до контактного лица без помех, искажений и больших затрат. Такой способ информирования потребителя дает гарантию того, что он правильно воспримет информацию и, наверняка, совершит покупку или воспользуется услугой. Как говорилось ранее, способов информирования существует большое количество, но не все они правильно информируют потребителя. От того, насколько правильно будет выбран инструмент донесения информации, зависит состояние фирмы и ее существование

#### **Список литературы:**

1. [https://sigmasms.ru/api/1c\\_modul](https://sigmasms.ru/api/1c_modul) (дата обращения 15.03.17)

### ***ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ "ВКОНТАКТЕ" КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ***

***Фатеев Д.Г.***

*Научный руководитель: Старший преподаватель Болдарук И.И.*

*Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Социальные медиа – это самый быстрорастущий ресурс сети интернет, и с каждым годом его известность увеличивается не только между обычных пользователей, но ещё и между бизнес-аудиторий. Большая численность пользователей и посещений страничек не оставили без интереса специалистов по рекламе. Действительно, число посетителей социальных сетей уже сейчас достигает огромного значения и увеличивается с каждым годом. Оставить без рекламного воздействия такую широкую аудиторию, по крайней мере, было бы неразумно, тем более с учетом тех возможностей, которые предоставляют социальные сети.

Реклама в соцсетях не требует создания для этой цели сайта. Использование этого вида интернета дает возможность сэкономить на создании веб-ресурса и на поддержании его работоспособности. Ключевыми особенностями рекламы в социальных медиа является возможность глубокого таргетинга и невысокая цена контакта с целевой аудиторией (от 1 рубля за клик). Такие характеристики делают рекламу в социальных сетях максимально годящейся для больших фирм, для малого и среднего бизнеса, а также для интернет-магазинов. Использование в рекламных целях социальных сетей способствует эффективному развитию бизнеса любого рода. Их владельцам достаточно завести здесь страничку и разместить на ней информацию, касающуюся товаров и услуг компании. Именно сюда станут «приходить» заинтересованные посетители, многие из которых станут клиентами.

Самая обширная социальная сеть в России "ВКонтакте" (около 500 млн. зарегистрированных пользователей). "ВКонтакте" можно встретить абсолютно любую целевую аудиторию необходимую рекламодателям, несмотря на то, что бытует мнение о том что "ВКонтакте" это подростковая социальная сеть. Данная социальная сеть наиболее подходящая платформа для таргетированной рекламы.

В последние годы в "ВКонтакте" интенсивно развивается таргетированная реклама. Ее появление стало возможным благодаря личным данным, которые можно найти на страницах аккаунтов их владельцев. Это не только пол, возраст, семейное положение пользователя услуг соцсети, но и круг их интересов и увлечений. Основная задача таргетированной рекламы это показ рекламы целевой аудитории благодаря базе данных собранной с личных страниц пользователей социальной сети "ВКонтакте". Все эти данные стали настоящей находкой для создателей таргетированной рекламы. Сверхточное нацеливание объявлений — **таргетинг** — главная индивидуальность рекламы "ВКонтакте". Маркетинговые объявления "ВКонтакте" показываются пользователям в левой части страничек и в новостной ленте (рисунок 1). Таргетированное объявление, как правило, состоит из заголовка и изображения, а также может содержать короткое текстовое описание. Для всевозможных рекламируемых объектов (видеозаписей, сообществ, записей в сообществах, внешних сайтов, приложений) предлагается выбор из наиболее подходящих форматов объявлений.

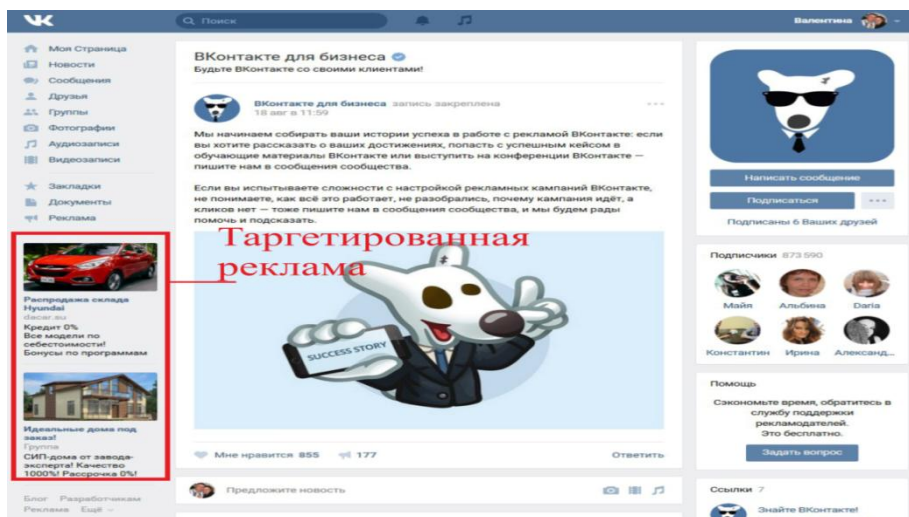


Рисунок 1 - Таргетированная реклама

В отличие от широко распространённой контекстной рекламы, объявления показываются не в соответствии с содержанием страницы, а определённым группам пользователей. Она ориентируется не на тематику запроса, введенного пользователем, а на их анкетные данные или на их прошлые поведенческие реакции. Обычные инструменты дают возможность избирать странички людей, в которых будут демонстрироваться объявления. Возможные параметры для настройки целевой аудитории: географические и демографические, образование, должности, интересы пользователей и многое другое (рисунок 2).

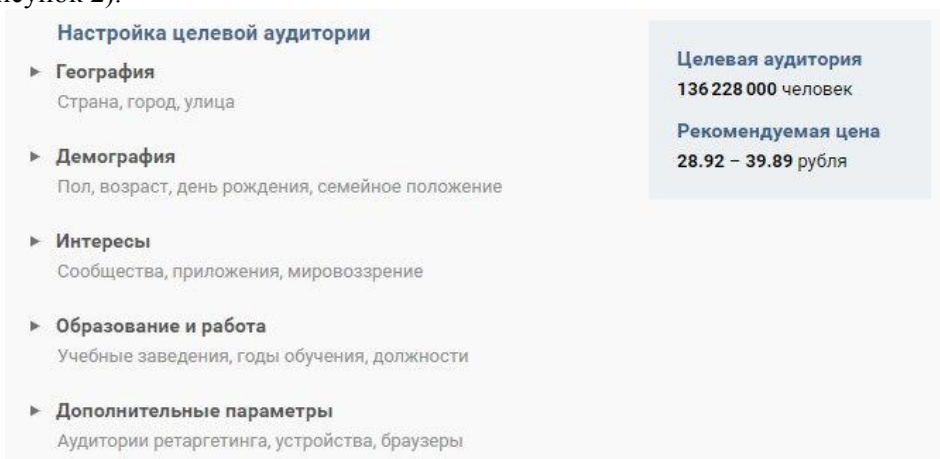


Рисунок 2- Настройка целевой аудитории для таргетированной рекламы

Например, пользуясь таргетингом "VKontakte", Вы можете показывать объявление только людям, проживающим в конкретном районе города, или поклонникам определённого музыкального коллектива. С каждым годом увеличивается количество сведений о пользователях социальных сетей, что позволяет создавать все более совершенный инструментарий для таргетирования.

Нажав на рекламу вы попадаете на страничку группы или на внешний сайт. Платите за каждый переход по вашему рекламному объявлению, либо за 1000 показов. Цена таргетированной рекламы "VKontakte" формируется из двух характеристик — конкуренции на выбранную аудиторию и кликабельности вашего объявления, воплощенной в таком параметре, как CTR (количество переходов по объявлению, поделенное на численность показов). Чем выше CTR объявления, тем ниже стоимость перехода. В случае если вы выбираете оплату за 1000 показов, начинает действовать аукционный принцип: чем больше ставите стоимость за 1000 показов, тем чаще ваше объявление показывается.

Как и у всех способов продвижения "VKontakte", у таргетированной рекламы есть свои плюсы и минусы.

Первый бесспорный плюс — довольно гибкие опции. Как говорилось выше есть полезные настройки, например показ объявлений тем, у кого в течение недели будет день рождения. Гибкость позволяет очень точно нацеливать рекламные объявления и не палить из «пушки по воробьям».

Второй плюс — это полностью «белый» метод продвижения. Практически все иные методы привлечения подписчиков внутри соцсети считаются неофициальными и в любой момент могут быть закрыты. Исключение только официальная биржа маркетинговых постов и френдинг.

Третий плюс — высокая скорость запуска: ваша реклама имеет возможность быть запущена буквально в течение часа. Перевели средства на счет, написали объявление, была проведена модерация объявления и уже сразу начинаете получать переходы

Основной минус — высокая стоимость перехода. Причем это именно цена перехода. В случае если стоит задача — увеличить число подписчиков в группе, это получится еще дороже, в два–пять раз. Ситуация полегче, если вы работаете в небольших городах России, так как конкуренция ниже. Еще практика показывает, что переход выгоднее, в случае если ваша основная целевая аудитория моложе 18 лет.

Порой "ВКонтакте" не совсем корректно формирует базы данных таргетированной рекламы. Для ещё более точной настройки базы данных за денежную плату, были созданы сервисы для поиска потенциальных клиентов в социальных сетях, например: "Targethunter.net", "ЦереброТаргет", SegmentoTarget и т.д. На данный момент "Targethunter.net" является сервисом №1 по поиску клиентов в социальных сетях по данным исследования "PandaTarget". Удобность и точность базы данных "Targethunter.net" обусловлено тем, что в ней большое количество функций по поиску параметров, на данный момент насчитывается 104 функции.

Таким образом исходя из изучения таргетированной рекламы социальной сети "ВКонтакте" мы видим, что правильно сформированная база данных приводит к увеличению количества потребителей так как данный инструмент направлен на поиск потенциальных потребителей по параметрам, которые необходимы компаниям. Помимо этого "ВКонтакте" имеет большое количество пользователей в сравнении с другими социальными сетями в России. Благодаря большому количеству пользователей таргетированная реклама в "ВКонтакте" является отличным инструментом информационных технологий в рекламе.

#### **Список литературы:**

1. Дмитрий Румянцев. Продвижение Бизнеса в "ВКонтакте" / Д.Румянцева - ПИТЕР:Бизнес, 2014г- 256с.
2. vk.com (дата обращения 15.03.2017г.)
3. ru.wikipedia.org (дата обращения 15.03.2017г.)

### ***ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ В РЕКЛАМЕ***

***Кузьмина Ю. И.***

*Научный руководитель: старший преподаватель, Болдарук И.И.*

***Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия***

С развитием компьютерных технологий компьютерная графика поднялась совершенно новый статус, поэтому, сегодня применима везде, где нужно создание и обработка изображений и каких-либо цифровых данных. На сегодняшний день можно сделать изображения любой степени сложности, используя четыре способа создания изображения: растровый, векторный, трехмерный и фрактальный. Как известно, визуальная информация хорошо воспринимается и запоминается. Рисунки, схемы, коллажи и т.д. отлично доносят свои идеи до получателя информации. Данная психологическая особенность человека, очень полезна для рекламы.

Компьютерная графика в рекламе решает очень много задач, которые помогают экономить средства и эффективно влиять на потребителя. Благодаря компьютерной графике реклама становится более интересной и зрелищной, что несомненно важно для производителей. [1]

Чаще всего графику используют для создания упаковки товара, этикетки, видео - рекламы, наружной и транспортной рекламы. Для создания рекламы таких видов на высоком уровне требуется специальное программное обеспечение, которое требует больших затрат. В базе такого рода программ уже хранится множество вспомогательных инструментов и шаблонов, для более усовершенствованной и легкой работы пользователя. Отличительной чертой таких программ является возможность создания различных движущихся объектов и реалистичных изображений разной сложности. Не многие знают, что создание рисунков, включая их уменьшение, увеличение, приближение и т.д. связано с большим объемом вычислений. Любая передача света конкретного



объекта, в зависимости от его расположения от источника света, нуждается в расчетах, учитывающих законы оптики.[1]

Знание и умение правильно обращаться с графическим редактором, это неотъемлемая часть для профессионалов из разных сфер деятельности, дизайнеры, фотографы, и «рекламщики» в настоящее время не могут обойтись без компьютерной графики. Создание рекламы с использованием графики это очень трудоемкий процесс, который требует много умений и знаний, так как при создании роликов для рекламы нужно учитывать положение теней, освещенность каждого объекта.

Помимо оригинального подхода в рекламе так же очень важен и визуальный эффект, но ему отведена не главная роль. В основном визуальный эффект направлен на привлечение и концентрацию внимания аудитории. [2] Эффекты и графика необходимы для того, чтобы усиливать, ослаблять, изменять восприятие отдельных частей композиции. В этом смысле рассматриваются тренды компьютерной графики.

Тренд представляет собой легко воспринимаемую технологию визуального решения задачи.[3] Новый тренд появляется путем улучшением старого или созданием нового программного товара. Самым легким трендом считают покадровую анимацию, а самым популярным, можно считать тренд «трансформеры» (совмещение видео с графикой), создание графических персонажей.[3]

В основе каждого тренда стоит ясная, доступная технология. Когда появляется новый технический инструмент, сразу же появляется и новый тренд.

Вторую жизнь получило стереокино, стерео – это новый тренд. «Мастера» маркетинга и рекламы предсказывают ему большое будущее. Возможно, благодаря стереоанимационным рекламным носителям, многие идеи достойно воплотятся в жизнь.[4]

В связи с развитием интернета и телевидения, большую популярность получают рекламные ролики. Они способны наиболее полно отразить суть товара за незначительный промежуток времени. Также, рекламные ролики охватывают огромную аудиторию, так как для своего не требуют никаких усилий со стороны потребителя.

Видов для создания видеороликов множество, но самым популярным на сегодня является использование компьютерной графики. Компьютерная графика - это процесс создания изображения с помощью компьютера, а также процесс обработки визуального ряда, полученного из реального мира. Можно уверенно сказать, что качественный рекламный ролик невозможен без компьютерной графики.

3D графика, её также применяют в рекламе с целью создания наиболее реалистичного рисунка. Применение подобной технологии, повышает результативность рекламы в разы. Важной характеристикой данной технологии считается вероятность взглянуть на предмет абсолютно со всех сторон, всех ракурсов и в том числе посмотреть вовнутрь.

Не смотря на все преимущества 3D визуализации, в рекламных целях, все же, больше ценится отснятый видео ролик с реальным объектом. Это объясняется тем, что самая точная, красивая и наглядная модель, так и остается моделью, а в видео уже видно применение продукта в реальной жизни..

Компьютерная графика является важной частью нашего мира, она проникает в новые сферы социальной жизни и активно в них развивается. Применение компьютерной графики наиболее заметно в сфере развлечений, в частности, кино и рекламе. Компьютерная графика сегодня очень популярна и поэтому активно продвигается, основываются новые методы, разрабатывается новое программное и техническое обеспечение.

#### **Список литературы:**

1. <http://vsch.ru/modules/educ/about/137/> (дата обращения 13.03.2017)
2. [http://www.barguzin.com/articles/oblasti\\_primeneniya](http://www.barguzin.com/articles/oblasti_primeneniya) (дата обращения 13.03.2017)
3. <http://adindex.ru/publication/tools/2010/04/8/44711.phtml> (дата обращения 13.03.2017)
4. <http://reclama.tv/> (дата обращения 13.03.2017)

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА МОНГОЛИИ**

**Ганболд Баярнаадам**

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Шапорова.З.Е.*

**Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Монголия – одна из самых континентальных стран мира. На ее территории самый южный пояс распространения вечной мерзлоты и самые северные на земном шаре пустыни. Здесь центр мирового максимума зимнего атмосферного давления. Улан-Батор же считается самой холодной столицей на Земле.

Высокие хребты Центральной Азии, опоясывающие Монголию почти со всех сторон мощными барьерами, изолируют ее от влажных воздушных течений как Атлантического, так и Тихого океана, что создает на ее территории резко континентальный климат.

Монголия - государство в Центральной Азии. Граничит с Россией на севере и с Китаем на востоке, юге и западе. Выхода к морю не имеет. Общая площадь Монголии составляет 156 410 тыс. га, из них земли сельскохозяйственного назначения занимают 114 207,3 тыс. га (73 % общей площади земельно го фонда страны), в т. ч. 704,5 тыс. га пашни, 113 502,8 тыс. га сенокосов и пастбищ.

Сельское хозяйство — одна из ведущих отраслей хозяйства Монголии, которая играет важную роль в экономической, трудовой и экспортной сферах деятельности страны. Переход к рыночной экономике, произошедший в Монголии в начале 90-х гг. стал историческим фактором, способствующим развитию экономики страны, в т. ч. и в аграрной индустрии. Одним из важнейших направлений преобразований в сельском хозяйстве того периода стало приватизация государственной собственности в госхозах, кормовых хозяйствах и СХО.

Как было уже сказано выше, основу монгольского сельского хозяйства составляет пастбищное животноводство. Эта система сформировалась еще три тысячи лет назад. 75 процентов продукции сельского хозяйства Монголии – животноводческая, и лишь 25 процентов – растениеводческая. Кроме того, продукция этой отрасли и продукты ее переработки составляют львиную долю экспорта Монголии (74 %). На первом месте по экспортной выручке стоит шерсть, на втором — скот.

Основную часть всего животноводческого поголовья в МНР составляют овцы – 52 %. На втором месте по численности стоят козы — 25 %, на третьем — лошади 11%. Поголовье КРС составляет 8,3 %, верблюдов — 3,7 %. Такой состав выращиваемых животных обусловлен постоянным высоким мировым спросом на шерсть и продукты ее переработки (например, кашемир). Кроме того, баранье мясо издавна считается в Монголии более полезным, чем говядина или свинина.

Сельское хозяйство всегда составляло основу экономики Монголии. В условиях перехода к рынку его значение увеличилось. В нем занято 50% населения страны (в 1950 г. – около 80%), оно дает более 40% ВВП. По поголовью скота на душу населения мы занимаем 3-е место в мире, уступая только Австралии и Новой Зеландии. До начала 40-х годов, когда промышленность сформировалась в самостоятельную сферу, сельское хозяйство являлось единственной отраслью материального производства в стране. Еще в 1950 г. в нем производилось 60% национального дохода. Далее его доля сокращалась: в 1970 г. – до 25%, в 1975 г. – до 22,4%. В настоящее время она несколько выросла – почти до 30%. При этом свыше 50% экспортной продукции приходится на сельскохозяйственное сырье, а с учетом изделий из него – свыше 70%. Уровень и темпы развития сельского хозяйства во многом определяют важнейшие народнохозяйственные пропорции. От его состояния полностью зависят такие традиционные отрасли промышленности, как легкая и пищевая, поскольку затраты на сельскохозяйственное сырье составляют основную часть их издержек производства. Кроме того, сельское хозяйство является крупным источником накоплений. [1]

Животноводство — наиболее древний промысел человечества после охоты, собирательства и рыболовства, освоенный наряду с земледелием, в неолите. Появлению скотоводства предшествовал процесс одомашнивания определённых видов диких зверей, которые были пригодными для жизни с человеком и из которых могла быть извлечена польза в форме источника мяса, молока, шкур или в качестве рабочего животного, тянущего плуг. Система животноводства сложилась на территории Монголии очень давно, около 3 тыс. лет назад. Главное достоинство и преимущество данной системы хозяйства состоит в том, что при минимуме затрат труда и средств человек получает значительное количество животноводческой продукции. Однако при этом животноводство очень сильно зависит от природных факторов. В отличие от российских животноводов монголы практически не строят на зимнее время укрытия для скота (точнее зимние кошары представляют собой сооружения из бревен и ветвей) и не делают запасов фуража на зиму. Принцип такой - что скотина найдет, тем и питается. Поэтому, когда в Монголии зимой выпадает много снега, случается стихийное бедствие - дзууд.

Первое место в животноводстве как было сказано выше принадлежит овцеводству.

Второе место по вкладу в валовую продукцию принадлежит разведению коз. За 10 лет их поголовье увеличилось в 4 раза, что позволило производить около 3 тыс. т кашемира в год. В последние годы на мировом рынке цены на козий пух и изделия из него возросли, в связи с этим цена на козий пух-сырец в стране повысилась в несколько раз и достигла 35 тыс. тугриков/кг. Сегодня Монголия вторая после Китая по производству и экспорту козьего пуха. Немалым спросом пользуются и козы шкурки с пухом, цена которых в настоящее время достигает 10 тыс. тугриков.

Третье место занимает разведение крупного рогатого скота. Главное направление – мясное. В Монголии преобладает неспециализированная некрупная порода со средним живым весом 300-350 кг и чистым выходом мяса немногим более 50%. В производстве мяса на экспорт скотоводство уступает лишь овцеводству.

Коневодство – одна из традиционных, экономически значимых и перспективных отраслей животноводства. По численности лошадей Монголии принадлежит одно из первых мест в мире. В последнее время конское мясо становится одним из важных экспортных ресурсов. В начале 90-х годов построен завод по его переработке. Кроме того, лошади широко используются на различных внутрихозяйственных работах и являются незаменимым транспортным средством пастухов.[1]

В экономической жизни Монголии земледелие играет второстепенную роль. Земледелие как самостоятельная отрасль народного хозяйства начала развиваться с 1959 г. путем освоения целинных земель. В рамках программы освоения целинных и залежных земель созданы первые госхозы, которые сыграли важную роль в обеспечении страны зерновой и другой земледельческой продукцией. В 1985 г. земледелие производило уже более 30% всей продукции сельского хозяйства. Тогда в стране насчитывалось более 60 госхозов и почти 30 кормовых хозяйств.

Действительно, до 90-х годов Монголия обеспечивала себя земледельческой продукцией полностью. В частности, в 80-е годы выращивалось в среднем 600 тыс. т пшеницы, в разгар освоения целины рекордный урожай зерновых достиг 746,3 тыс. т. Но после раздробления крупных государственных хозяйств и образования многочисленных мелких компаний земледельческое производство пришло в упадок: в 1999 г. урожай составил всего 190 тыс. т, т.е. производство зерна сократилось более чем в 3 раза. В то же время при сохранении нынешних темпов прироста численность населения страны к 2010-2015 гг. достигло 3,1-3,2 млн. человек. Чтобы его прокормить, потребуется по крайней мере 540- 600 тыс. т зерновых, 160-180 тыс. т картофеля и 110-120 тыс. т овощей в год.

Развитие сельского хозяйства Монголии напрямую зависит от природно-климатических условий. В результате стихийных бедствий резко ухудшаются нормальные условия для ведения пастбищно-кочевоего животноводства, а также для занятия земледелием. Статистика свидетельствует, что в 1980–1981 гг. в результате бескормицы было потеряно 2418,2 тыс. животных. В 1999 г. на 60 % территории страны наблюдалась засуха, при этом было потеряно 40 тыс. га зерновых и 2,6 тыс. гол. скота, в результате сельскому хозяйству был нанесен убыток в размере 90 млрд тугриков. В 2009–2010 гг. очередной зимний дзуут (гололедица) привел к потерям 8,5 млн гол. скота.

Сегодня сельское хозяйство Монголии занимает особое место в приоритетах политики государства. Суровые зимы и засушливое лето сдерживает развитие экономики сельского хозяйства Монголии. В сельском хозяйстве Монголии животноводство играет ключевую роль. В валовом внутреннем продукте страны доля сельского хозяйства составляет 21,2 %. В структуре сельского хозяйства на долю животноводства приходится более 80 % производства, а остальные на продукцию земледелия. Сегодня в аграрном секторе работает более 30% всего трудящегося населения. Ежегодно Монголия производит более 250 тыс. т мяса, 490 млн т молока, 22,4 млн т овечьей шерсти и других продуктов животноводства. Однако, несмотря на положительную тенденцию за последние годы в аграрном секторе Монголии, для его дальнейшего развития необходимо решить ряд проблем, связанных с уязвимостью и зависимостью сельского хозяйства от природных факторов. Необходимо также способствовать сохранению и улучшению земельных угодий сельскохозяйственного назначения, повысить их эффективность и продовольственную обеспеченность страны. Аграрный сектор Монголии должен стать конкурентоспособной отраслью, способствующей устойчивому развитию сельских территорий, повышению занятости и уровня жизни сельского населения.

#### Список литературы:

1. Моломжамц Дэмчигжавын д.э.н. (Монголия). Проблемы развития аграрного сектора экономики Монголии [Электрон. ресурс]. Режим доступа: [http://vasilieva.narod.ru/ptpu/4\\_1\\_01.htm](http://vasilieva.narod.ru/ptpu/4_1_01.htm), свободный.
2. <https://goferma.ru/zhivotnovodstvo/obshhie-dannye/pochemu-zhivotnovodstvo-stalo-glavnoj-otraslyu-hozyajstva-v-mongolii.html>.
3. [https://legendtour.ru/rus/mongolia/informations/climate\\_in\\_mongolia.shtml](https://legendtour.ru/rus/mongolia/informations/climate_in_mongolia.shtml).  
www.nso.mn - Национальное статистическое управление Монголии.

## СОДЕРЖАНИЕ

### СЕКЦИЯ 7. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АПК РЕГИОНОВ РОССИИ

#### ПОДСЕКЦИЯ 7.1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

Юсупова А.Р. РОЛЬ АУДИТА В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	3
Чепрасова Ю.В. АУДИТ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ВИДОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ	5
Черных Н.В., Брыков С.Д. ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	7
Музаффарова К.А. НАЛОГОВЫЙ АУДИТ КАК САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	10
Халидова А. Ш. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА НА 2017 ГОД	13
Халидова А. Ш. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГАРАНТИЙ СУБЪЕКТАМ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	14
Осипова М.А. АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	16
Анисихина Э.И. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, КАК ЭЛЕМЕНТ прогнозирования	19
Резвова О.Н. ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ОАО «ПТИЦЕФАБРИКА «ЗАРЯ» п. ЕМЕЛЬЯНОВО	21
Красикова И.Е. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: МЕТОДЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ	23
Дмитренко А.И. ДИАГНОСТИКА РИСКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ, МЕРЫ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО ПТИЦЕФАБРИКА “ЗАРЯ” ЕМЕЛЬЯНОВСКОГО РАЙОНА	26
Бушуева К.А. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ	28
Ворончихина А.А. ТЕНДЕНЦИИ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ И БЕЗРАБОТИЦЫ В РФ И КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ	30
Числов Р.В. РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА НА ПРИМЕРЕ ОАО ПТИЦЕФАБРИКА ЗАРЯ	32
Репринцева К.В. ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	35
Григорян К.Г. ДИАГНОСТИКА РИСКА БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ГСХУ «УЧХОЗ МИНДЕРЛИНСКОЕ» СУХОБУЗИМСКОГО РАЙОНА	37
Ворончихин В.В. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ СУЩНОСТИ, КЛАССИФИКАЦИИ И МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИЙ	40
Комиссаров А.В., Толкачёва А.А. НАЛОГОВЫЙ РИСК В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	42
Лещенко В.В. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ДЕНЕЖНЫХ ДОКУМЕНТОВ	44
Карпукова Л.Э. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В СФЕРЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ	46
Халидова С.Ш. ФОНДОВЫЕ БИРЖИ МИРА И ИХ ОСОБЕННОСТИ	49
Халидова С.Ш. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ В РФ	51
Халикова З.Б. ФИНАНСОВАЯ СРЕДА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ЗНАЧЕНИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА	52
Халикова З.Б. АНДЕРРАЙТЕР В СТРАХОВОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ: ЕГО ФУНКЦИИ И РОЛЬ	54

#### ПОДСЕКЦИЯ 7.2. ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Марышева Л.В., Протасова А.С. НАУКА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ	56
--	----

Беспалова Н.А., Трофимова А.С. КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ МБУК «ДРОКИНСКАЯ ЦКС» ДОМ КУЛЬТУРЫ П.СОЛОНЦЫ (ФИЛИАЛ) ЕМЕЛЬЯНОВСКОГО РАЙОНА	58
Щёкина А.Д. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАНЯТОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ	64

### **ПОДСЕКЦИЯ 7.3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Дементьева А.А. ОСОБЕННОСТИ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ	68
Попов С.М. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ	71
Тышов И.С. ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	73
Стамбурская К.В. АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	76
Кичеева А.В. ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	78
Тобияс И.Ю. СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ТЕОРИЯ МАРКЕТИНГА ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	81
Шиянков А.С. ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ КАРТОЧКИ ДЛЯ МАЛОИМУЩИХ	83
Севостьянова Я.В. ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА	85
Новиков А.В. ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	87
Алфёров А.В. УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА: ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ, ПОЛИТИКА И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ	89
Бордушко В.А. КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЕМЕЛЬЯНОВСКОЕ»	91
Вахрушев В.А. СЛУЖБА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ В СТРУКТУРЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	93
Вахрушев В.А. ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «МЕЛЬНИЦА»	95
Докучаева М.А. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	98
Катан И. А. ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «УЧХОЗ МИНДЕРЛИНСКОЕ» СУХОБУЗИМСКОГО РАЙОНА)	101
Красько В.А., Гавриленко Д.О., Виноградов А.А., Болашенко В.А., Мусияка Р.В., Плотин В.В. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА (НА МАТЕРИАЛАХ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)	103
Паравян А.С. СИСТЕМА ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	106
Толкачёва А.А. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ЕМЕЛЬЯНОВСКОЕ»	109
Черных Н.В. РОЛЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КАК ФАКТОРА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ЗАО АПХ «АГРОЯРСК»	112
Ломилкин Д.А. РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В 2017 ГОДУ	114
Логинов В.В. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ ЛОНДОНСКОЙ И ФРАНКФУРТСКОЙ ФОНДОВЫХ БИРЖ	116
Валихматова Т.Н. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	118
Абашина С.А. ВОПРОСЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	120
Шмидт Н.А. ИННОВАЦИИ В ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ	123

Корощенко М.А., Хандогина Д.С. ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	124
Великанова М.В., Кравченко Д.С. КРУПНЫЕ КОРПОРАЦИИ И ИХ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ	127
Гребенникова А. МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ	128
Дурасова А.Д., Степанова Э.И. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ	129
Зверева А.А. БЕЗРАБОТИЦА В РОССИИ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НЕЙ	131
Кучина Е.А. ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ СООТНОШЕНИЯ НАЛОГА, СБОРА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОШЛИНЫ: ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ	133
Ануфриева В.В. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ РФ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ	135
Болашенко В.А. АГРОПРОМЫШЛЕННЫЕ ФОРУМЫ КРАСНОЯРСКА И СИБИРИ	137
Мухамедзянова А.А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МАССОВЫХ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОВЕДЕНИЯ КРАСНОЯРСКОЙ УНИВЕРСИАДЫ – 2019	139
Адамян Р.А. ПРЕИМУЩЕСТВА МСФО И ПРОБЛЕМЫ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ	141
Болоцких В.В. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РОССИИ НА МСФО	143
Болоцких В.В. ПРАВОВОЙ СТАТУС И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ СЛУЖБЫ В ОРГАНИЗАЦИИ	145
Гайворонская А.В. НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	147
Горох В.В. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО ФИНАНСОВОГО И УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В РОССИИ	149
Гринько В.В. БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА	151
Лунева К.В. ВОСТРЕБОВАННОСТЬ И ПРИМЕНЕНИЕ МСФО В РОССИИ	152
Пирожкова Е.А. МСФО В СРЕДНИХ И МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	154
Степко Р.Р. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ФИНАНСОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА	156
Шелковая К.Е. ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ МСФО В РФ	157
Шелковая К.Е. ПРОБЛЕМЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	159
Остапенко Е.А., Лапина Е.Н. ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В КОММЕРЧЕСКОМ БАНКЕ	161
Мальцева М.Н. ПРОБЛЕМЫ МЕТОДИЧЕСКОГО И НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В РОССИИ	165

#### **ПОДСЕКЦИЯ 7.4. РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ В АПК**

Соловьева А.С., Шиляева В.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ МОЛОДЕЖИ К ЖИЗНИ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ	168
Лукьянчук Ю.О. БРЕНДИНГ ГОРОДА ДИВНОГОРСКА КАК ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	170
Мадоян А.В. АНАЛИЗ КОНСАЛТИНГОВЫХ ФИРМ ГОРОДА КРАСНОЯРСК	172
Соловьева А.С. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ БАНКРОТСТВА	174
Михеев А.А. МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	177
Петрова Е.А. МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ	179
Фатеев Д.Г. МАРКЕТИНГ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ: НЕТРАДИЦИОННЫЕ МОДЕЛИ СБЫТА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ	181
Кузнецова Ю.О. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ ОПТОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	183
Андреева М.В. РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	185
Мотыль Е.Е. ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КОМПАНИЙ РЫНКА B2B	187
Токолова А.А. УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПЛАТНЫХ УСЛУГ	189
Горшкова П.С. ПОСТРОЕНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ КАРТЫ РЕГИОНОВ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА	191
Вологодина О.А. РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В ПРЕДПРИЯТИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	194
Ведерников П.В. ОТ БРЕНДА К БРЕНДИНГУ	196

## **СЕКЦИЯ 8. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ОБРАЗОВАНИЯ**

### **ПОДСЕКЦИЯ 8.1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЛОГИСТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ**

Андрющенко И.С., Николаева Р.Д. РАЗРАБОТКА МАТРИЦЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ И ПОЛНОМОЧИИ В СФЕРЕ ГЕДЕЗИЧЕСКИХ ИЗЫСКАНИЙ	198
Ахпашева И.В. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО ТД «ВСК»)	200
Волкова К.А. МЕНЕДЖМЕНТ В ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ	202
Волкова К.А., Ахмедов Н.Т. ПОДБОР ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	204
Гармаева С.П. ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МАТРИЦА РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА	206
Гончарова М.А. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРИОРИТЕТ»	209
Ермакова Н. А. РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ БАЗЫ ОТДЫХА «КУБАЙКА»	211
Зайцева Н.А. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ БЕНЧМАРКИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	213
Книга Н.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЕРБАЛЬНЫХ МЕТОДОВ ПОЛУЧЕНИЯ И ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ	214
Кожевникова А.А., Рябинина Е.И. КАЧЕСТВЕННОЕ ХЛЕБОПЕЧЕНИЕ В РОССИИ КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА	216
Кожевникова А.А., Рябинина Е.И. РИСКИ В ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ В СФЕРЕ ЖКХ И ПУТИ ИХ МИНИМИЗАЦИИ	218
Колтуновский М.Ю. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ООО «СЫРНАЯ ДОЛИНА»	220
Кривошеина Е.А. РОЛЬ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА	223
Лесняк Г.В. УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА	225
Малютин В.В. ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В КОНДИТЕРСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	227
Порубченко В.В. ФОРМИРОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «НОВОАНГАРСКИЙ ОБОГАТИТЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»	230
Сайботалова В.Н. МОТИВАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ	232
Сафьянова И.А. ЛИЗИНГ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ	236
Соколова И.В. ПРОБЛЕМЫ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ РЫБИНСКОГО РАЙОНА	238
Ставер Н.И. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ МУНИЦИПАЛЬНЫМИ ОБРАЗОВАНИЯМИ	240
Тарант Л.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИП ТАРАНТ Л.А.	243
Третьякова А.В. РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	245
Чистякова М.А. ЗНАЧЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ	247

### **СЕКЦИЯ 8.2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ , ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Ахмедзянова Е.В. ОРГАНИЗАЦИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В АГРАРНОМ ВУЗЕ: ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ	249
Ашакай А.У. ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО УЧЕБНОГО ПОСОБИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН	252
Дёмина Д.А. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ УЧАЩИХСЯ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ	255
Клевакина Ю.А. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИАГНОСТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ГОТОВНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ И НАПРАВЛЕНИЙ	257
Кукушкина О. А. ПРОБЛЕМА РОСТА НАРКОЗАВИСИМОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	260

Милютин Т.И. РОЛЬ ТЕХНОЛОГИИ CASE-STUDY В ПРОЕКТИРОВАНИИ ЗАНЯТИЙ ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ ДИСЦИПЛИНАМ	262
Пеллинен Н.Р. АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕХНИКИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ	264
Пуцина Ю.М. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ ПРЕПОДАВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН	267
Рукоусев В.О., Абрашкина А.А. КУЛЬТУРА РЕЧИ СТУДЕНТОВ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА	270
Толстова А.О. ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	272
Шевченко А.К. ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВА УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	274

## **СЕКЦИЯ 9. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)**

### **ПОДСЕКЦИЯ 9.1. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА, МАРКЕТИНГА И ЭКОНОМИКИ**

Astapova T.V. THE PECULIARITIES OF BUSINESS NEGOTIATIONS AND SOME TIPS FOR EFFECTIVE BUSINESS COMMUNICATION	277
Balashova K.A. ENGINEERING STUDENTS AWARENESS OF BUSINESS ETIQUETTE	279
Chekushkin N.V. ABOUT IMPORTANCE OF NON-STANDARD METHODS OF STAFF MOTIVATION	281
Guleev S.S. THE PROBLEM OF INTERACTION BETWEEN TOP MANAGERS AND COMPANY OWNERS	283
Karamtchakova E. COMMUNICATION	284
Kirdiyashkina K.E. FEATURES OF FASHION INDUSTRY IN MARKETING	285
Kniga N.V. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OR HOW TO MAKE KRASNOYARSK ECO-FRIENDLY AGAIN	287
Ochakovskaya V. A. RECRUITING AND RETRAINING AS EFFECTIVE PERSONNEL POLICY INSTRUMENTS	289
Panchenko Y. V. CONTESTS IN THE NETWORK AS A NEW KIND OF INTERNET MARKETING	292
Popova A.D. HOW GENDER BIAS AFFECTS WOMEN IN BUSINESS	294
Ptukha V.D. THE IMPORTANCE OF NONVERBAL COMMUNICATION IN MANAGEMENT	296
Shirokova O.V. CREATING A SOCIO-PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN THE ORGANIZATION	297
Volchok P. A. IMPORTANT PLANING	299
Zolotuhina E.N. CORRUPTION IN THE RUSSIAN MANAGEMENT AND IN SOME COUNTRIES OF THE WORLD	300

### **ПОДСЕКЦИЯ 9.2. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК**

Kirnos A.V. USING STEVIA EXTRACT AS A SWEETENER IN CONFECTIONS	302
Larkina A.V. NETTLE AND DECOCTION INFLUENCE ON HAIR AND SKIN CONDITIONS	303
Markov M.A. CONDITIONS OF KEEPING AND NUTRITION OF BICAMRALCAMELS IN THE "ROEV RUCHEY"	304

## **СЕКЦИЯ 10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В АПК**

### **ПОДСЕКЦИЯ 10.1. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ АПК**

Запорожченко Ю.Ф. НАКОПЛЕНИЕ ОТХОДОВ – УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	306
Серёдкина Р.А. ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ	307
Липская М.В., Дорожкина В.В. ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕРАБОТКИ НАВОЗА НА ЗАО АПК «АГРОЯРСК»	309
Козлов А.С. РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	310
Спиридонова А.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	312
Павелко В.А. РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	314



Зайцева М.Г. СПЕЦИАЛЬНАЯ ОЦЕНКА УСЛОВИЙ ТРУДА КАК ОСНОВА ОРГАНИЗАЦИИ УСЛОВИЙ ТРУДА РАБОТНИКОВ	316
Ксенофонтова С.А. УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ: КАРЬЕРА И КАРЬЕРНАЯ СТРАТЕГИЯ	318
Раннева Е.В. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ	319
Щербаков Н.А. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА	321
Вардашкин Д.К., Цветцых А.В. НЕОБХОДИМОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	323
Ударцева Л.А. ТРУДОВАЯ МОТИВАЦИЯ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ	324
Ударцева Л.А. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	325

## **ПОДСЕКЦИЯ 10.2. СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В АПК**

Волков К.К. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЛОКАЛЬНОЙ СЕТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	327
Данилин В.О. РАЗРАБОТКА ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ЗАО «МАРИНИНСКОЕ»	328
Коноваленко В.В. РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ СЕЛЕКЦИИ ПШЕНИЦЫ ДЛЯ ФГБНУ «КРАСНОЯРСКИЙ НИИСХ»	330
Оюн Ш.Ю. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОТОТИПА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ «АДМИНИСТРАЦИЯ КЫЗЫЛСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА/УПРАВЛЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА И АГРОБИЗНЕСА»	332
Саватеева А.О. РАЗРАБОТКА ПОДСИСТЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ЗАО «АГРОЯРСК» НА ПЛАТФОРМЕ 1С:ПРЕДПРИЯТИЕ	334
Ивкина В.А., Львова О.Г. КЛАСТЕРНЫЙ МЕТОД – КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ АПК	335
Хан Е.А. АНАЛИЗ ОБЛАЧНЫХ ИНТЕРНЕТ - ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТУРИЗМА	337
Ломова Н.А. СОЗДАНИЕ ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СЕТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ «ЧИСТЫЕ ЛУГА»	338
Рыболовский А.В. РАЗРАБОТКА ВЕБ-ПРИЛОЖЕНИЯ В СРЕДЕ АРЕХ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ ОТЧЕТНОСТИ ЛАБОРАТОРНЫХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ ДЛЯ КНИИСХ	340
Алексеев М.С. ЗАДАЧИ ДЕ МЕРЕ	341
Хаваа А.О. ПИФАГОРОВЫ ЧИСЛА	344
Юрченко А.Е. МОДУЛЬ СМС-РАССЫЛКИ В ПРОГРАММЕ 1С КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	347
Фатеев Д.Г. ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ "ВКОНТАКТЕ" КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	349
Кузьмина Ю.И. ПРИМЕНЕНИЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ В РЕКЛАМЕ	351
Ганболд Баярнадам. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА МОНГОЛИИ	353

## **СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ**

### **Материалы XII Всероссийской студенческой научной конференции, посвященной Году экологии и 65-летию Красноярского ГАУ (6 апреля 2017 г.)**

#### **Часть 3**

*Издается в авторской редакции*

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 24.49.04.953.П. 000381.09.03 от 25.09.2003 г.  
Подписано в печать 7.06.2017. Формат 60×90/18. Бумага тип. № 1.  
Печать – ризограф. Усл. печ. л. 45,5. Тираж 40 экз. Заказ № 150  
Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета  
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117