

**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 XIII Всероссийской студенческой научной конференции
(4 апреля 2018 г.)**

Часть 3

Секция 6. Ресурсосберегающие и экологически безопасные технологии пищевых производств

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)

Красноярск 2018

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

Редакционная коллегия:

Дебрин А.С., ведущий специалист управления науки и инноваций
Михеева М.Э., ведущий специалист управления науки и инноваций
Горелов М.В., ведущий специалист управления науки и инноваций
Литвинова В.С., к.с.-х.н., доцент, Институт международного менеджмента и образования
Зинина О.В., к.э.н., доцент, Институт экономики и управления АПК
Колпакова О.П., к.с.-х.н., доцент, Институт землеустройства, кадастров и природообустройства
Миронов А.Г., к.с.-х.н., доцент, председатель Совета молодых ученых
Романченко Н.М., к.т.н., доцент, Институт инженерных систем и энергетики
Смольникова Я.В., к.т.н., доцент, Институт пищевых производств
Сторожева А.Н., к.ю.н., доцент, Юридический институт
Федотова А.С., к.б.н., доцент, Институт прикладной биотехнологии и ветеринарной медицины
Чураков А.А., к.с.-х.н., и.о. доцента, Институт агроэкологических технологий

С 88 Студенческая наука – взгляд в будущее: мат-лы XIII Всерос. студ. науч. конф. Часть 3 / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2018. – 292 с.

В третьей части представлены доклады, сделанные на XIII Всероссийской студенческой научной конференции, которая проходила в Красноярском государственном аграрном университете 4 апреля 2018 г. (*Секция 6. Ресурсосберегающие и экологически безопасные технологии пищевых производств. 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)*).

ББК 4

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

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», 2018
© Авторы статей, 2018

СЕКЦИЯ 6. РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

ПОДСЕКЦИЯ 6.1. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЖИВОТНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАПОРОТНИКА В ТЕХНОЛОГИИ МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В ТЕСТЕ

Афонина А.Н.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Речкина Е.А

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Введение. Здоровье человека во многом определяется структурой и традициями регионального питания. Следствием геохимических особенностей региона может стать избыток или недостаток минеральных компонентов в рационах, основанных на продуктах питания местного происхождения[8]. Сохранение здоровья и увеличение продолжительности жизни человека – одно из самых актуальных проблем современности. Результаты мониторинга питания населения убедительно показывают, что структура питания населения Российской Федерации характеризуется серьезным дисбалансом, который приводит к нарушению пищевого статуса. Прежде всего, выделяется дефицит большинства минеральных веществ, витаминов и пищевых волокон.

Выявление все новых данных о взаимосвязи некоторых пищевых ингредиентов и здоровья человека, обобщение и анализ результатов различных исследований привели к появлению новых направлений в науке о питании. В частности, в рамках концепции оптимального питания формировалось новое направление – концепция функционального питания[2].

Производство функциональных продуктов питания и их компонентов является одним из современных направлений развития пищевой промышленности в связи с возрастающим спросом потребителей как в России, так и за рубежом. Ежегодно мировой рынок функциональных продуктов увеличивается на 5-20 % [6,4,1].

Одним из источников функциональных ингредиентов, а именно пищевых волокон, признаны дикорастущие растения. Дикорастущие пищевые растения не могут, конечно, заменить овощи, фрукты и другие продукты растительного происхождения, но могут существенно пополнить пищевой баланс. В рационе питания человека растительная пища представлена в основном культивируемыми овощами, огромным, но мало используемым, является арсенал пищевых дикорастущих растений. На сегодняшний день в большей или меньшей степени используется человеком менее 5 % от общего числа видов известных растений, обладающих пищевыми свойствами [7].

Орляк обыкновенный, или папоротник орляк - растение - космополит, распространен по всему земному шару и фактически не встречается только за полярным кругом и в пустынях, однако, больше всего папоротник орляк тяготеет к зонам с умеренным климатом. Папоротник – светолюбивое растение, поэтому чаще встречается в хорошо освещенных березовых, сосновых и осиновых лесах, преимущественно по опушкам и склонам, лесным полянам, прогалинам.

В условиях Сибири папоротник лучше растет на почвах богатых питательными веществами, а в районах с океаническим климатом может развиваться и на бедных почвах. Для роста орляка в Средней Сибири лучшими являются почвы с умеренным увлажнением, хорошей аэрацией, средней плотностью и кислотностью [3].

Отмечена сравнительно большая питательная и биологическая ценность молодых побегов орляка, указано содержание каротинов – 07 мг на 100 г сырой массы, что значительно, учитывая суточную потребность человека в этом витамине в 1,5 мг. Орляк ставится в один ряд с такими овощами, как томаты, кочанный салат, желтая морковь. Содержание α -токоферола и рибофлавина в орляке несколько выше, чем в большинстве овощей, по содержанию аскорбиновой кислоты папоротник равнозначен картофелю, белокочанной капусте, зеленым овощам. Молодые побеги богаты белком, уступая только белым грибам, но его количество разнится в зависимости от места произрастания папоротника. Определено наличие до 17 аминокислот, из них 7 незаменимых. А в молодых побегах определены 15 свободных аминокислот (нет метионина и цистина), из них 6 незаменимых, их доля – 29,25 %. Незаменимые кислоты – изолейцин, лейцин, лизин, треонин, валин, метионин+цистин (в свободном виде не обнаружены), фенилаланин+тироzin. Углеводы – сахара, сахароспирты, крахмал, клетчатка, лигнин, гемицеллюлозы[12,13,11,10].

«Пищевую ценность представляют молодые побеги орляка, когда они еще не развернули листья. В них содержится много белков (26 ÷ 31 % на сухой вес), углеводов, аминокислот и различных витаминов, в т. ч. витамина С и каротина. Благодаря питательным качествам, их

используют для приготовления салатов, закуски, приправ и т.д.» В странах Дальнего Востока орляк – изысканный деликатес, население употребляет его в пищу на протяжении многих веков. Отмечается, что орляк на экспорт поставляется в Японию и Китай, но постепенно становится популярным и в нашей стране. В поставках побегов проявляют большую заинтересованность рестораны, кафе Приморского и Хабаровского краев. Минусинский пищевой комбинат в Красноярском крае освоил производство консервов «Папоротник соленый». Военнослужащие Забайкальского военного округа осваивают ресурсы орляка для пополнения своих продовольственных запасов» [5].

В молодых побегах папоротника-орляка содержится большое количество белка – до 30 % (на сухой вес), содержащего незаменимые аминокислоты, около 50 % углеводов, в состав которых входят клетчатка (20 %), сахара (23 %), крахмал (3 %) и жиры. Орляк содержит до 34 мг% витамина С, минеральных веществ (мг на 100 г): фосфора – 75, кальция до 110, магния – 14, меди – 6,8, никеля – 2,4, серы – 100, марганца – 0,6, натрия – 49, калия – 310 и др. По минеральному составу и содержанию витаминов орляк близок к капусте, а по содержанию белка – к бобовым[14].

Из микроэлементов папоротник орляк в большом количестве содержит йод, фосфор, серу, кальций, калий, магний, медь, никель, натрий, железо. Причем йод в папоротнике содержится в виде йodoорганических соединений и поэтому хорошо усваивается организмом. Содержащийся в йоде тироксин усиливает ассимиляцию белка и способствует лучшему усвоению фосфора и кальция. Присутствующий в папоротнике каротин положительно влияет на рост и регенерацию тканей, а никотиновая кислота ускоряет обмен веществ и препятствует отложению жира. Белки папоротника богаты лейцином, хорошо усваиваются [9].

В качестве мясной основы был выбран фарш из мяса говядины и свинины. Мясо говядины – первоклассный источник пищевых волокон, говяжье мясо осуществляет нейтрализацию соляной кислоты, пищеварительных ферментов и других раздражителей, которые содержатся в желудочном соке, тем самым способствуя нормализации кислотности в желудке и кишечнике. Это мясо считается особенно ценным за высокое содержание в нем многих минеральных веществ, большим содержанием цинка и железа. Так же мясо говядины считается диетическим мясом. Мясо свинины – является легко усвояемым мясом после говядины, огромная польза свинины заключается в содержании большого количества витаминов группы В (особенно В12), железа, цинка и белков [15].

На основе анализа потребительского рынка мясных продуктов в качестве объекта для создания функционального продукта питания были выбраны рубленные полуфабрикаты в тесте – пельмени. Основанием явилось то, что данные полуфабрикаты являются продуктом массового потребления и доступны различным слоям населения.

Перед использованием папоротника орляка для приготовления блюд необходимо произвести его предварительную обработку, цель которой сводится к тому, чтобы избавиться от присущего свежему папоротнику горьковатого вкуса, а из соленого удалить лишнюю соль. Существует два основных способа подготовки папоротника: вымачивание и отваривание. Соленый папоротник необходимо хорошо вымочить в пресной воде чтобы удалить лишнюю соль (горечи в правильно засоленном папоротнике быть уже не должно). Вымачивают обычно часов 12-15, меняя воду как можно чаще. В любом случае соленость определяют на вкус (папоротник должен стать почти пресным). Ускорить процесс обессоливания можно залив соленый папоротник горячей (80-90 °C) водой. Процедуру повторяют 2-3 раза через 20-30 минут. Термическую обработку соленый папоротник переносит более стойко, чем свежий, поэтому после вымачивания папоротник также можно отварить 3-5 мин [9].

Заключение. На основе проведенных исследований нами разработаны рецептуры мясных полуфабрикатов, пельменей функционального действия, позволяющих решить проблему недостатка пищевых волокон, с использованием дикорастущих растений, обеспечивающих высокое качество продукции.

Список литературы:

1. Батурин А.К. Оптимизация питания и показатели качества жизни населения / А.К. Батурин, Б.П. Суханов, С.Е. Аскользина // Оптимальное питание – здоровье нации: Материалы VIII Всероссийской конференции. - М., 2005. - С. 21.
2. Берестень Н.Ф. Функциональность в безалкогольных напитках: концепция и инновационный проект компании «Дёлер»/ Н.Ф. Берестень, О.Г. Шубина // Вестник «Делёр». - 2000. - № 2. - С.7-10.
3. Богуславская Е.А. Orlyak.ru с сайта <http://orlyak.ru/orlyak.php>

4. Гаппаров М.Г. Функциональные продукты питания /М.Г. Гаппаров // Пищевая промышленность. - 2003. - № 3. - С. 6-7.
5. Косицын В.Н. Промысловая заготовка и переработка папоротника орляка в России (МПР России, г. Москва, РФ) с сайта http://sciencebsea.narod.ru/2001/leskomp_2001/kosicin.htm
6. Кочетков А.А. Функциональные ингредиенты и концепция здорового питания / А.А. Кочеткова, И.Н. Нестерова // Ingridents. -2002. -№2. - С.4-7.
7. Кучеров Е.В. Дикорастущие пищевые растения Башкирии и их использование. - Уфа: РИО Госкомиздата БССР, 1990. – 160 с.
8. Лузан В.И., Чиркина Т.Ф. Расширение ассортимента мясных продуктов , содержащих биологически активные документы // Известия вузов, пищевая технология №4-5, 1997, 31 с.
9. Папоротник орляк // Приморский край, с сайта <http://primdikoros.ru/kak-prigotovit-paporotnik-orlyak.htm>
10. Плотникова Т.В. Товароведно-технологические свойства свежего и соленого папоротника орляка. – Новосибирск: Новосибирский институт советской кооперативной торговли, 1983, 101 с.
11. Растительные ресурсы России и сопредельных государств: Ч.1 – Семейства Lycopodiaceae – Ephedraceae, ч 2 – Дополнения к 1 – 7-му томам. СПб: Мир и семья – 95, 1996 ISBN 5-90016-25-5 С. 26 – 27.
12. Цапалова И.Э. Научные основы формирования качества продукции из съедобных папоротников и грибов. – СПб: 1992
13. Цыганкова Л.И. Биохимическая оценка папоротника орляка // Итоги исследований по вопросам рационального использования и охраны биологических ресурсов Сахалина и Курильских островов: Тез. докл. науч.-практич. конф. ЮжноСахалинск,1981. С. 41–42.
14. Шабров А.В., Дадали В.А., Макаров В.Г. Биохимические основы действия микрокомпонентов пищи. – М., 2003. – 186 с.
15. Food Informer ссайта<https://foodinformer.ru/products.htm>

УСТРОЙСТВО ДЛЯ ПЕРЕМЕШИВАНИЯ ФАРША

Боркина А.В., Харченко Н.А.

Научный руководитель: д.с-х.н., профессор Невзоров В.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Технологический процесс фаршемешания является основной технологической операцией влияющей на качество готового продукта и во время перемешивания все компоненты, входящие в рецептуру, должны равномерно распределяться в фаршевой системе.

Основным сырьем для производства изделий и блюд из мясного фарша является мясо, полученное от убоя скота и представляющее собой совокупность мышечной, жировой, соединительной и костной тканей.

Мясо является высокоценным пищевым продуктом, содержащим значительное количество белков, липидов, витаминов, минеральных и экстрактивных веществ. Содержание пищевых веществ зависит от вида мяса, упитанности, породы, пола и возраста животных[1,2].

Фарш должен обладать высокой вязкостью и липкостью. Консистенция должна быть такой, чтобы фарш не спадал с гладкой поверхности при встряхивании и не содержал несвязанной влаги. Если влага не будет связана с белками мяса, то при варке колбасы она выделится в свободном состоянии, при этом образуются бульонно-жировые отеки.

Высокая вязкость достигается тщательным вымешиванием составных частей фарша. Однако при чрезмерно длительном перемешивании фарша со шпиком возможно перетирание шпика, что ухудшает структуру колбасных изделий. Чтобы избежать этого, необходимо соблюдать определенный порядок загрузки сырья в машину для приготовления фарша[1].

В настоящее время, для изготовления фарша, в качестве добавок применяется большое количество ингредиентов. Причем некоторые из них в малых дозах и их необходимо равномерно распределить по фаршу. Поэтому приготовление фарша заключается в тщательном перемешивании измельченного мяса с другими компонентами до получения однородной пастообразной массы. Общая технологическая схема приготовления фарша приведена на рисунке 1.

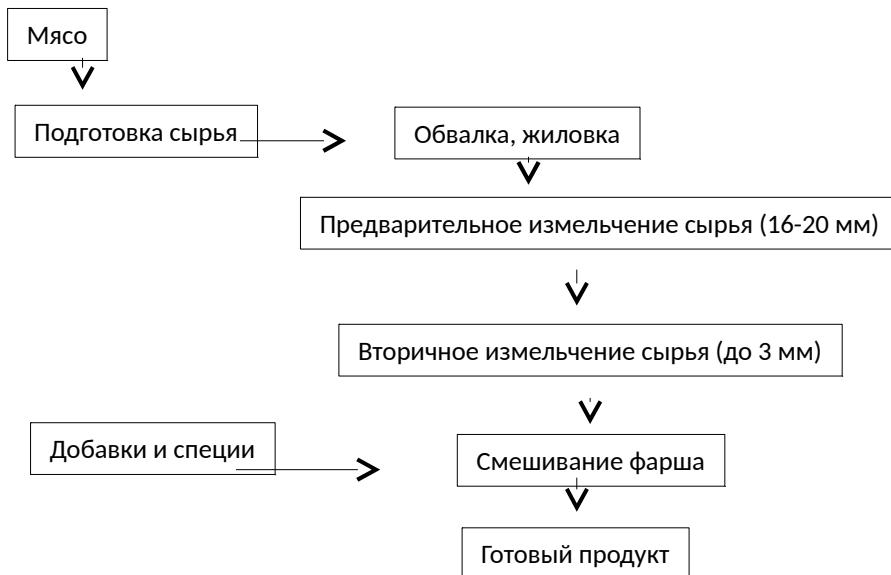


Рисунок 1 – Технологическая схема изготовления фарша

Анализ технологической схемы представленной на рисунке 1 показывает, что для смешивания неоднородных масс применяются механические фаршемешалки периодического действия. В основном все детали фаршемешалок, соприкасающиеся с продуктом, выполнены из нержавеющей стали.

Анализ технологии приготовления фарша показал, что существующие серийно выпускаемые машины имеют целый ряд недостатков, основной из которых является низкая эффективность перемешивания, высокие энергозатраты и некачественное перемешивание при большом многообразии добавок и специй. Для разработки нового высокоэффективного оборудования, которое позволит качественно перемешивать измельченное мясо с различными добавками и специями, были произведены патентные исследования, результаты которых приведены в таблице 1.

Таблица 1- Результаты патентных исследований

№	№ Наименование патента	Номер	Технический результат	Формула изобретения
1	Смеситель-раздатчик кормов	2311761	Достигается путем резанья стеблей ножевыми пластинами при угловых смещениях в пространстве оси вращения смесительного шнека.	Имеет бункер с выгрузным окном, смесительный шнек, связанный с приводным валом, со спиральными витками, оснащенными пластинчатыми ножами для измельчения стеблей, и установленные над смесительным шнеком ведомые распределительные шнеки.
2	Смеситель шнековый	2290986	Является упрощение конструкции, интенсификация процесса смешивания и повышение качества получаемой смеси.	Содержит корпус и расположенный соосно внутри корпуса шнек.
3	Устройство для измельчения мясопродуктов	1597141	Цель изобретения повышение производительности устройства.	Включает корпус и загрузочный бункер. Рабочая камера со шнеком и съемным цилиндром, который имеет рифли. Заключенный в гильзу режущий механизм, состоит из ножей и решеток.

4	Полезная модель к патенту фаршемешалка	147801	Технический результат заключается в повышении эффективности фаршемешалки.	Состоит из дежи, шнеков и шибера, каждый из шнеков снабжен отдельным мотор-редуктором.
5	Смеситель замазученных грунтов	2425713	Является повышение производительности и качества производства смесей.	Содержит корпус с загрузочным и разгрузочным окнами, расположенным в нем шнеком с дополнительной наружной спиралью с противоположной навивкой

Результаты выполненных патентных исследований, приведённых в таблице 1, показали, что для повышения эффективности перемешивания фарша необходимо обеспечить непрерывное циклическое движение фарша по замкнутому кругу, что позволит более качественно произвести перемешивание многочисленных добавок и специй.

Для реализации данного предложения, была разработанная новая конструкция фаршемешалки с циклическим движением массы и непрерывным ее перемещением в период работы установки, схема которой приведена на рисунке 2.

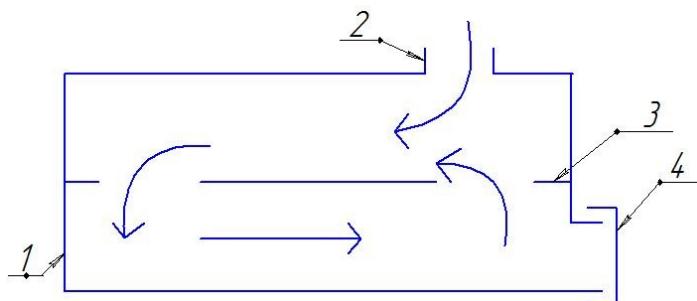


Рисунок 2 – Схема устройства для перемешивания пищевых продуктов1. Корпус 2.Загрузочный бункер 3.Перегородка 4.Выгрузное устройство

Конструктивная схема фаршемешалки была оформлена в соответствии с требованием Роспатента и документы направлены на рассмотрение и признание данной конструкции изобретением.

Список литературы:

1. Винникова, Л.Г. Технология мяса и мясо продуктов. Учебник / Л.Г Винникова. – Фирма «ИНКОС», 2006. – 600 с.
2. Рогов И.А., Забашта А.Г., Казюлин Г.П. Технология мяса и мясных продуктов. Книга 1. Общая технология мяса. Учебник — М.: КолосС, 2009. — 565 с.
3. Патент №2311761 RU Смеситель-раздатчик кормов /Стяжкин В.И – Заявитель и Общество с ограниченной ответственностью Научно-технический центр "ФЕРММАШ" 2005135323/12;заявл. 15.11. 2005; опубл. 10.12.2007
4. Патент №2290986 RU Смеситель шнековый/ЛиберманА.Ш - 2005107006/15;заявл.15.03.2005; опуб.20.08.2006.
5. Патент №1597141 RU Устройство для измельчения мясопродуктов /Юрков С.Г, Катюхин В.А, Илюхин В.В, Горяев В.В – Московский Технологический институт мясной и молочной промышленности 4453482/31-13;заяв.04.07.88; опубл.07.10.90.
6. Патент №147801 RU Фаршемешалка/Дуда А.Н, Дуда В.Н - 2014121290/13; заяв. 27.05.2014; опубл. 20.11.2014
7. Патент №2425713 RU Смеситель замазученных грунтов /Демина Н.Г., Подрезов В.П - Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Тихоокеанский государственный университет" -2010104589/05; заяв. 09.02.2010; опубл. 10.08.2011

МОДЕРНИЗАЦИЯ МАССАЖЕРА

Васина Т.В., Синицына Н.А.

Научный руководитель: д.с.-х.н., профессор Невзоров В.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Мясо в питании человека является основным источником полноценного белка, жира, комплекса минеральных и экстрактивных веществ и некоторых витаминов.

Массирование является технологической операцией для увеличения объемов мясного сырья.

Массирование как правило выполняется на массажерах вакуумного или открытого типа, при этом конструктивными особенностями оборудование не допускает возможность перетирания мяса во вращающихся частях механизма.

Процесс массирования заключается в равномерном перемешивании мясного сырья с определенным рассолом. Общая технологическая схема массирования мяса приведена на рисунке 1.



Рисунок 1- технологическая схема массирования мяса

Представленная схема на рисунке 1 является массирование мяса в специальном устройстве. Анализ существующей серии выпускаемых аппаратов для массирования показал, что они имеют целый ряд недостатков для обеспечения высокого качества массирования. С целью разработки нового массажера были выполнены патентные исследования, приведенные в таблице 1.

Таблица 1- Результат патентных исследований.

№	Наименование патента	Номер	Технический результат	Формула изобретения
1	Устройство для массирования мясного сырья	169185	Технический результат заключается в полной разгрузки барабана мясным сырьем.	Формула изобретения включает полый барабан выполненный в виде последовательно чередующихся четырехугольных пирамид.
2	Устройство для массирования мясного сырья	2284695	Технический результат заключается в повышении прочности и долговечности конструкции.	Формула изобретения включает раму с подшипниками опорами и установленный в них призматический барабан.
3	Вибровакуумный массажер	2361405	Технической задачей является повышение интенсификации процесса массирования.	Формула изобретения содержит врачающийся барабан, вибратор для создания колебаний, систему вакуумирования.
4	Установка для посола и	2537548	Технической задачей	Формула изобретения

	термообработки мясного сырья		является разработка установки с использованием СВЧ-энергии, массирования и термообработки кускового сырья.	включает горизонтально расположенный цилиндрический экранный корпус содержит сливной патрубок, загрузочный люк, а с его торца установлен СВЧ генераторный блок.
--	------------------------------	--	--	---

Результаты выполненных патентных исследований приведенных в таблице 1, показали, что для повышения эффективности массирования необходимо разработать новую конструкцию массажера в котором предусматривается щадящее воздействие механизмов на крупнокусковые части и обеспечивает при этом проникновение рассола во все ткани мяса, что обеспечит высокое качество данного продукта, общая схема массажера новой конструкции приведена на рисунке 2.

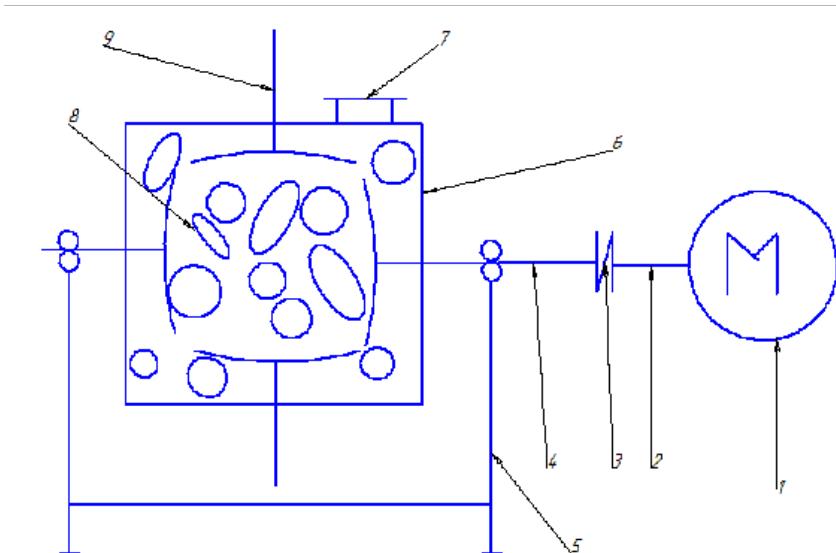


Рисунок 2- схема массажера новой конструкции.
 1.Двигатель 2. Вал 3. Муфты 4. Привод 5. Рама 6. Корпус. 7. Загрузочный люк 8.Сырье
 9.Толкатели.

Кинематическая схема разработанного массажера не приводится, в связи с оформлением нормативно-технической документации в Роспатент.

Список литературы:

1. Винникова Л.Г. Технология мяса и мясопродуктов. Учебник / Л.Г. Винникова. – Фирма «ИНКОС», 2006. -600с.
2. Рогов И.А., Забашта А.Г., Казюлин Г.П. Технология мяса и мясных продуктов. Книга 1. Общая технология мяса. Учебник- М.: КолосС, 2009. -565с.
3. Патент № 169185 RU Устройство для массирования мясного сырья/Паульс В.Ю.-Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Государственный аграрный университет Северного Зауралья" (ФГБОУ ВО ГАУ Северного Зауралья) 2016133503, заявл. 15.08.2016, опубл.09.03.2017
4. Патент № 2284695 RU Устройство для массирования мясного сырья/Соловьев О.В.-Государственное научное учреждение Всероссийский научно-исследовательский институт мясной промышленности им. В.М. Горбатова Российской академии сельскохозяйственных наук 2005109968/13, заявл. 07.04.2005, опубл. 10.10.2006
5. Патент № 2361405 RU Вибрационный массажер/ Долганов О.В. -2007128272/13, заявл. 23.07.2007, опубл. 20.07.2009
6. Патент № 2537548 RU Установка для посола и термообработки мясного сырья/Поручиков Д.В., Кириллов Н.К., Новикова Г.В., Белова М.В.-Федеральное государственное

бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Чувашская государственная сельскохозяйственная академия" 2013107408/13, заявл. 19.02.2013, опубл. 10.01.2015
ЭКСПРЕСС-МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ШПИКА ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Воробьёва А.В., Елупахина А.С.

Научный руководитель: Сутугина К.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Качество шпика является одним из важнейших условий, определяющих успех у потребителей колбасных изделий и разнообразных готовых продуктов, в которых этот вид сырья используется для создания отличительного рисунка на разрезе. Качество шпика формируется при жизни свиней и напрямую зависит от выращивания животных (уровень и рацион кормления, условия содержания, температура окружающей среды и др.) и их характеристик (порода, пол, возраст, живая масса и пр.).

Изменение качества шпика стало причиной его нестабильности при тепловой обработке (даже до температуры 70-72 °C в центре продукта), возникновения дефектов структурного рисунка на разрезе колбас, появления жировых отеков, быстрого развития окислительной порчи, изменения цветовых характеристик мясной продукции и пр., в результате которых мясоперерабатывающие предприятия стали нести значительные экономические потери.

Качество шпика невозможно улучшить в процессе его переработки. Для обеспечения высокого качества колбасных изделий мясоперерабатывающим предприятиям необходимо закупать шпик, отвечающий определенным критериям технологической пригодности.

Шпик – подкожная жировая ткань свиней, которая в анатомии сельскохозяйственных животных рассматривается как разновидность соединительной ткани. Соединительнотканые волокна, главным образом, коллагеновые, являются составной частью жировой ткани. Качество шпика является одним из важнейших факторов, определяющих качество различного ассортимента мясной продукции. Традиционно высокую популярность в России имеют различные продукты из шпика.

Массовая доля в рецептурах вареных колбасных изделий составляет до 30%, в полукопченых, варено-копченых, сырокопченых колбасах – до 60% [1, 3].

Шпик способствует аромату, восприятию сочности и текстуры колбасных изделий. Кроме того, качество шпика влияет на стабильность колбас при хранении.

Качество шпика очень важно не только с позиций обеспечения органолептических и потребительских характеристик колбас, но и с позиций сокращения производственных потерь при их изготовлении, обеспечения нормального уровня рентабельности производства [5].

Таким образом, качество шпика как объект исследований представляет большой интерес с позиции повышения качества мясной продукции и во многом определяет успешность изготовления, реализации и потребления колбасных изделий.

Существует несколько методов исследования качества шпика.

Первый метод оценки качества шпика по ГОСТ Р 55485-2013 «Продукты из шпика. Технические условия». Данный метод включает в себя определение органолептических и физико-химических показателей шпика. Метод предусматривает количественную и качественную комплексную оценку шпика по показателям с учетом частных критериев: внешний вид, форма, консистенция, вид и цвет на разрезе, запах, массовые доли жира и белка [2].

Второй метод определения температуры плавления пищевого топленого жира по ГОСТ 8285-91 «Жиры животные топленые. Правила приемки и методы испытания». В этом методе показатели качества определяются оценкой температуры плавления жира, вытопленного из сырья, в том числе из шпика. В соответствии с методом, чем выше температура плавления шпика, тем он более пригоден для производства мясных изделий, требующих нагрев в диапазоне температур от 60°C до 80°C. Указанным методом оценки качества шпика был достигнут результат, заключающийся в снижении и устранении дефектов шпика на срезе колбас, нагреваемых в процессе термической обработки до диапазона температур 60°C-80°C [6]. У образцов колбасных изделий, где использовался шпик, прошедший оценку качества заявляемым методом, не встречались дефекты шпика, выражавшиеся в виде оплавленных, потерявших форму, выпадающих и размазывающихся кусочков по сравнению с колбасами, изготовленными со шпиком, прошедшим оценку качества другими методами [3].

Третий метод оценки качества шпика, включающий его измельчение, нагрев в водной среде, определение потери массы, отличающийся тем, что шпик нарезают до размера сторон от 2 мм, затем

нарезанный шпик помещают в емкость с водой, чтобы уровень воды был не ниже верхнего слоя шпика в емкости. Массу шпика берут 5 г, затем емкость с водой и шпиком нагревают до температуры 60°C. После чего кусочки шпика отделяют от воды при помощи сита с размером отверстий, меньшим, чем кусочки шпика, затем шпик сушат в сите при температуре 15°C, с продолжительностью процесса 7 минут, затем определяют изменение массы шпика после сушки, в сравнении с массой шпика, помещенной в емкость с водой, после чего потерю массы соотносят со шкалой технологической пригодности шпика [4].

Каждый из методов несёт в себе как плюсы, так и минусы. Плюсом первого метода является отображение всех качественных характеристик шпика (органолептические и физико-химические показатели) Минусом первого метода является высокая длительность и трудоемкость определения физико-химических показателей, а также необходимость использования сложного лабораторного оборудования. Кроме того, данный метод не позволяет спрогнозировать изменение свойств шпика при его нагреве в диапазоне температур от 60 °C до 80 °C. К минусом второго метода относится то, что технологическая пригодность определяется по косвенному показателю, а именно по температуре плавления, которая редко превышает значение 35°C. А нагрев шпика при производстве колбасных изделий составляет в среднем 72°C. Таким образом, даже тугоплавкий шпик может расплавиться в мясном продукте и соответственно привести к браку мясного изделия. Так же минусом данного метода является более высокая длительность и трудоемкость определения технологической пригодности шпика по сравнению с заявляемым техническим решением, а также в этом методе используется большее количество лабораторного оборудования. Третий метод оценки качества шпика на практике более упрощённый и понятный, но он не отображает все качественные характеристики.

Вывод: Из вышеизложенного можно сделать заключение, что методы исследования качества шпика очень важны для мясоперерабатывающей промышленности. Так как качества шпика влияет на качество готовой продукции.

Список литературы:

1. ГОСТ 8285-91 Жиры животные топленые. Правила приемки и методы испытания / М.: Стандартинформ, 2005, – 12 с.
2. ГОСТ Р 55485-2013 Продукты из шпика. Технические условия /М.: Стандартинформ.- 2015.– 20 с.
3. Рогов И.А. Биотехнология мяса и мясопродуктов: курс лекций / И.А. Рогов, А.И. Жаринов, Л.А. Текутьева, Т.А. Шепель //М.- ДеЛипринт.- 2009. - 296 с.
4. Способ оценки качества шпика; пат.2629262Рос. Федерация : МПК⁵¹ A 23 L 13/00 / Семенова А.А.; заявитель и патентообладатель Федеральное государственное бюджетное научное учреждение "Всероссийский научно-исследовательский институт мясной промышленности имени В.М. Горбатова" - № 2629262/16; заявл. 23.12.2016; опубл. 28.08.2017, Бюл. № 25. – 3 с.
5. Семенова А.А. Объективная оценка качества шпика / Кузнецова Т.Г., Насонова В.В., Спиридовон К.И., Адылов Ф.В // Мясная индустрия. – 2016.- №1. – С.25-31.
6. Иванкин А.Н. Жиры в составе современных мясных продуктов. //Мясная индустрия. – 2007. - №6. – с. 8-13

КОНСЕРВАНТЫ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ НАПРАВЛЕННОГО ДЕЙСТВИЯ

Кольман Т.Ю., Сафонова М.С.

Научный руководитель: Рыгалова Е.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В стремительный век, когда нет времени для полноценного питания, готовые продукты или полуфабрикаты из мясных продуктов с продолжительным сроком хранения, занимают значительную долю в рационе питания населения. Поэтому доля потребления колбас и прочих мясных деликатесов на душу населения достаточно высока [5].

Колбасные изделия состоят не только из мяса. В состав различных колбас входят вода, специи, субпродукты, кровь и функциональные технологические добавки. Пищевые добавки в колбасных изделиях и изделиях из мяса применяются с целью улучшения цвета продукта, усиления его вкуса, увеличения веса, а также в целях увеличения срока годности [6].

С помощью добавления консервантов в пищу, можно добиться замедления или полного предотвращения процессов развития микроорганизмов и соответственно продлить сохранность продуктов. Эффективность использования консервантов зависит от их концентрации, природы и кислотности среды.

Консерванты условно делят на две группы: консерванты и вещества, обладающие консервирующим действием. Действие консервантов направлено непосредственно на клетки микроорганизмов. Вещества, обладающие консервирующим действием, влияют на микробы, за счёт снижения pH среды, активности воды и концентрации кислорода. Консерванты наносят клеткам микроорганизмов обратимые (бактериостатическое действие) или необратимые повреждения, вследствие чего клетки погибают (бактерицидное действие). Важным условием эффективного использования консерванта является его равномерное распределение в продукте [4].

Исходя из химической природы консерванты делят на неорганические, металлоорганические и органические соединения. Однако общепринятой считается разделение их на природные и синтетические [4, 1].

Способ обработки продуктов консервантами зависит от вида продукта и его состояния. В измельченные продукты консерванты вводят непосредственно в сырье. Продукты с не разрушенной структурой, а также изделия в оболочке, подвергают поверхностной обработке, погружая в раствор или опрыскивая.

Стадия внесения консерванта в продукт зависит от технологии его производства. Оптимальным считается момент сразу после пастеризации или стерилизации, когда в результате термообработки снижается уровень обсемененности микроорганизмами, а добавление консерванта позволяет сохранить его достаточно долго. В качестве эффективного средства, предотвращающего развитие дрожжей, плесеней и грибов на поверхности сырокопченых и сыровяленых продуктов применяют антибиотики [1].

Самые распространенные консерванты, используемые в производстве колбас и мясных продуктов, сырокопчёных, солёно-копчёных, вяленых, варёных и других мясных продуктов, консервмясных, фарша, разрешенные в Российской Федерации: E200 Сорбиновая кислота (консервант), E201 Сорбат натрия (консервант), E202 Сорбат калия (консервант), E203 Сорбат кальция (консервант), E210 Бензойная кислота (консервант), E211 Бензоат натрия (консервант), E212 Бензоат калия (консервант), E213 Бензоат кальция (Консервант), E220 Диоксид серы (консервант, антиоксидант, стабилизатор окраски), E221 Сульфит натрия (консервант, антиоксидант, стабилизатор окраски), E222 Гидросульфит натрия (консервант, антиокислитель, стабилизатор окраски), E223 Пиросульфит натрия (Консервант, антиоксидант, стабилизатор окраски), E224 Пиросульфит калия (консервант, антиокислитель, стабилизатор окраски), E225 Сульфит калия (консервант, антиокислитель, стабилизатор окраски), E227 Гидросульфит кальция (консервант, антиокислитель, стабилизатор окраски), E228 Бисульфит калия (Консервант, антиокислитель, стабилизатор окраски), E235 Пимарицин (консервант (антибиотик), Натамицин является антибиотиком, область использования натамицина строго ограничена обработкой поверхности). E249 Нитрит калия (Консервант, фиксатор окраски), E250 Нитрит натрия (консервант, фиксатор окраски), E251 Нитрат натрия (консервант, фиксатор окраски), E252 Нитрат калия (консервант, фиксатор окраски), E265 Дегидрацетовая кислота (консервант), E266 Дегидроацетат натрия (консервант).

Нитраты и нитриты натрия и калия (NaNO_3 , KNO_3 , NaNO_2 , KNO_2) широко применяются в качестве консервантов при производстве мясных и молочных продуктов [4].

Применение нитрита натрия (Е250) в технологии производства мясопродуктов определяется его комплексным воздействием на качество готовых изделий. Нитрит натрия способствует образованию окраски, участвует в формировании вкуса и аромата мяса, подавляет жизнедеятельность микроорганизмов, развитие окислительных процессов. Учитывая токсические свойства нитрита и возможность его участия в образовании нитрозоаминов, содержание нитрита натрия строго регламентируется: ДСП организмом человека допускается содержание нитрита натрия не более 0,005 % в вареных колбасах [3].

Нитрит натрия применяется в качестве добавки при посоле мяса и мясных продуктов для сохранения красного цвета. При посоле красный мясной краситель миоглобин, превращающийся при кипячении в серо-коричневый метмиоглобин, реагирует с нитритом, образуя красный нитрозомиоглобин. Это соединение, придающее мясным изделиям типичный красный цвет соленого мяса, не изменяется при кипячении и более устойчиво, чем миоглобин, к воздействию кислорода воздуха. Интенсивность и устойчивость розовой окраски колбасных изделий являются одним из основных показателей качества колбас. Наряду со стабилизацией окраски нитриты совместно с поваренной солью оказывают консервирующее действие. Они применяются в виде посолочных смесей, состоящих из поваренной соли и нитрита натрия.

Целью исследования, явилось определение содержания нитрита натрия в вареных колбасах различных производителей. В качестве объектов исследования были выбраны вареные колбасы торговых марок: ООО «Дымов», «Простой выбор» ООО «РОСТ-Бренд», ООО «КПК». Содержания нитрита натрия определяли методом Грисса. Исследование проводили следующим образом:

7. В стаканчик на 100 мл вносили навеску измельченной пробы продукта массой 20 г с точностью до 0,01 г; добавляли 35- 40 мл дистиллированной воды, нагретой до температуры 55(± 2) °C, и настаивали в течение 10 мин при периодическом перемешивании стеклянной палочкой.

8. Содержимое стакана отфильтровывали через смоченный водой слой ваты в мерную колбу емкостью 200 мл. К оставшейся в стакане пробе добавляли подогретую воду, переносили пробу на фильтр и снова промывали водой. Содержимое колбы охлаждали до комнатной температуры, доводили до метки дистиллированной водой и перемешивали.

9. 20 мл полученной вытяжки переносили в мерную колбу емкостью 100 мл, добавляли 10 мл 0,1 н раствора NaOH и 40 мл 0,45 %-го раствора ZnSO₄ для осаждения белков.

10. Содержимое колбы нагревали на кипящей водяной бане в течение 7 мин, охлаждали, доводили до метки дистиллированной водой, перемешивали и отфильтровывали в чистую сухую колбу.

11. Анализ полученного фильтрата проводили в 3-кратной повторности.

12. 5 мл фильтрата переносили в коническую колбу емкостью 100 мл, добавляли 1 мл 5 %-го раствора аммиака, 2 мл 0,1 н раствора соляной кислоты и для усиления окраски – 5 мл раствора сравнения, содержащего 1 мкг нитрита натрия в 1 мл. Затем вносили 15 мл реактива Грисса и через 15 мин измеряли оптическую плотность раствора на КФК 2 с $\lambda = 520$ нм в кювете толщиной слоя 20 мм по отношению к раствору сравнения.

13. Параллельно проводили контрольный анализ на реактивы, помещая в мерную колбу вместимостью 100 мл вместо 20 мл вытяжки 20 мл дистиллированной воды.

14. По полученным значениям оптической плотности с помощью калибровочного графика находили концентрацию нитрита натрия в 1 мл окрашенного раствора.

Массовая доля нитрита натрия в продукте вычисляли по формуле (1)

$$X = \frac{M_1 \cdot 200 \cdot 100 \cdot 30}{g \cdot 20 \cdot 5 \cdot 10^6} \cdot 100 \quad (1)$$

где X – массовая доля нитрита натрия в продукте, %;

M1 – массовая концентрация нитрита натрия, найденная по калибровочному графику, мкг/мл; g – навеска продукта, г;

30 – объем приготовленного окрашенного раствора, мл; 200 – объем вытяжки продукта, мл; 100 – разведение вытяжки, мл;

20 – объем вытяжки, взятой для осаждения белков, мл;

5 – объем фильтрата для приготовления окрашенного раствора, мл; 106 – коэффициент перевода в г; 100 – перевод в % [2].

Полученные результаты содержания нитрита натрия в колбасах различных производителей представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Содержание нитрита натрия в колбасных изделиях торговых марок: ООО «Дымов», «Простой выбор» ООО «РОСТ-Бренд», ООО «КПК»

Торговые марки вареных колбас	Масса образца, взятого на исследование	Массовая доля нитрита натрия в продукте
ООО «Дымов»	20,0031 г	0,00449311 %
«Простой выбор» ООО «РОСТ-Бренд»	19,7865 г	0,00451823 %
ООО «КПК»	21,6331 г	0,0030987 %

По ГОСТ Р 52196-2011, содержание нитрита натрия в вареных колбасах не должно превышать 0,005 %. Полученные результаты показывают, что содержание нитрита натрия в вареных колбасах торговых марок: ООО «Дымов», «Простой выбор» ООО «РОСТ-Бренд», ООО «КПК» находится в пределах нормы ГОСТ Р 52196-2011[3].

Вывод:

В ходе проведенных исследований выявлено, что содержание нитрита натрия в вареных колбасах торговых марок: ООО «Дымов», «Простой выбор» ООО «РОСТ-Бренд», ООО «КПК» соответствуют ГОСТ Р 52196-2011 [3].

Список литературы:

1. Винникова, Л.Г. Технология мяса и мясных продуктов / Л.Г. Винникова. – Киев: Инкос, 2006. – 600с.
2. ГОСТ 8558.1-2015 Продукты мясные. Методы определения нитрита. – Москва: Изд-во стандартов, 2017. – 13 с.
3. ГОСТ Р 52196-2011. Изделия колбасные вареные. Технические условия. – Москва:Изд-во стандартов, 2013. – 32 с.
4. Ингредиенты для копчёных колбас. Какие пищевые добавки в копчёных колбасных изделиях применяются сегодня? [Электронный ресурс]: науч. журн. Продуктовый бизнес. - № 2 – Электрон.журн. –2017. – режим доступа к журн. [http://www.idpr.Ru/projects/2211/2213/2763/_aview_b6644]
5. Мауешова, А. Н. Анализ научной литературы по совершенствованию наполнителей колбасных изделий [Электронный ресурс]:многопредмет. науч. журн. SCI-ARTICLE– Электрон.журн. –2016. - режим доступа к журн.: [http://sci-article.ru/stat.php?i=1460304681]
6. О технических условиях для добавок к колбасным изделиям [Электронный ресурс]: многопредмет. науч. журн. РусКон – Электрон.журн. –2016. - режим доступа к журн. [https://ruskontest.ru/archive-2/o-tehnicheskikh-usloviyah-dlya-dobavok-k-kolbasnym-izdeliyam/]

ПРОИЗВОДСТВО СЫРОКОПЧЕНОЙ КОЛБАСЫ С ДОБАВЛЕНИЕМ ЙОДА
Лушников М.С.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Величко Н.А.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Мясо и мясопродукты являются одной из важнейших составляющих питания человека, это источник белков и витаминов, необходимых для нормального развития организма. При длительном отсутствии в рационе мяса и мясопродуктов, других источников животных белков может развиваться белковая недостаточность, которая отрицательно влияет на здоровье: нарушается функция кроветворения, обмен жиров и витаминов, снижается сопротивляемость к инфекционным и простудным заболеваниям. Мясо является одним из основных источников животных жиров в питании человека [1].

Колбасные изделия и копчёности занимают большой удельный вес в питании населения, а их производство является одним из важнейших в мясной промышленности [2].

Одной из актуальных проблем в питании человека является недостаток йода. Внесение йодсодержащих компонентов в колбасы является прогрессивной технологией, и помогает значительно снизить недостаток йода в организме человека. Применение йода при производстве сырокопчёных

колбас придаст этому продукту новые полезные свойства, которые необходимы для населения нашей страны, особенно в Красноярском крае. В ходе всесторонних исследований установлена высокая эффективность применения йода в рецептурах пищевых продуктов.

Целью работы явилось исследование возможности использования йодсодержащих компонентов в рецептуре сырокопченых колбас.

Исходя из данной цели, были поставлены следующие задачи:

- Обоснование выбора йодсодержащих соединений в рецептуре сырокопченых колбас.
- Определение дозировки йодсодержащих компонентов, обеспечивающих наилучшие показатели качества изделия.

Таблица 1- Схема эксперимента

Показатели	Опытный вариант	Контрольный вариант
Добавка	Йодказеин, 1 г/100 кг сырья	-
Количество сырья пошедшего на производство, кг	100	100

В качестве контрольного варианта была выбрана сырокопченая колбаса согласно традиционной рецептуре ГОСТ Р 55456-2013. Опытный вариант с добавлением йодказеина. Количество добавляемого йодказеина рекомендовано производителем и составляет 1 г добавки на 100 кг готового сырья.

Органолептические свойства сырокопченой колбасы формируются при технологии изготовления, зависят от сырья, рецептуры и условий хранения.

Таблица 2 - Органолептические показатели

Наименование показателей	Контрольный	Опытный
Запах и вкус	Приятные, свойственные данному виду продукта, без посторонних привкуса и запаха, вкус слегка острый, солоноватый, с выраженным ароматом пряностей, копчения.	Приятные, свойственные данному виду продукта, без посторонних привкуса и запаха, вкус слегка острый, солоноватый, с выраженным ароматом пряностей, копчения.
Консистенция	Твердая, плотная.	Твердая, плотная.

По органолептическим показателям сырокопченую колбасу исследовали на вкус, запах, консистенцию. Согласно полученным результатам (таблица 2), опытный и контрольный образцы по органолептическим показателям не отличаются. Вкус, запах и консистенция соответствуют контрольному образцу.

Результаты дегустационной оценки готового продукта представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Результаты дегустационной оценки, балл

Вариант	Вкус и запах	Консистенция	Всего баллов
Контрольный	5	5	10
Опытный	5	5	10

Из результатов таблицы 3 видно, что дегустационная оценка разработанного опытного продукта одинакова с контрольным образцом. Внесение функциональной добавки «Йодказеина» не изменяет органолептические свойства обогащенного продукта. Цвет, вкус, запах и консистенция остаются такими же, как и у контрольного образца.

Передозировка организма йодом полностью исключена. Йод в йодказеине прочно ковалентно связан с аминокислотами тирозином и гистидином. До поступления в щитовидную железу происходит гидролиз йода в желудочно-кишечном тракте до аминокислот, с последующим освобождением в печени йода от аминокислоты тирозина. «Лишнее» количество йода физиологическим путем выводится из организма [3].

Таким образом, обогащение биодоступными формами йода, в рецептурах сырокопченых колбасных изделий позволит получить высококачественный продукт функциональной направленности, систематическое употребление которого снижает риск возникновения йододефицита. Введение в производство такой технологии поможет увеличить выход готовой продукции до 95 %, по сравнению с традиционным способом производства, расширить ассортимент продукции и диапазон используемого сырья. Полученный продукт удовлетворяет требованиям государственной политики Российской Федерации в области здорового питания на период до 2020 года, важнейшей задачей которой является развитие производства пищевых продуктов, способствующих сохранению и укреплению здоровья различных групп населения.

Список литературы:

1. Технология колбасных изделий [Текст] : пер. с англ. / Э. Кармас; ред. В. М. Горбатов; пер. Ф. Н. Евтева. - М. : Легкая и пищевая промышленность, 1981. - 256 с.
2. Винникова, Л.Г. Технология мяса и мясных продуктов / Л.Г. Винникова — Киев.: Изд-во ИНКОС, 2006. - 600 с.
3. ТУ 9229-001-79899185-2015. «Йодказеин».

СУШКА ПАНТОВ ОЛЕНЯ СЕВЕРНОГО

Мальцев А. А., Бушуева Т. А., Степанов В. Р.

Научный руководитель: к.т.н. Мацкевич И.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Олень северный имеет туловище длиной до 220 см с короткими ногами, высотой до 140 см и весом до 220 кг. Обитает в тундре Крайнего Севера, тайге и горах Южной Сибири. В настоящее время в Красноярском крае насчитывается около 35 тыс. голов оленей северных домашних эвенкийской породы, а также около 1,4 млн. голов диких северных оленей. Северный олень отличается от всех других оленей тем, что у самцов, и у самок имеются ветвистые рога (панты), с наружной стороны покрыты кожей с коротким мехом, а с внутренней – напоминают костное образование с кровенесущими капиллярами. Большинство технологий заготовки рогов (пантов) оленей северных предусматривает их срезку мелкозубчатой милой [5].

Рога являются вторичным половым признаком и начинают отрастать в период наибольшей половой активности пантовых оленей в мае-июне. У взрослых самцов сбрасывание рогов происходит после гона, у молодых, не принимающих участие в гоне, – в середине зимы. Самки сохраняют рога до отела. Новые рога у самцов формируются к августу и в середине сентября очищаются от меха. У самок этот процесс кончается лишь к октябрю. Сброшенные рога содержат определенное количество биологически активных веществ, что требует дополнительных исследований по качеству сырья при производстве медицинского и косметического назначения. Существенным повышением резервом в повышении эффективности северного оленеводства является заготовка неокостеневших рогов – пантов – в качестве лекарственного сырья. Заготовка пантов ведут от самцов северного оленя – бычков, третьяков, быков – производителей. В ранневесенний период данные повзрастные группы выделяют в отдельное стадо или содержат вместе неплодовой частью стада. Срезку пантов организуют в 2-3 приема в июне. В первую очередь срезают нормально развитые панты с быков – производителей, примерно через неделю – с третьяков, в последнюю очередь – с бычков. Панты оленей северных содержат большое количество биологически активных веществ, находящих широкое применение в парфюмерно-косметической и медицинской промышленности [5].

Сортировка пантов оленя северного



Рисунок 1 – Технологическая схема сушки пантов оленя северного

Анализ технологической схемы сушки пантов оленей северных приведенной на рисунке 1 показал, что наиболее энергоемкой технологической операцией является сушка пантов.

В этой связи необходимо выполнить научные исследования по уменьшению энергозатрат на сушку пантов путем совершенствования технологии и модернизации оборудования для выполнения данной технологической операции.

Для совершенствования технологии и оборудования для сушки пантов оленей северных были проведены патентные исследования, результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Патентное исследование способов и оборудования для сушки пантов оленей северных

№ патента	Наименование патента	Цель	Техническая новизна
2433590 опубл. 20.11.2011	Способ проведения жаровой сушки при консервированном пантах марала	Необходима разработка способа проведения жаровой сушки при консервировании пантов обеспечивающего высокое качество конечного продукта путем дифференцированного подбора технологических режимов проведения жаровой сушки при сохранении одновременного массового консервирования пантов всех категорий.	Указанный технический результат достигается тем, что в способе проведения жаровых сушек при консервировании пантов марала путем термических сушек (в сочетании с ветровыми) в жаровой камере развешенных на вешалах пантов на каждое вешало навешивают панты одной категории по обхвату ствола между 2 и 3 отростками 12-14, 15-17, 18-19, 20-21 см и более. Первые две жаровые сушки проводят при 70°C в течение 5 часов, третью и четвертую жаровую сушку при 65°C в течение 5 часов, пятую и шестую при 60°C в течение 6 часов, при этом панты с обхватом ствола 12-14 см снимают с консервирования после 4-х часов, с обхватом ствола 15-17 см после 5 часов четвертой жаровой сушки, а панты с обхватом 18-19

			и 20-21 см и выше после 5 и 6 жаровой сушки соответственно.
2104642 опубл. 20.02.1998	Способ предохранения пантов оленей от порчи личинками и мух	Достижение полной сохранности пантов от порчи личинками мух при срезке и консервировании.	Указанная цель достигается тем, что срез панта сразу же после отделения панта покрывают замазкой из прокаленной глины. Прокаливание глины позволяет убить патогенные микроорганизмы, содержащиеся в почве, так как температура глины или прокаливания превышает 100°C.
167976 опубл. 13.01.2017	Тепловой агрегат для сушки пантов	Повышение экономичности при сжигании твердого топлива в топках тепловых агрегатов, сохранения тепла после окончания топки.	Поставленная задача решается тем, что в тепловом агрегате для сушки пантов, содержащем размещенную в охлаждаемом кожухе топку с газоходом, в топке установлены перегородки из касфорсуноками дожигания вторичных газов, образующаяся задней торцевой стенкой отсека, подключенными к дымовой трубе, причем нижней ее части выполнены отверстия для подвода холода атмосферного воздуха, а верхней части – выпускные трубы для нагрева воздуха, причем побокам, сверху и снизу на стенах размещены скобами, при этом на боковых стенах между скобами расположены квадратные трубы различной длины и высоты, при этом площадь сечения нижних частей на 2/3 больше верхних.

Выполненный анализ существующих способов сушки и оборудования показал, что для получения высококачественных пантов необходимо соблюдать полный комплекс мер по сохранности биологически активных веществ в результате различных режимов тепловой обработки панта. На рисунке 2, представлен общий пант оленей северных подготовленных к тепловой консервации сушкой.



Рисунок 2 – Общий вид пантов оленей северных подготовленных к тепловой консервации

Выполненные научные исследования на кафедре «Технология, оборудования бродильных и пищевых производств» позволили получить зависимость продолжительности сушки от массы панта. Графическая зависимость продолжительности сушки представлена на рисунке 3.

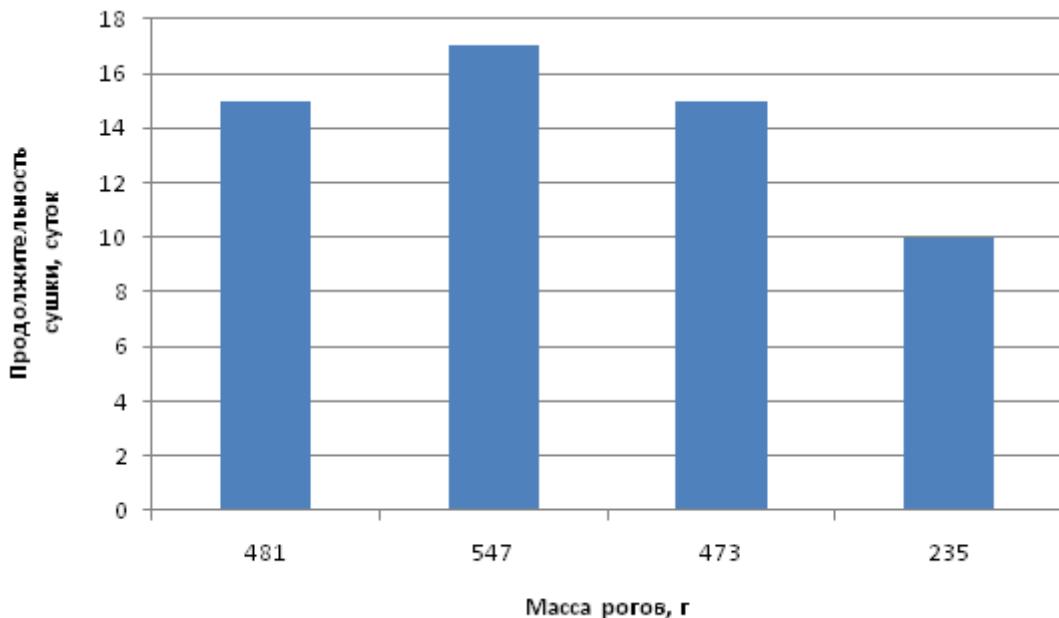


Рисунок 3 - Зависимость продолжительности сушки от массы панта

Выполненный анализ существующих конструкций машин и оборудования для консервирования пантов оленей северных методом тепловой сушки, а также выполненные исследования по режимам сушки показали, что необходимо разработать технологическое оборудование, учитывающее специфику сушки пантов оленей с целью сохранения биологически активных веществ.

Список литературы:

1. Пат. 167976 Российская Федерация, МПК F24B1/02 (2006.01) Тепловой агрегат для сушки пантов / Н.В. Невзоров, В.А. Самойлов, А.И. Ярум, В.Н. Тепляшин; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ». - № 2016123272/13; заявл. 10.06.2016; опубл. 13.01.2017 Бюл. № 2.
2. Пат. 2433590 Российская Федерация, МПК A01N1/02 (2006.01) Способ проведения жаровой сушки при консервировании пантов марала / В.Г. Луницын; заявитель и патентообладатель ГНУ ВНИИПО СО Россельхозакадемии. - № 2009133322/13; заявл. 04.09.2009; опубл. 20.11.2011 Бюл. № 32.
3. Пат. 2104642 Российская Федерация, МПК A01N1/02 (2006.01) Способ предохранения пантов оленей от порчи личинками мух / А.В. Павлова, Л.В. Смирнова; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВО «Иркутский ГАУ». - № 95120820/13; заявл. 07.12.1995; опубл. 20.02.1998 Бюл. № 11.
4. Тепляшин, В.Н. Технология консервирования пантов оленей северных / Тепляшин В.Н., Невзоров В.Н. // Сборник: Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития. Ответственные за выпуск: А.А. Кондрашев, Е.И. Сорокатая. 2015. С. 119-124.
5. Невзоров, В.Н. Рекомендации по внедрению инновационных технологий и оборудования при переработке продукции традиционных промыслов малых коренных народов севера / Невзоров В.Н., Кирко В.И., Копцева Н.П., Мацкевич И.В., Тепляшин В.Н., Кожухарь Е.Н., Салыхов Д.В., Кавкин Р.В. // М-во сельского хоз-ва, Красноярский гос. аграрный ун-т. Красноярск, 2017.

ПЕРЕРАБОТКА КРОВИ УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ

Ручина К.Н., Санникова О.В.

Научный руководитель: Рыгалова Е.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В настоящее время одна из актуальных проблем в мясной промышленности - рациональное и эффективное использование вторичного сырья. Постоянно растущая потребность населения в продуктах питания, особенно белках животного происхождения, диктует необходимость поиска новых их источников и способов, позволяющих с наименьшими затратами использовать имеющиеся ресурсы белков. Актуальное значение имеет профилактика белкового дефицита пищевых рационов.

Химический состав, физические свойства, биологическая ценность крови и кровепродуктов предопределяют различные направления использования данного вида животного сырья. Наличие в крови и крове-продуктах высокоценных белков указывает на целесообразность преимущественного применения их в производстве различных продуктов питания [1].

В зависимости от мощности мясокомбинатов в настоящее время используются три схемы сбора и переработки пищевой крови. Первая схема предусматривает использование метода дефибринирования пищевой крови на мясокомбинатах мощностью от 20 до 50 т мяса в смену, вторая схема рассчитана для предприятий той же мощности, но заключается в проведении процесса стабилизации собранной пищевой крови и последующую ее переработку. Данная схема более целесообразна, так как позволяет увеличить выход плазмы, повысить в ней содержание полноценных белков в результате сохранения фибриногена, который отсутствует в сыворотке крови в случае ее дефибринирования. Третья схема используется для мясокомбинатов мощностью более 50 т мяса в смену и предусматривает сбор и переработку стабилизированной крови. На предприятиях данной мощности сбор крови на пищевые цели осуществляется с помощью установок закрытого типа В2-ФВУ-50 и В2-ФВУ-100.

Пищевая кровь (говяжья и свиная) собранная только от здоровых животных при строгом соблюдении санитарно-гигиенических условий и признанная ветеринарным надзором пригодной используется для изготовления пищевых продуктов, медицинских препаратов, а также на кормовые и технические продукты.

Пищевую кровь (цельная, дефибринированная или стабилизированная), а также продукты ее переработки (сыворотка, плазма, форменные элементы, фибрин, альбумин пищевой черный и альбумин пищевой светлый) выпускают в свежем, охлажденном, замороженном состоянии, альбумин - в сухом виде.

Техническую кровь собирают от всех видов животных и направляют на производство кровяной муки и черного технического альбумина с разрешения ветеринарной службы.

Первичная переработка крови заключается в ее стабилизации или дефибринировании.

При стабилизации крови в емкость предварительно наливают определенное количество водного раствора – стабилизатора, для предотвращения свертывания крови (при открытом способе сбора крови) или стабилизаторы вводят после оглушения животных в сонную артерию в процессе обескровливания, затем кровь через полый нож отсасывается под вакуумом и направляется на последующую обработку (закрытый способ сбора крови).

Другой способ обработки крови - дефибринирование, то есть удаление из нее образовавшихся сгустков фибрина с помощью специальных устройств (дефибринаторов) или вручную с помощью деревянного весла, помещаемого в бидон с кровью. Кровь, из которой удален фибрин, называют дефибринированной. После разделения дефибринированной крови получают форменные элементы и сыворотку.

Для разделения крови на плазму (сыворотку) и форменные элементы применяют сепараторы.

При невозможности своевременной переработки и использования крови и продукты из крови консервируют, преимущественно охлаждают при температуре не выше 4 °С или замораживают. Для использования в колбасном производстве цельную кровь консервируют путем добавления 2,5-3,0 % поваренной соли и хранят при температуре не выше 4 °С не более 48-ми час.

Пищевая кровь и кровепродукты находят применение для производства различных продуктов питания. Цельную кровь применяют при выработке кровяных колбас, зельцев, консервов и других мясопродуктов в количестве 25 - 50 % от массы сырья. Цельную кровь или форменные элементы используют для улучшения окраски колбасных изделий и других мясопродуктов. Из форменных элементов готовят препарат гемоглобина разведением водой в соотношении 1:1. В результате

гемолиза препарат приобретает яркую окраску. Количество добавляемого препарата или цельной крови колеблется в пределах 0,3-1 % [2].

Наибольшее распространение получили плазма и сыворотка пищевой крови для производства различных видов продуктов питания. По содержанию белка 1 кг говядины соответствует 2,5 кг плазмы, а 1 кг свинины - 1,8 кг плазмы. Исходя из содержания белка, 10 кг плазмы могут заменить 4 кг говядины и 5,6 кг свинины. Использование плазмы крови положительно влияет на цвет и консистенцию колбас, повышает биологическую ценность продукции.

В России разработан ассортимент новых видов комбинированных колбас, содержащих белковые композиции на основе плазмы крови. Сухую плазму крови применяют при изготовлении мясных продуктов типа паштетов и рубленого мяса.

Содержание в крови комплекса всех веществ, необходимых для нормальной жизнедеятельности организма, указывает на возможность ее использования не только в качестве пищевого сырья, но и ценноголечебного средства, некоторые из которых:

- гидролизин Л-103 представляет собой продукт кислотного гидролиза белков крови крупного рогатого скота. Гидролизин Л-103 получают из темного пищевого альбумина. Его применяют как средство для парентерального питания;

- детский гематоген назначают в качестве лечебного питательного препарата при малокровии, в послеоперационный период, после инфекционных и других заболеваний. Производят из чёрного пищевого альбумина;

- гемостимулин является препаратом, стимулирующим процессы кроветворения. В нем использована комбинация белков крови с препаратом молочнокислого железа и сернокислой меди. Ионы меди являются катализаторами процесса усвоения железа организмом больного. Гранулы смешивают в мешалке с чёрным пищевым альбумином и таблетируют;

- пептон используют в качестве составной части питательных сред для выращивания микроорганизмов. Его можно применять и для лечебных целей (при аллергических заболеваниях). Для получения пептона используют цельную кровь. Выход пептона из фибринна составляет 2-4 %, а из цельной крови - 10 % массы исходного сырья;

- нормальную нативную сыворотку используют в качестве питательной среды для посевов с диагностической целью. Ее вырабатывают из сыворотки крови крупного рогатого скота, получаемой в результате сепарирования дефибринированной пищевой крови;

- фибринные пленки используют как пластический материал при ожогах, плохо заживающих ранах и язвах. Фибринные пленки получают из стабилизированной лимоннокислым натрием пищевой крови крупного рогатого скота или свиней;

- танальбин представляет собой аморфный порошок буроватого цвета. Он является весьма эффективным средством для лечения заболеваний желудочно-кишечного тракта, когда требуется введение вяжущих веществ. Процесс получения танальбина заключается в соединении сывороточных белков крови с танином.

Кровь и кровепродукты находят широкое применение для производства кормовых продуктов. Наибольшее значение среди них имеет кровяная мука. В последние годы данные виды белкового сырья нашли применение для выработки заменителей цельного молока и кормового полуфабриката.

Использование крови для выработки кормовых продуктов дает возможность повысить их биологическую ценность, что особенно важно для эффективного выращивания молодняка сельскохозяйственных животных и птицы.

Высокое содержание в кровяной муке лимитирующей незаменимой аминокислоты лизина обусловило эффективное ее применение в рационах свиней и птицы вместо традиционных высокобелковых продуктов, применяющихся для этих целей. Было доказано положительное влияние введения кровяной муки в качестве добавки к мясокостной муке при выращивании свиней. При этом было установлено, что среднесуточный прирост был на 7 % выше в группах животных, которым скармливали мясокостную муку с добавкой в нее коагулята крови.

Одним из путей рационального использования крови и кровепродуктов является производство на их основе заменителей цельного молока (ЗЦМ), применяемых для откорма сельскохозяйственных животных[3, 5].

Существенными источниками протеина для производства заменителей цельного молока являются кровь и ее фракции, что обусловлено высоким содержанием в них важнейших аминокислот, значительно большего количества белковых веществ, чем в сухом коровьем молоке. Кроме того, по белковому составу и коэффициенту усвояемости кровь превосходит другие корма и способствует более полному усвоению растительных компонентов. Белки крови, и прежде всего альбумин,

обладают хорошими эмульгирующими свойствами, что имеет важное значение для получения стойких эмульсий ЗЦМ.

Форменные элементы крови находят применение при производстве нового вида кормового продукта - кормового полуфабриката, предназначенного для использования в кормовых смесях и комбикормах, а также для применения в составе заменителя цельного молока. Его вырабатывают из сырья животного происхождения: форменных элементов крови, рогокопытного сырья и бульона.

Кровь и кровепродукты, не используемые для пищевых и кормовых целей, направляют на производство технических продуктов. К ним относятся черный технический альбумин, пенообразователь ПО-6, регулятор травления [2].

Черный технический альбумин в основном применяют при производстве фанеры для склеивания пластов древесины. Преимуществом кровяного клея является его высокая водоупорность. Это происходит в результате того, что после нанесения кровяного клея сложенные пластины древесины подвергаются горячему прессованию, приводящему к свертыванию белков крови. В результате тепловой денатурации белки становятся нерастворимыми в воде, т. е. образуют клей, соединяющий слои дерева с большой силой сцепления, неразрушающийся даже при длительном воздействии влаги. Фанеру, склеенную кровяным kleem, можно размягчать в кипящей воде, придавая ей затем различную форму, причем склейка не нарушается.

Сырьем для производства пенообразователя ПО-б являются цельная свежая техническая кровь всех видов убойных животных. Использование пенообразователя основано на том, что при смешивании сравнительно малых его количеств с водой образуется устойчивая воздушно-механическая пена в достаточно больших количествах. Одной из важных характеристик пенообразователя является возможность образования огнегасительной пены, которая сохраняет стойкость на поверхности той жидкости, для тушения которой он предназначен. Пенообразователь ПО-6 образует пену, которая лучше, чем в других пенообразователях, ведет себя при тушении горящих нефтепродуктов.

Ингибитор кислотной коррозии применяют при химическом травлении металлов на металлургических и металлообрабатывающих заводах, что позволяет снизить расход кислоты при очистке металла на 25 – 43 % и, главное, уменьшить растворение металла и выделение водорода, приводящего к появлению в металле хрупкости. Преимуществом ингибитора кислотной коррозии перед другими присадками является то, что он не изменяется при повышенных температурах травления. Активность травления металлов — не ниже 70 % [4, 5].

Вывод: Из вышеизложенного можно сделать заключение, что переработка крови убойных животных очень важна для разных видов промышленности. Самое важное значение крови заключается в том, что она является ценным биологическим сырьем, так как переработка позволяет не только увеличить ресурсы животного белка, улучшить качество и повысить пищевую ценность мясных продуктов, но также разнообразить ассортимент выпускаемой продукции и дает дополнительную прибыль предприятию.

Список литературы:

1. Антипова Л.В. Возможность использования плазмы крови убойных животных в новых белковых продуктах / Л. В. Антипова, А. Л. Кульгина // Известия вузов. Пищевая технология. – 1998. – № 6. – С.53-55.
2. Кудряшов Л.С. Переработка и применение крови животных / Л. С. Кудряшов // Мясная индустрия. – 2010. – № 9. – С. 28 – 31.
3. Пожарская Л.С. Кровь убойных животных и ее переработка / Л.С. Пожарская, С.Г. Либерман, В.М. Горбатов // Пищ.пром. - М.: 1971. – 415 с.
4. Файвишевский М.Л. К вопросу о переработке и использовании пищевой крови / М.Л. Файвишевский // М.: Мясные технологии. –2014. – № 11. – С. 38 – 41.
5. Файвишевский М.Л. Переработка крови убойных животных / М.Л. Файвишевский // М.: Агропромиздат. – 1988. – 224 с.

ВЛИЯНИЕ СУБПРОДУКТОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА МЯСНЫХ РУБЛЕНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ МЯСА

Синицына Н.А., Васина Т.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Речкина Е.А

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Проблема белкового дефицита в питании человека рассматривается в настоящий момент как одна из приоритетных. Из эффективных подходов в ее решении следует предложить использование субпродуктов. К субпродуктам птицы относят: обработанные печень, сердце, мышечный желудок(желудок), шею, ноги, головы и гребни. К сожалению, субпродукты птицы практически не используются в промышленности.

Целесообразность использования вторичного сырья птицеперерабатывающей промышленности в производстве пищевых продуктов зависит, прежде всего, от его пищевой ценности. Она определяется питательными свойствами веществ и степенью их усвояемости. Пищевая ценность субпродуктов птицы представлена в таблице 1 [1].

Таблица 1 - Пищевая ценность в 100 г. субпродуктов птицы

Наименование субпродуктов	Белок, г	Жир, г	Энергетическая ценность, ккал
Печень	18	10	162
Сердце	15	10	150
Желудок	20	7	143
Шея	10	17	173
Ноги	9	8	108
Головы	8	8	104
Гребни	9	5	81

Субпродукты птицы являются источником жирорастворимых витаминов А, Д, Е, К, F и других. Куриные у сердечки богаты витаминами: витамины группы В, ценные для иммунитета, печени кровеносных сосудов; витамин А положительно влияет на состояние кожи, волос, ногтей, а также улучшает зрение; Витамин PP предотвращают проблемы с кожей, участвует в обновлении клеток, а также улучшает работу органов пищеварения.

Наличие минерального состава в субпродуктах птицы, говорит о эффективности использования данного сырья. Сердце богато железом, дефицит данного элемента приводит к быстрому ухудшению функционирования во всем организме. Железо вырабатывает в организме гемоглобин. Калий, фосфор и магний поддерживают водно - солевой баланс, улучшают здоровье хрящей, костей, способствуют восстановлению сердечной мышечной и нервной системы [2, 3, 4].

Анализируя табличные данные, приходим к выводу, что наибольшее содержание белка в желудках, сердце и печени, для дальнейших исследований были выбраны данные субпродукты птицы.

На первом этапе исследования, проведен анализ рынка полуфабрикатов и структуру ассортимента из субпродуктов птицы. В ходе маркетингового исследования было выявлено, что полуфабрикаты из субпродуктов птицы представлены в охлажденном и замороженном виде, рисунок 1.

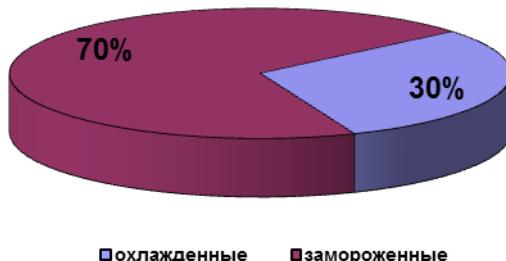


Рис. 1 Структура ассортимента по термическому состоянию полуфабрикатов из субпродуктов птицы

Мясные полуфабрикаты — продукт, который пользуется большим спросом у покупателей. На их приготовление уходит совсем немного времени, поэтому они являются хорошей альтернативой для рационального использования субпродуктов птицы.

Следующим этапом исследования, была отработка рецептуры мясных рубленых полуфабрикатов с субпродуктами птицы. Для разработки новой рецептуры использовалась рецептура котлет «Домашних». При отработке рецептуры исследовались 3 полуфабриката, в каждой группе по 5 образцов.

Первый полуфабрикат с добавлением сердец в количестве 10, 20, 30, 40 и 50 % от массы полуфабриката. В результате органолептической оценки образец № 3 набрал большее количество баллов и соответствовал всем нормам и показателям качества.

Второй полуфабрикат с добавлением желудков, в том же процентном соотношении, что и первый полуфабрикат. В результате органолептической оценки наивысшее количество баллов получил образец под № 2. Образец под № 2 получился более сочным, мягким и приятным на вкус.

Третий полуфабрикат с добавлением печени, в том же процентном соотношении, что и первый полуфабрикат. В результате оценки показателей качества, образец под № 1 получился более приятным на вкус, меньше потерял в весе в сравнении с контрольным образцом. С увеличением субпродуктов более 50 % готовое мясное изделие приобретает ярко выраженный вкус и запах субпродуктов птицы, что может не всем потребителям понравится.

Проведенные исследования показали, что при добавлении субпродуктов птицы, позволит улучшить качество мясных полуфабрикатов и расширить ассортимент, а так же решит проблему белкового дефицита в питании человека.

Список литературы:

1. Антипова Л.В. Технология и оборудование птицеперерабатывающего производства / Л.В. Антонова, С.В. Полянских, А.А. Калачев. – СПБ.: ГИОРД, 2009. – 512 с.
2. Винникова, Л.Г. Технология мяса и мясо продуктов. Учебник / Л.Г Винникова. – Фирма «ИНКОС», 2006. – 600 с.
3. Позняковский, В.М. Экспертиза мяса и мясопродуктов. Качество и безопасность/ В.М Позняковский. Учебно-справочное пособие. — Саратов: Вузовское образование, 2014. — 527 с.
4. Титов Е.И. Рациональный способ переработки коллагеносодержащих субпродуктов / Е.И. Титов, С.К. Апраксина, Л.Ф. Митасева, В.Н. Новикова // Мясная индустрия. – 2006. - № 9.

ПРОИЗВОДСТВО МЯСНЫХ РУБЛЕНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ С РЕГИОНАЛЬНЫМ СЫРЬЕМ

Харченко Н.А.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Речкина Е.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

На сегодняшний день дефицит витаминов наблюдается практически у всех слоёв населения, во всех регионах РФ и носит всесезонный характер. Исследования, проведенные Институтом питания РАМН, свидетельствуют о большом недостатке в организме витаминов (A, группы B, C, E), в том числе и микроэлементов (железа, цинка, йода) у значительной части населения РФ. Выявляемые дефициты, затрагивают не один витамин, а имеют характер сочетанной недостаточности витаминов. Полигиповитаминоз, то есть недостаток трех и более витаминов, обнаруживают у 30-70% взрослых и детей. Чаще всего не хватает витаминов группы В, витаминов D, С и каротина. Нередко дефицит витаминов сочетается с недостатком железа, йода, кальция и ряда других микронутриентов. Хуже всего, обстоит дело с витамином С, недостаток которого, по обобщенным данным, выявляется у 80-90% обследуемых людей, а глубина дефицита достигает 50-80%. У 40-80% недостаточна обеспеченность витаминами B1, B2, B6, фолиевой кислотой, 40-50 % испытывают недостаток каротина[2].

Основными источниками витаминов, являются ягоды, фрукты и овощи, но многие не всегда доступные из-за сезонности. В нашей стране большое число дикорастущих и культурных растений, различные части которых могут успешно применяться для приготовления продуктов питания. Дополняя пищевой ассортимент, они оказывают положительное действие на функционирование жизненно важных систем организма[4].

Ягоды - самое полезное, что создано природой. Нет больше других даров, в которых была бы такая большая концентрация биологически активных веществ. Помимо легкоусвояемых углеводов — сахаров, в ягодах есть неусвояемые углеводы — пищевые волокна и пектинги. Их содержание невелико, тем не менее они способствуют улучшению состава микрофлоры кишечника, стимулируют его перистальтику, поглощают токсические вещества и холестерин. Брусника и клюква, с давних времён широко используются в пищу, ее употребляют в переработанном и свежем виде. В домашних и промышленных условиях из ягод производят соки, джемы, пюре, варенье, мармелад, различные напитки, вина, а также консервируют и маринуют, сушат, мочат и используют в медицине.

Мясо и мясопродукты являются одной из важнейших составляющих в питании человека. В основном это источник полноценного белка и витаминов, необходимых для нормального развития организма [1].

Рекомендуемая доля животных белков в рационе взрослого человека должен составлять в среднем 55% от их общего количества. Доказано, что сочетание животных и растительных белков в рационе обладает большой биологической активностью, чем их раздельное применение, совместное потребление животных и растительных белков увеличивает их усвояемость [3].

Нами проводятся исследования по обогащению мясных котлет растительным сырьем. Использование ягод клюквы или брусники обусловлено их пищевой ценностью. Биологически активные вещества брусники оказывает общеукрепляющее действие, обладают антимикробным и противовоспалительным действиями, а клюква улучшает работу желудка и кишечника. Ягоды клюквы и брусники обладают Р - витаминным действием.

При разработке рецептуры обогащенных мясной котлеты, использовали традиционную рецептуру (котлеты «Домашние»). В образец №1 – добавляли клюкву, образец №2 - добавляли бруснику, образец №3 - добавляли клюкву и бруснику. В результате органолептической оценки, готовых котлет с ягодами, наибольшее количество баллов набрал образец №3. Данный образец отличался пикантным вкусом и ароматом. По сравнению с котлетой «Домашней», образец №3 был более сочным и нежным на вкус, а так же менее потерял в массе, чем традиционная котлета.

Полученные результаты показателей качества мясных изделий, позволяют сделать вывод, об использовании ягодного сырья в мясных полуфабрикатах, в качестве обогащения биологически активными веществами.

Список литературы:

1. Боравский В.А Энциклопедия по переработки мяса в фермерских хозяйствах на малых предприятиях / В.А Боравский – М.: СОЛОН Пресс, 2002, 576 с
2. Захарова И.Н., Скоробогатова Е.В., Обыночная У.Г., Коровина Н.А. Дефицит витаминов и микроэлементов у детей и их коррекция // Педиатрия, 2007.- № 3.- С. 113 -118.
3. Позняковский, В.М. Экспертиза мяса и мясопродуктов. Качество и безопасность/ В.М Позняковский. Учебно-справочное пособие.— Саратов: Вузовское образование, 2014. — 527 с.
4. Современные подходы в создании функциональных продуктов на мясной основе : краткий курс лекций для студентов 4 курса направление подготовки 19.03.03 «Продукты питания животного происхождения»/Сост.: С.В.Андреева// ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». Саратов,2016.- 59

ПОДСЕКЦИЯ 6.2. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ИЗ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ШЕЛУШЕНИЯ ЗЕРНА ОВСА

Безъязыков Д.С.

Научный руководитель: д-р с.-х. наук, профессор В.Н. Невзоров
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Овес считается одним из самых полезных продуктов питания. Он включает в себя полезные свойства и необходимые организму аминокислоты, содержит белки, эфирные масла, клетчатку. Помимо этого, богат на различные витамины (включая К, В1, В2, В6) и микроэлементы: фосфор, хром, калий, цинк, сера, марганец, йод. Данный продукт является одним из самых ценных в системе здорового питания благодаря его лечебным свойствам, и практически не имеет противопоказания.

Состав овса зависит от посевного зерна, условий окружающей среды (почва, климат) и технологии возделывания (удобрения, средства защиты растений).

Содержание съедобной части цельного зерна в 100 г приведено на рисунке 1.

Питательные вещества ^[15]		Минеральные вещества ^[16]		Витамины ^[16]		Аминокислоты ^[16]	
Вода	14,0 г	Натрий	8 мг	Тиамин (В ₁)	675 мкг	Аргинин	850 мг
Белки*	10,1 г	Калий	355 мг	Рибофлавин (В ₂)	170 мкг	Гистидин	270 мг
Углеводы	57,8 г	Кальций	80 мг	Ниацин (В ₃)	2400 мкг	Изолейцин	560 мг
Крахмал	36,1 г	Магний	130 мг	Пантотеновая кислота (В ₅)	710 мкг	Лейцин	1020 мг
Жиры	4,7 г	Марганец	3,1 мг	Витамин В ₆	960 мкг	Лизин	550 мг
Клетчатка	10,7 г	Железо	5,8 мг	Фолиевая кислота	35 мкг	Метионин	230 мг
Зола	3,2 г	Медь	0,42 мг	Витамин Е	840 мкг	Фенилаланин	700 мг
		Цинк	3,2 мг			Тreonин	490 мг
		Фосфор	340 мг			Триптофан	190 мг
		Селен	7 мкг*			Тирозин	450 мг
						Валин	790 мг

Рисунок 1. Химический состав зерна овса.

Овес является сложной культурой для переработки, его строение требует дополнительных операций при его переработке. Одна из операций при переработке овса является шелушение. Шелушение считается наиболее важной и трудоемкой операцией при переработке зерна овса, важной частью этой операции является как можно бережнее отделить от зерна его оболочку, т.к. оболочка зерна овса и алейроновый слой жестко связанный друг с другом. Перед шелушением овса следует применять пропаривание, которое улучшается свойства отделения оболочки от алейронового слоя и

придает «цементацию» ядру, тем самым увеличивая выход не битого продукта. Так же после пропаривания происходит сушка и охлаждение, вследствие этих операций ядро становится стекловидным и твердым, при этом значительно увеличивается механическая прочность ядра, а просушенные цветковые пленки становятся хрупкими и легко отделяются.

Продукт получаемый после полной переработки зерна овса – овсяная крупа. Овсяная крупа чемпион среди круп по содержанию растительной клетчатки, которая помогает снижать вредный холестерин в крови, тем самым делает нас здоровее, моложе, энергичнее и красивее.

Для разработки новой конструкции были проведены патентные исследования.

Изучив имеющиеся машины для шелушения овса, были выявлены недостатки этих машин. В большинстве случаев это трудоемкость исполнения конструкции, не высокий выход цельного зерна из за грубой переработки.

Были проведены патентные исследования и выполнен патентный поиск. Результаты исследований представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты патентного поиска

№ п/п	Наименование патента	Номер патента	Решаемая техническая задача
1	Шелушитель зерна	Патент РФ №2143321	Повышение эффективности процесса шелушения, снижение выхода битого продукта, материалаомкости установки, технологичности изготовления
2	Устройство для переработки зерна	Патент РФ № 2060823	Техническим результатом является упрощение конструкции и расширение функциональных возможностей устройства.
3	Способ ГТО и шелущение овса	Патент РФ № 2399416	Снижение продолжительности процесса обработки зерна овса, энерго- и материальных затрат и повышение выхода целого ядра, в свою очередь, при снижении себестоимости производства овсяной крупы.
4	Устройство для шелушения зерна	Патент РФ № 2503500	Повышение качества процесса шелушения зерна.
5	Устройство для шелушения зерна	Патент РФ № 2090261	Создание машины для шелушения зерна, в которой для обеспечения повышения качества продуктов шелушения используются две зоны обработки зерна.

Тем самым из таблицы видно что на настоящее время идет тенденция к повышению качества выходной продукции, снижение продолжительности и энерго- и материальных затрат и повышение выхода целого ядра, со снижением себестоимости продукта.

На данный момент на кафедре разрабатывается патент с принципиально новым способом шелушения, который даст максимальный выход целого зерна, с малыми энергозатратами и габаритами.

Используя результаты патентных исследований, был разработан шелушитель овса и за аналог был взят патент РФ № 2503500, а за прототип патент РФ № 2143321.

Общая схема приведена на рисунке 2.

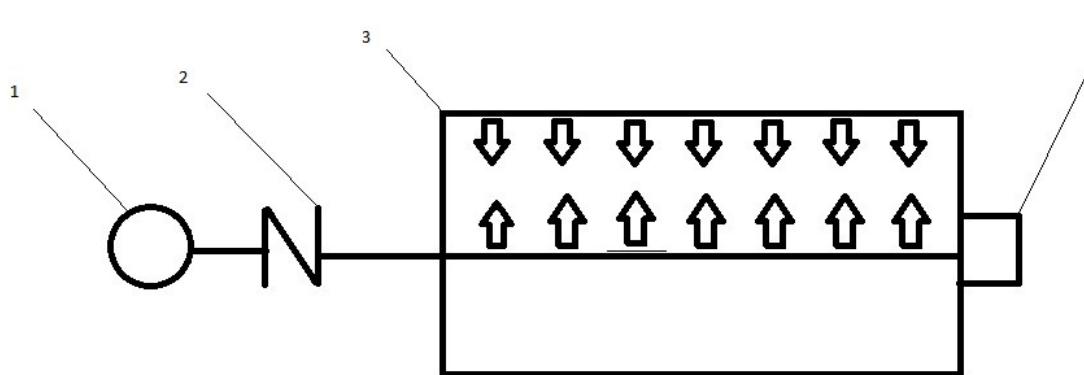


Рисунок 2. Общая схема

На рисунке 2 приведена общая схема устройства состоящего из электро двигателя 1 , муфты 2 , шелушильной камеры 3, выходного отверстия 4.

Так как на разработку устройства подана заявка на изобретение в Роспатент представлена только общая схема устройства.

Список литературы:

1. Хосни Р.К. Зерно, зернопереработка / К.Р.Хосни; пер.с англ.под.общ.ред. Н.П. Черняева. – СПб: Профессия, 2006. – 336с., ил – (Серия; Научные основы и технологии).

2. Г.А. Егоров. Краткий курс мукомольного и крупяного производства (практическое руководство). –М., Хлебпродинформ,2000-200с.;ил.

ТЕХНОЛОГИЯ СУШКИ ГРИБОВ

Бушуева Т.А., Мальцев А.А., Степанов В.Р.

Научный руководитель: к.т.н. Мацкевич И.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Грибы – это царство живой природы, объединяющее эукариотические организмы, сочетающие в себе некоторые признаки как растений, так и животных.

В России насчитывается 200-300 видов съедобных грибов, и, по приблизительным подсчетам, грибные запасы страны оцениваются в 35 млн.т. в сезон. Урожай их осваивается незначительно. На одного человека в среднем в РФ, в пределах Европейской части и Урала, приходится по 7,9 кг грибов в год.

Максимальная урожайность съедобных грибов достигает 300-350 кг/га, ельниках – 50-140 кг/га, березняках – 50-150 кг/га, осинниках – 10-50 кг/га, дубравах – 20-50 кг/га.

Общая продуцирующая грибоносная площадь в Российской Федерации составляет 81,8 млн. га, в том числе в Азиатской части страны — 64,1 млн. га, в Европейской — 17,7 млн. га; биологический запас грибов равен 4,3 млн. т, в том числе в Азиатской части — 3,5 млн. т, в Европейской части — 800 тыс. т. В Азиатской части России 62% запаса грибов приходится на Дальний Восток, 27% — на Восточную Сибирь и 11% — на Западную Сибирь. В Европейской части России грибоносная площадь составляет 10,7 млн. га, а биологический запас — 1058 тыс. т, в том

числе в ельниках — 502 тыс. т, березняках — 297 тыс. т, сосняках — 222 тыс. т, осинниках — 26,7 тыс. т. и дубняках — 10,2 тыс. т. [1]

Несмотря на множество видов съедобных грибов, население собирает не более 25–30 видов, а заготовительные организации — в 2–3 раза меньше. В целом по России ресурсы съедобных грибов освоены весьма незначительно — 4–10 % биологического запаса.

Съедобный гриб обладает мясистым и плодовым телом. Отличительной способностью съедобного гриба является большое содержание белка, наибольшее среди растительной пищи. Также грибы являются чрезвычайно низкокалорийной пищей, но и одновременно очень тяжелой для желудка. Но этот продукт довольно быстро портится, поэтому вопрос, как хранить свежие грибы, является крайне актуальным.

Одним из способов консервирования грибов является сушка, позволяющая увеличить срок хранения и сохранить полезные вещества и свойства, которые содержатся в них. Технологическая схема сушки грибов представлена на рисунке 1. [2]



Рисунок 1 - Технологическая схема сушки грибов

Анализ технологической схемы сушки грибов приведенной на рисунке 1, показал, что наиболее энергоемкой и длительной по времени является рабочая операция по сушке грибов. В этой связи необходимо выполнить научные исследования по уменьшению общих затрат на сушку грибов, снижение общих затрат возможно при модернизации технологического оборудования для сушки грибов путем снижения затрат на тепловую энергию и времени сушки.

Для совершенствования технологии и оборудования для сушки грибов были проведены патентные исследования, результаты представлены в таблице 1.[3,6]

Таблица 1 Результаты патентных исследований

Наименование патента	№ патента	Цель изобретения	Техническая новизна
Способ производства сушеных грибов	2246841	Технической задачей изобретения является повышение тепловой эффективности и интенсификация процесса сушки, улучшение качества готового продукта за счет использования в качестве теплоносителя перегретого пара атмосферного давления и чередующихся режимов сушки грибов в псевдоожженном и плотном слое.	Технический результат заключается в повышении тепловой эффективности и интенсификации процесса сушки, улучшении качества готового продукта за счет использования в качестве теплоносителя перегретого пара атмосферного давления и чередующихся режимов обработки грибов в псевдоожженном и плотном слое.
Способ переработки грибов гранулированием и устройство для его	2572305	Основной задачей, на решение которой направлена заявляемая группа изобретений, является создание способа гранулирования грибов и	Технический результат, на достижение которого направлено заявленные решения, - расширение функциональных возможностей известного способа за счет переработки любых

осуществления		устройства для его реализации, позволяющих получить новый продукт - гранулированные грибы высокого качества и в экономных упаковках.	грибов, в том числе и некондиции и поздних грибов, повышение качества переработанных грибов, улучшение условий хранения и транспортировки грибов, экономия тары при транспортировке за счет уменьшения объема переработанных грибов при гранулировании.
Устройство для сушки пищевых продуктов	2096960	Целью предлагаемого изобретения является увеличение производительности устройства при обеспечении однородности качества получаемого продукта.	Таким образом, в устройстве осуществляются одновременно два технологических процесса - дегидратации и ферментации, что повышает производительность устройства. Процесс загрузки-разгрузки устройства прост благодаря съемным поддонам.
Способ переработки грибов	2366260	Технический результат достигается тем, что по способу переработки грибов, включающему их очистку от непищевых включений, термообработку, сушку, термообработку грибов проводят водным паром в течение 5-30 мин, после чего их сушат до влажности 2-10% и покрывают слоем шоколада.	Технический результат достигается тем, что по способу переработки грибов, включающему их очистку от непищевых включений, термообработку, сушку, термообработку грибов проводят водным паром в течение 5-30 мин, после чего их сушат до влажности 2-10%.

Выполненный анализ таблицы 1 по существующим способам сушки и оборудованию для выполнения данной технологической операции показал, что необходимо разработать новую конструкцию сушильной камеры позволяющую автоматизировать технологический процесс с целью контроля влажности и обеспечения модульности установки для возможности эксплуатации по месту массовой заготовки сырья.

Список литературы:

1. Думнов, А.Д. Природные ресурсы и окружающая среда России (Аналитический доклад) / Думнов А.Д., Рыбальский Н.Г., Самотесов Е.Д., Максимов Ю.И. и др. Под ред. Б.А. Яцкевича, В.А. Пака, Н.Г. Рыбальского. – М.: НИА–Природа, РЭФИА, 2001. – 572 с.
2. Иванов А.И. Съедобные, ядовитые, лекарственные и культивируемые грибы средней полосы европейской части России; Монография.— Пенза: РИО ПГСХА, 2012. — 196 с.
3. Пат. 2246841 Российская Федерация, МПК A23B7/02 (2006.01) Способ производства сушеных грибов / Остриков А.Н., Швецов С.А.; заявитель и патентообладатель ГОУ ВПО ВГТА - № 2003138183/13; заявл. 31.12.2003; опубл. 27.02.2005 Бюл. № 6.
4. Пат. 2572305 Российская Федерация, МПК A23L 1/28, A23P 1/02, B01J 2/10 (2006.01) Способ переработки грибов гранулированием и устройство для его осуществления / Тихонов В.А., Маслихов В.Ф.; заявитель и патентообладатель ООО Научно-производственное предприятие «Эталон» - № 2014113314/13; заявл. 04.04.2014; опубл. 10.10.2015 Бюл. № 28.
5. Пат. 2096960 Российской Федерации, МПК A23B7/02 Устройство для сушки пищевых продуктов / Артамонов Ф. В., Зубов Г. М., Никитюк А.А., Смирнов А.А., Ткач Б.И.; заявитель и патентообладатель Артамонов Ф. В., Зубов Г. М., Никитюк А.А., Смирнов А.А., Ткач Б.И.- № 94010976/13; заявл. 29.03.1994; опубл. 27.11.1997.
6. Пат. 2366260 Российской Федерации, МПК A23 G 3/48 Способ переработки грибов / Щепочкина Ю.А.; заявитель и патентообладатель Щепочкина Ю.А.- № 2008111788/13; заявл. 27.03.2008; опубл. 27.03.2008.

ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ МАРМЕЛАДА ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СОКА БРУСНИКИ

Веретнова О.С.

Научный руководитель: старший преподаватель Непомнящих Е.Н.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Правильное здоровое питание — это не диета, как многие могут полагать, это образ жизни к которому каждый человек должен прийти сам и решить, что для него важнее временное удовольствие или здоровый организм по жизни. Соблюдение принципов правильного питания, как, в общем, и здорового образа жизни в целом — это самодисциплина, особенно в начале пути к изменению застарелых привычек.

Целью работы было разработка рецептуры мармелада с соком брусники.

Задачи исследования: получение сока из брусники и его анализ, расчет рецептур, анализ готовых изделий, расчет пищевой ценности.

Несмотря на то, что на 86% брусника состоит из воды, ее состав — источник ценных для здоровья элементов и соединений. Брусника богата витаминами: С, А, РР, В1, В2, В9, Е; минеральными веществами: железом и марганцем; флавоноидами, предупреждающими склеротические повреждения стенок сосудов; органическими кислотами — яблочной, щавелевой, лимонной, уксусной, бензойной, пировиноградной, А-кетоглутаровой, глиоксиловой, оксипировиноградной; ликопином; гликозидом вакцинина (антисептического вещества, незаменимого при лечении воспалительных заболеваний мочевыводящих путей); зеаксантина, поддерживающего здоровье органов зрения; дубильных веществ.

Исследования проводились в лаборатории кафедры ТХК и МП путем пробных изготовлений мармелада. В ходе работы разработана рецептура мармелада с соком брусники, готовые изделия изучены по органолептическим и физико-химическим показателям, рассчитана пищевая ценность.

Сок из брусники получали в лабораторных условиях.

Для получения сока ягоды брусники проходят первичную обработку. При приемке ягоды проходят инспектирование, сортируются, затем промываются водой, после чего отлаживаются на решётке, для удаления лишней влаги, и далее поступают на измельчение и в дальнейшем подвергается выжимке [1,2].

Рецептуры рассчитывались на базе унифицированной рецептуры по вариантам, приведенным в таблице 1.

Таблица 1 – Варианты исследований

Сок брусники	контрольный	1	2	3	4
Дозировка, % к массе воды	0	10	20	30	40

Таблица 2 – Рецептура мармелада

Сырье	Содержание СВ, %	Общий расход сырья на 1 т мармелада, кг		Общий расход сырья на загрузку, г	
		В натуре	В СВ	В натуре	В СВ
Сахар-песок для обсыпки	99,85	86,60	86,50	8,660	8,650
В желе	99,85	525,60	524,80	52,56	52,48
Патока	78,00	262,7	204,9	26,27	20,49
Агар	85,00	10,5	8,9	1,05	0,89
Эссенции разные	-	1,6	-	0,16	-
Краска	-	0,50	-	0,05	-
Кислота лимонная	98,00	11,80	11,6	1,18	1,16
Итого	-	899,30	836,7	89,930	83,67
Выход	82,00	1000,00	820,00	100,00	82,00

Процесс приготовления мармелада состоит из подготовки агара, приготовления агаро-сахаропаточного сиропа, разливки охлажденного сиропа в формы, процесса студнеобразования, выборки их из форм, выстойки, обсыпки сахарным песком, сушки и охлаждения [1].

Навеску сухого агара предварительно замачивают на 1-2 ч в проточной холодной воде. Набухший агар переносят в алюминиевую чашку и растворяют в воде при нагревании (воды берут

40% от массы сахара). Затем добавляют сахар и уваривают до содержания сухих веществ 73-74%. В конце уваривания вводят патоку. Контроль за процессом уваривания ведут по влажности, которую определяют рефрактометрическим методом. В охлажденный до 55-60 °С сироп вносят кислоту, эссенцию, краситель и тщательно перемешивают. Мармеладную массу разливают в керамические формы. По окончании студнеобразования мармелад выбирают из форм, подвергают выстойке в течение 45-60 мин, обсыпают сахарным песком и высушивают при температуре 50-55 °С до конечной влажности 18% [3].

Таблица 3 - Расчет химического состава 100 г мармелада

Пищевые вещества	Контрольный образец	Образец с соком брусники
Белки, г	0,6	0,6
Жиры, г	0,82	0,82
Углеводы, г	96,6	96,6
Минеральные вещества, мг:		
Na	30,10	30,8
K	27,2	34,5
Ca	195,8	199,8
Mg	15,2	15,9
P	8,3	9,9
Fe	2,065	2,105
Cu	0,0057	0,0057
Mn	0,0055	0,0055
S	0,06	0,06
Витамины		
B ₁ , мг	0,0595	0,0665
B ₂ , мг	0,0301	0,0441
B ₆ , мг	0,0696	12,07
B ₃ , мг	0,0959	0,0959
E, мг	0,192	0,192
Энергетическая ценность, ккал	396	396

Исходя из вышеуказанных данных, можно сделать вывод, что в образце увеличивается содержание минеральных веществ и витаминов, что повышает пищевую ценность полученного мармелада.

Заключение: добавление сока брусники в мармелад, в количестве 40% от объема воды, позволяет повысить минеральную и пищевую ценность готового изделия. В мармеладе увеличивается содержание витаминов: B₁, B₂, B₆, минеральных веществ: K, Ca, Mg, P и Fe.

Список литературы:

1. Присухина Н.В. Влияние клюквенных полуфабрикатов на качество и пищевую ценность мармелада и бисквита/ Присухина Н.В., Типсина Н.Н., Туманова А.Е. //М.: Пищевая промышленность. – Кондитерское производство. - №3. – 2014. – С.10-11
2. Воробьева Н.С., Шатнюк Л.Н., Юдина А.В., Савенкова Т.В. Обогащать кондитерские изделия витаминами и минеральными веществами //Кондитерское производство. – № 2, 2004. – 10 с.
3. Типсина, Н.Н. Технология кондитерского производства: лабор. практикум / Н.Н. Типсина, Н.В. Присухина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. - 170 с.

ЗЕРНОВЫЕ БАТОНЧИКИ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ

Вертипрахова Д.Н.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Присухина Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Питание – неотъемлемая часть человеческой жизни, задачи которой состоят в обеспечении организма энергией и другими компонентами, необходимыми для нормальной жизнедеятельности организма. Любые нарушения в питании или недостаток поступления пищевых веществ могут нанести большой ущерб здоровью, привести к снижению сопротивляемости негативным факторам, ухудшению умственной и физической работоспособности [1,3].

На сегодняшний день разрабатывается большое количество продуктов, которые обогащаются витаминами и прочими полезными веществами. При выборе таких продуктов, потребители должны обращать внимание на состав, качество и безопасность изделий, а также их сроки хранения.

Благодаря функциональным продуктам можно сбалансировать свой рацион таким образом, чтобы в организм поступали все недостающие элементы.

На кафедре ТХКиМП Института пищевых производств была разработана рецептура зернового батончика, обладающего профилактическим действием.

Зерновые батончики можно рекомендовать как для спортивного питания, так для других людей им не занимающихся [1].

В состав батончика входят следующие ингредиенты: отруби овсяные, сухое молоко, зерна подсолнечника, семена тыквы, брусника, и патока. Каждый ингредиент, обладает высокой пищевой ценностью.

В изделии максимально сохраняются все полезные свойства компонентов, так как они не подвергаются термической обработке, готовятся батончики при комнатной температуре. Цельные зерна самым положительным образом влияют на перистальтику кишечника, нормализуют деятельность желудочно-кишечного тракта [2,3].

Брусника, входящая в состав укрепляет капилляры, нормализует метаболизм, противостоит образованию рецидивирующих инфекций, также в ее составе содержится бензойная кислота, обладающая консервирующими действием. В батончик вносится в повязленном виде.

Массу для батончика готовят в смесителях путем смешивания патоки или инвертного сиропа и остальных компонентов, при этом доля патоки составляет примерно 45-50%. Формуют изделия с помощью раскатки в пласт с последующей резкой на отдельные изделия [2]. Схема приготовления приведена на рисунке 1.

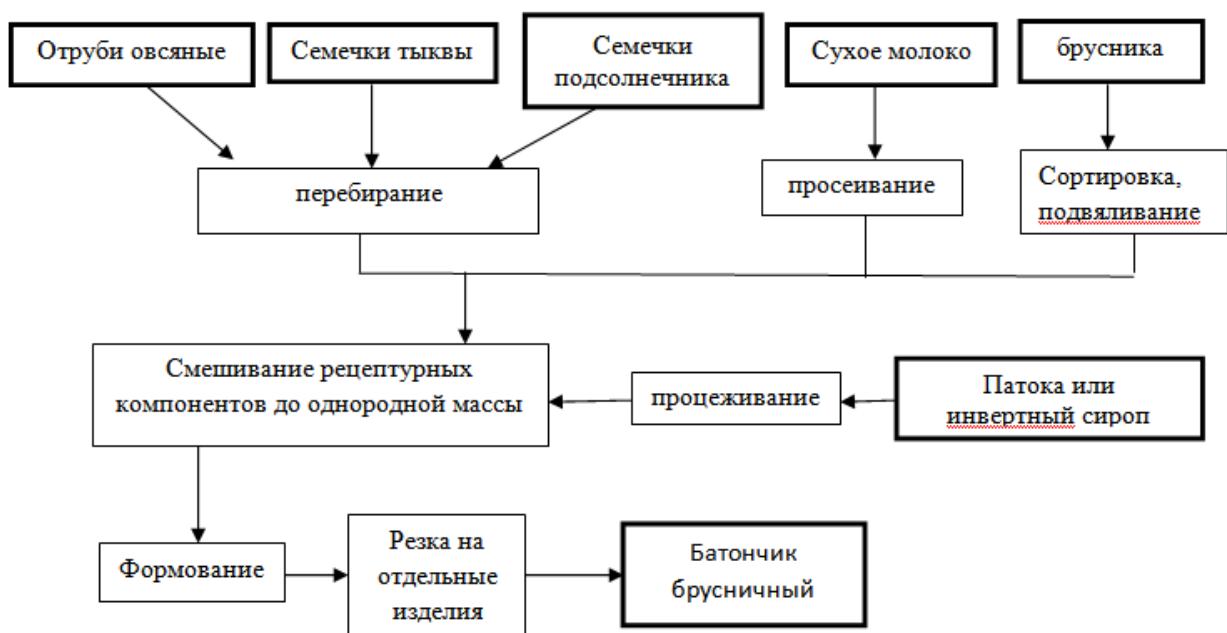


Рисунок 1 – Схема приготовления батончика

В таблице 1 представлена пищевая ценность батончика, полученная расчетным способом.

Таблица 1 – Пищевая ценность батончика

Показатель	Содержание в 100 г продукта, %	Степень удовлетворения суточной потребности (пищевой ценности, %)
Белки, г	12,2	14
Жиры, г	18,22	17,86
Углеводы усвояемые, г	14,9	3,9
Пищевые волокна, г	4,36	17,44
Кальций мг	148,65	18,6
Фосфор мг	437,05	36,4
Железо, мг	3,3	27,5
Калий, мг	403,7	16,122
Магний, мг	182,28	45,57
Натрий, мг	62,7	1,56
Марганец, мг	1,82	18,2
Медь, мкг	270,37	27,3
Селен, мкг	16,98	24,3
Фтор, мкг	7,7	2,6
Хром, мкг	1,19	0,85
Олово, мкг	0,91	0,02
Цинк, мг	2,6274	25,4
Стронций, мкг	1,19	-
Молибден, мкг	2,52	
Йод, мкг	3,5	2,33
Витамин В ₁ , тиамин, мг	0,49	28,82
Витамин В ₂ , рибофлавин, мг	0,176	8,8
Витамин В ₄ , холин мг	28,215	
Витамин В ₅ , пантеновая, мг	0,681	13,7
Витамин В ₆ , пиридоксин, мг	0,261	13,05
Витамин В ₉ , фолаты, мкг	52,65	0,13
Витамин Е, альфа токоферол, мкг	5,157	51,57
Витамин К, филлохинон, мкг	1,57	
Витамин РР, мкг	3,702	19,5
Бетаин, мг	2,94	1,6
Витамин Н, биотин, мкг	0,7	1,4
Витамин С, аскорбиновая кислота, мкг	2,18	3,11
Витамин D, кальциферол, мкг	0,0175	0,7
Энергетическая ценность, ккал	272,4	9,8

Из таблицы видно, содержание химических веществ в готовом изделии и насколько удовлетворяется суточная потребность организма человека при употреблении 100 г батончика в основных пищевых веществах и калорийности. Батончик удобен в использовании его можно взять с собой и при необходимости быстро перекусить с пользой, в те временные периоды, когда прием нормальной пищи невозможен.



Вывод. Зерновые батончики могут стать важным компонентом питания для человека. Они незаменимы в дороге, удобны в использовании, не требуют каких-либо специальных условий для хранения, при этом очень полезны и питательны. При употреблении 100 г батончика брусничного удовлетворяется суточная потребность в белках на 14%, пищевых волокнах на 17%, кальция на 18%, фосфора на 36%, железа на 27%, магния на 45%, меди на 27%, селена на 24%, цинка на 24%, витамине В₁ почти на 29%, витамине Е на 51%, РР на 19% и других веществах. Зерновые батончики содержат как быстрые, так и медленные углеводы, поэтому они быстро насыщаются, при этом, не повышая уровень сахара в крови, и сохраняют это чувство сытости на длительное время. Батончик брусничный можно рекомендовать для профилактического питания.

Список литературы:

1. Кухаренко А.А. Научные принципы обогащения пищевых продуктов микронутриентами / А.А. Кухаренко, А.Н. Богатырёв, В.М. Короткий, М.Н. Дадашев // Пищевая промышленность. -2008.- №5.-С. 62-66.
2. Резниченко И.Ю. Мюсли-батончики функционального назначения / И.Ю. Резниченко, И.А.Драгунова // Пищевая промышленность. 2008.- №8. - С.34.
3. Типсина Н.Н. [Пищевые волокна в кондитерском производстве](#) / Типсина Н.Н., Присухина Н.В. // [Вестник Красноярского государственного аграрного университета](#). 2009.- № 9. - С. 166-171.

ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ВАФЕЛЬ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПОРОШКА МОРКОВИ Горбунова Т.П.

*Научные руководители: к.т.н., ст. преподаватель Непомнящих Е.Н.,
к.т.н., доцент Присухина Н.В.*

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Здоровое питание - это [питание](#), обеспечивающее рост, нормальное развитие и жизнедеятельность человека, способствующая укреплению его здоровья и профилактике заболеваний. Современная наука проводит многочисленные исследования, чтобы оптимизировать рацион питания для профилактики основных хронических заболеваний.

Главный принцип здорового питания – сбалансированность. Начиная с элементарного соотношения потребляемых нами калорий и нашей двигательной активности и заканчивая разумным балансом продуктов из разных групп, а не только поеданием тех, что «нравятся».

Были проведены исследования по использованию в качестве обогатителя для вафель полуфабрикат из морковки.

Морковь содержит витамины группы В, РР, С, Е, К, в ней присутствует каротин — вещество, которое в организме человека превращается в [витамин А](#). Морковь содержит 1,3 % белков, 7 % углеводов. Немало в моркови минеральных веществ, необходимых для организма человека: [калия](#), [железа](#), [фосфора](#), [магния](#), [cobальта](#), [меди](#), [йода](#), [цинка](#), [хрома](#), никеля, [фтора](#) и др. В моркови содержатся эфирные масла, которые обуславливают ее своеобразный запах.

Морковь содержит бета-каротин, который улучшает работу легких. Бета-каротин является предшественником [витамина А](#). Попадая, в организм человека каротин превращается в витамин А, который наиболее полезен для молодых женщин. Так же целительные свойства моркови связаны с укреплением сетчатки [глаза](#). Людям, страдающим близорукостью, конъюнктивитами, блефаритами,очной слепотой и быстрой утомляемостью употребление этого продукта в пищу весьма желательно.

Исследования проводились в лаборатории кафедры ТХК и МП путем пробных выпечек, для чего были разработаны рецептуры, технологии, далее выполнено инструментальное и сенсорное исследования полученных образцов. На основе полученных данных сделаны выводы о влиянии порошка из моркови на качество и пищевую ценность вафель. [1]

В данной работе для повышения биологической и пищевой ценности предлагается вводить в рецептуру вафель в качестве добавки порошка из моркови взамен пшеничной муки, что позволит повысить минеральную и витаминную ценность. Изделия с добавлением данного нетрадиционного сырья предлагаются в дальнейшем для внедрения в производство продуктов для функционального питания.

Задачи исследования: порошок из моркови и анализ его, определение наилучших вариантов исследования, расчет рецептур, разработка технологии приготовления изделий по вариантам, анализ готовых изделий, расчет пищевой ценности.

Порошок моркови готовили в лабораторных условиях.

Последовательность операций: морковь сортируется, затем промывается водой, после чего проходит отчистку, потом измельчается и в дальнейшем подвергается сушке при температуре 40 - 50 °С и В 10-15%, после высушивания подвергают измельчению, получая порошок.

Для получения тонкодисперсного порошка его необходимо просеять через мелкое сито.

Рецептуры рассчитывались на базе унифицированной рецептуры вафель «Невские» по вариантам, приведенным в таблице 1.

Таблица 1 – Варианты исследований

Порошок моркови	Контрольный	1	2	3	4
Дозировка, % к массе муки	-	5	10	15	20

В таблице 2 приведены рецептуры прорабатываемых образцов.

Вафельное тесто, в отличие от многих других, жидкое. Это свойство определяет способ формования в формы вафельной печи. Тесто легко дозируется, поскольку обладает низкой вязкостью, а также хорошо распределяется по форме. Влажность теста около 60% (58 – 65%). Для получения такого теста оптимально использовать муку с содержанием клейковины не более 32%, к тому же наилучшим образом подойдет мука со слабой клейковиной.

Тесто замешивается при довольно высоком содержании воды. Это важно для того, чтобы ограничить слипание частиц клейковины. Замес происходит быстро, при невысокой температуре. В определенной очередности в миску вносят разрыхлитель, соль, воду (5 – 10% от общего количества, обозначенного в рецептуре), желтки. Все компоненты перемешиваются в течение получаса, после чего вводится оставшаяся вода. Далее в 2 приема добавляют муку с порошком, после чего замешивается тесто.

Таблица 2 – Рецептура и режим приготовления теста для вафель варианты 1-4

Сырье, полуфабрикаты, г	Расход сырья по стадиям процесса			
	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
	Тесто	Тесто	Тесто	Тесто
Мука пшеничная	115,89	109,79	103,69	97,59
Желток	12,17	12,17	12,17	12,17
Соль	0,6	0,6	0,6	0,6
Сода	0,6	0,6	0,6	0,6
Порошок моркови	6,1	12,2	6,1	6,1
Итого	135,37	135,37	135,37	135,37
Выход	100,0	100,0	100,0	100,0

Готовое тесто должно быть однородным, не допускается наличие комочеков. Тесто дозируется в формы и выпекается при 170 – 1800С в течение 2 – 4 минут. Готовые листы сразу охлаждаются, чтобы избежать коробления. Время охлаждения вафельных листов 1 – 2 минуты.

Охлажденные выпеченные изделия анализировали по органолептическим и физико-химическим показателям. [3]

На рисунках 1-5 приведены фото внешнего вида вафель



Рисунок 1 – Контрольный образец готовых вафель



Рисунок 2 – Образец вафель с добавление 5% порошка моркови.



Рисунок 3 – Образец вафель с добавление 10% порошка моркови



Рисунок 4 – Образец вафель с добавление 15% порошка моркови



Рисунок 5 – Образец вафель с добавление 20% порошка моркови

Таблица 3 – Влияние порошка моркови на органолептические и физико-химические показатели вафель

Показатели качества	Варианты исследований										
	Контрольный	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4						
Органолептические показатели											
Запах	Свойственный вафлям										
Окраска	Светло-коричневая		Коричневая								
Форма	Соответствует форме печи										
Вкус	Свойственный вафлям, привкуса моркови нет										
Физико-химические показатели											
Щелочность	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1					

Выводы: Порошок из моркови, добавленный в тесто не меняет органолептические и физико-химические свойства изделия, но улучшает химический состав вафель. Лучшим принимается вариант 1 с заменой 5 % муки на порошок из морковки, так как при выпекании не прилипает к вафельнице, по сравнению с другими вариантами.

Таблица 5 Химический состав сырья контрольного и оптимального образца [2]

Показатели	Химический состав контрольного образца	Химический состав готового изделия с морковью	Показатели	Химический состав контрольного образца	Химический состав готового изделия с морковью
Белки	26,5	27,8	Калий, K	260	460
Жиры	32,3	32,4	Кальций, Ca	522	549
Вода	64,4	152,4	Магний, Mg	53	91
Зола	139,1	139,1	Натрий, Na	66124	66145
Пищевые волокна	3,5	5,9	Сера, S	420	420
Углеводы	-	6,9	Фосфор, Ph	703	758
Органические кислоты	-	0,3	Хлор, Cl	59856	59856
Витамины			Kремний, Si	10,8	11,5
Витамин А, РЭ	925	2925	Железо, Fe	34,5	34,5

Ретинол	0,89	0,89	Йод, I	39,6	39,6
бета Каротин	0,168	10,312	Кобальт, Со	0,89	0,89
Витамин В1	0,41	0,47	Марганец, Mn	510	510
Витамин В2	0,256	0,312	Медь, Cu	134,5	134,5
Витамин В4	681,6	681,6	Молибден, Mo	9,2	9,2
Витамин В5	3,44	3,648	Хром, Cr	4,41	4,41
Витамин В6	0,63	0,76	Цинк, Zn	37	37
Витамин В9	34,65	40,95	Бор, B	90	90
Витамин В12	1,8	1,8	Ванадий, V	2,2	2,2
Витамин D	7,7	7,7	Никель, Ni	6,2	6,3
Витамин Е	3,5	3,9	Селен, Se	22	22
Витамин Н	58	58,6	Фтор, F	-	323
Витамин РР	6,9	8	Алюминий, Al	-	6
Ниацин	1,04	1,84			
Витамин С	-	1,5			
Витамин К	-	10,56			

Заключение

Добавление порошка из моркови в вафли, при замене 5 % муки позволит повысить минеральную и витаминную ценность, увеличить содержание витаминов: А, В1, В2, В5, В6, В9, Е, Н, РР, бета Каротин и Ниацин. Повысить содержание минеральных веществ: K, Ca, Mg, Na, Ph и Fe. А так же добавить не присутствующие ранее углеводы, витамины К и С, микроэлементы Al и Li.

Список литературы:

1. Воробьева Н.С., Шатнюк Л.Н., Юдина А.В., Савенкова Т.В. Обогащать кондитерские изделия витаминами и минеральными веществами //Кондитерское производство. – № 2, 2004. – 10 с.
2. Калорийность продукта. Химический состав и пищевая ценность. [Электронный ресурс] - Режим доступа : http://health-diet.ru/base_of_food/sostav/21234.php, свободный.- Загл. с экрана.
3. Типсина, Н.Н. Технология кондитерского производства: лабор. практикум / Н.Н. Типсина, Т.В. Полякова; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2006. - 79 с.
4. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс] - Режим доступа : docs.cntd.ru/messages/contacts, свободный.- Загл. с экрана.

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СУШКИ ЯГОДЫ КЛЮКВЫ, СОБРАННОЙ В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Дидур Е.А., Ускирева Л.В.

Научный руководитель: д.с-х.н., проф. Невзоров В.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск, Россия

Арктическая зона Красноярского края, согласно приложению к Указу Президента Российской Федерации № 296 от 02.05.2014 г, включает территории городского округа города Норильска, Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района и Туруханского района. Перечисленные территории в Красноярском крае относятся к тундровой зоне, которая отличается очень суровым климатом, живут здесь только те растения и животные, которые выносят холода и сильные ветра. Зима в тундре чрезвычайно продолжительная, так как большая часть тундры находится за Полярным кругом.

Клюква (лат. Oxusóccus) - группа цветковых растений семейства Вересковые, объединяющая вечнозелёные стелющиеся кустарнички, растущие на болотах в Арктической зоне [1].

Листья очерёдные, длиной от 3 до 15 мм, шириной от 1 до 6 мм, яйцевидные или продолговатые с коротким черешком. Листовая пластинка тёмно-зелёная, снизу - пепельная (белая), остающаяся на зиму. На нижней поверхности листа находится воск, препятствующий воде заливать устьица и защищающий таким образом растение от нарушения его нормальных функций.

При благоприятных климатических условиях общий сбор плодов ягод клюквы на территориях Арктической зоны составляет 195-285 кг/га[1].

Учитывая резко-континентальные климатические условия Арктической зоны сбор клюквы, производится в сжатые короткие сроки с большим удалением от мест ее переработки и в этой связи при транспортировке клюквы на большие расстояния до мест переработки происходит потеря товарного вида продукции путем смятия. При сортировке клюквы от 15 до 20 % от общего сбора выбраковывается, что составляет большие финансовые потери при неполном использовании заготовленной клюквы. Для комплексного использования всего объема заготовленной клюквы, по результатам научных исследований кафедры «Технологии, оборудования бродильных и пищевых производств» Красноярского ГАУ была разработана следующая технологическая схема переработки всего объема заготовленной клюквы по месту сбора, представленная на рисунке 1.

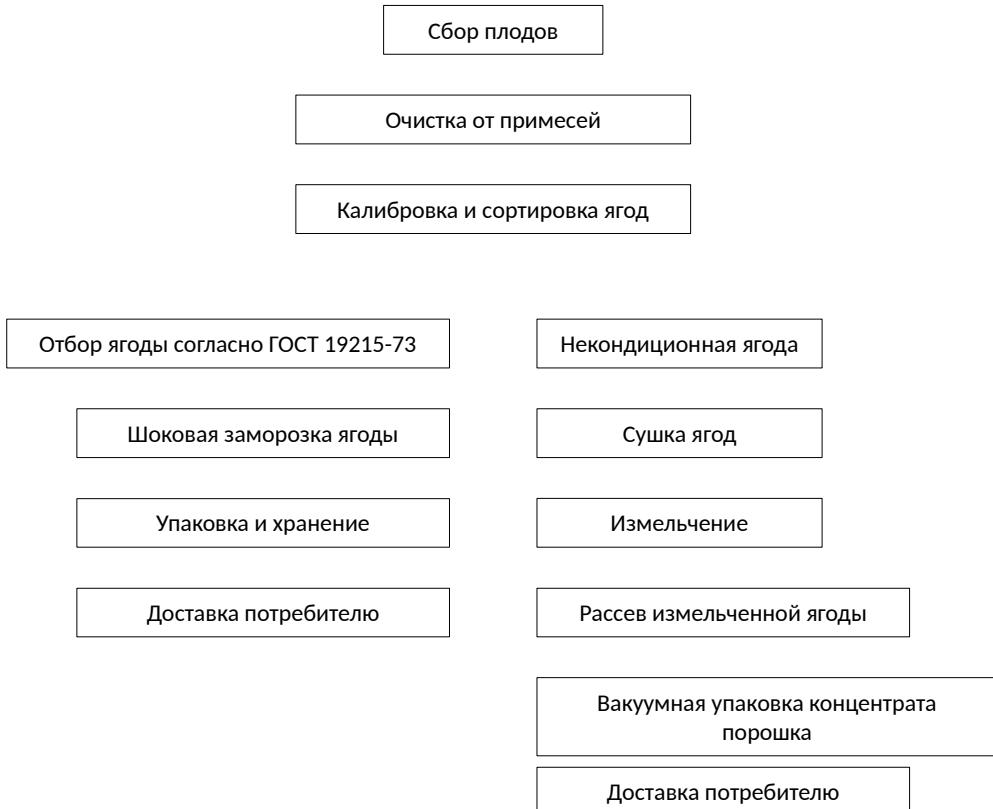


Рисунок 1 - Технологическая схема комплексной переработки клюквы

Выполнение рабочих операций по сушке ягоды в разработанной технологической схеме затруднено на серийно выпускаемом оборудовании, так как отсутствует достаточное количество электроэнергии на территориях Арктической зоны. С целью снижения энергозатрат на сушку ягоды была разработана новая сушильная камера конвекционного типа, использующая местное древесное сырье для длительного процесса сушки ягоды. Конвекционная сушильная камера была разработана на уровне изобретения и была запатентована в виде полезной модели по патенту №167976 [2]. Общая схема конвекционной сушильной камеры приведена на рисунках 2,3.

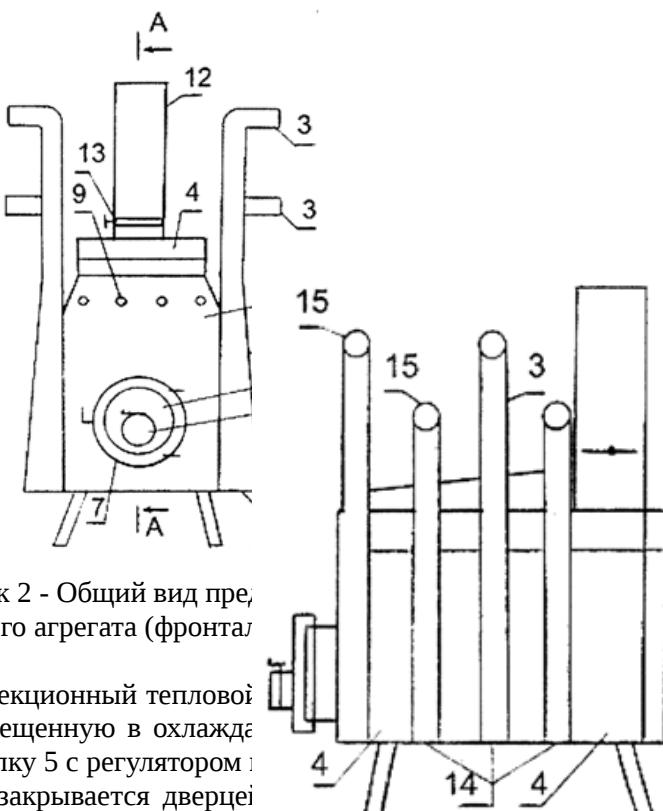


Рисунок 2 - Общий вид пре-
теплового агрегата (фронтал)

Конвекционный тепловой пек 1, размещенную в охлаждаемом песком 4, топку 5 с регулятором 6 герметично закрывается дверцей 7 форсунками 9 для дожигания в отсек 11, подключенный к дымовой трубе 12 с регулятором-газификатором 13. Такое расположение перегородки 8 позволяет улавливать уходящее с продуктами сгорания тепло, что увеличивает КПД агрегата. В нижней части кожуха 2 выполнены отверстия 14 для подвода холодного атмосферного воздуха, а в его верхней части - выпускные отверстия 15 для нагретого воздуха [2].

По результатам выполненной сушки на экспериментальном оборудовании было установлено, что свежие ягоды по окончанию сушки с первоначальным диаметром 15-11 мм теряют от 70 до 85 % массы, диаметром 11-8 мм теряют от 65 до 75% при общей влажности сушеной ягоды 9-12 %.

Список литературы:

1. Шевелев, С.Л. Основные пищевые и лекарственные растительные ресурсы лесов Средней Сибири / Шевелев С.Л., Невзоров В.Н. // Красноярск: Красноярский ГАУ, 2017. - 174 с.
2. Пат. ПМ 167976 Российская Федерация, МПК F24B1/02 (2006.01) Тепловой агрегат для сушки / В.Н. Невзоров, В.А. Самойлов, А.И. Ярум, В.Н. Тепляшин; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ». - № 2016123272; заявл. 10.06.2016; опубл. 13.01.2017 Бюл. № 2.

ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАРХУНА В ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ

Манькова А.И., Семенова Д.И.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Присухина Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия.

Специя тархун с латинского *Artemisia dracunculus* переводится как драконовая полынь, и является самой лимонадной специей семейства Астровых [1].

В статье рассматривается подробно использование тархуна в кулинарных изделиях: как добавку в пищу, состав и его полезные свойства.

Драконовая трава относится к роду полыни, но не содержит горечи. Эстрагоновой полынью назвали потому, что корень внешне напоминает ужа [2].

Молодые стебли и листья тархуна (эстрагона) в свежем или сушеном виде используют в качестве добавки к пище. Эстрагон на вкус чуть острый и освежающий с запахом пряного аниса и мяты. Специя тархун очень популярна в Европе, Азии, Арабских странах, Северной Америке и на Кавказе.[1]

Драконья трава используется в различных кухнях, раскрывая вкусовые нотки в блюдах из растительных и мясных продуктов, в холодных и горячих закусках, в салатах, добавляется в соусы, маринады, выпечку, десерты. Часто тархун используют для напитков.

Тархун можно мариновать, запекать, варить, жарить, настаивать и заваривать, при любой термической обработке он не теряет своего оригинального вкуса. Также можно использовать в начинках, фаршах и при изготовлении сыров. Тархун можно, не боясь, использовать с морепродуктами, он очень хорош с сельдью.[2]

Тархун универсальная специя: ее можно использовать в свежем, замороженном и сушеном виде.[3]

Целью научной работы является изучение возможности использования тархуна в кондитерских изделиях.

Чтобы осуществить эту цель, было решено приготовить кексы с добавкой в виде тархуна и клюквы. Кексы с клюковой и тархуном, очень необычное сочетание ингредиентов, которое придает особый вкус выпечке.

В рецептуру кекса входят следующие ингредиенты: мука - 320 г, растительное масло - 120 г, сметана - 50 г, сахар - 50 г, яйцо - 4 шт., разрыхлитель - 5 г, соль - 4 г, сушеная клюква - 100 г, тархун - 50-60 г.

Перед приготовлением кексов, нужно замочить клюву на 10 минут теплой водой, далее порезать мелко тархун. В чашке перемешать растительное масло и сахар, после чего добавить яйца и тоже перемешать. Затем добавить сметану, разрыхлитель и муку, все это тщательно перемешать. После этого в тесто добавить клюву и тархун. Кексы выпекать в духовке 40-50 минут при температуре 180 градусов.

Выпечка получилась пряной по вкусу и с легким лимонным ароматом. Химический состав тархуна представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Химический состав на 100г тархуна

Питательная ценность		Витаминный состав		Макроэлементы		Микроэлементы	
Калорийность	295 кКал	Ретинол (А)	0,22мг	Калий (K)	3019мг	Железо (Fe)	32,31
Белки	22,57г	Аскорбиновая кислота (C)	48мг	Кальций (Ca)	1136	Марганец (Mn)	7,98
Жиры	7,25г	Тиамин (B1)	0,26мг	Магний (Mg)	345	Медь (Cu)	0,67
Углеводы	49,87г	Рибофлавин (B2)	1,37мг	Фосфор (P)	311	Селен (Se)	0,0044
Витамины		Пиридоксин (B6)	2,44мг	Натрий (Na)	63	Цинк (Zn)	3,91
		Никотиновая кислота (PP)	8,96мг				

В корнях, стеблях и листьях травы содержатся алкалоиды, каротин, флавоноиды и кумарины. Кроме этого, своеобразный аромат и особенность этого растения заключается в большом количестве эфирного масла(0,1- 0,4 % на сырую массу или 0,25-0,8 % на сухую массу).

Благодаря своему составу тархун с успехом используется в качестве лекарственного растения в народной медицине многих стран мира. Он усиливает потенцию и аппетит, снимает нервное напряжение, борется с бессонницей, Он тонизирует и укрепляет организм, улучшает регенерацию тканей, стабилизирует нервную систему, нормализует состояние органов пищеварения, стимулирует иммунитет, оказывает улучшение на потенцию и нормализует менструальный цикл, а также борется с бессонницей. Кроме того, тархун используется для витаминизации корма для сельскохозяйственных животных.[1]

Трава тархун или драконья трава применяется как приправа для разных кулинарных блюд, и также для лечебных целей, а еще с ней заваривают вкусный чай. Одним она известна под названием «эстрагон», другим она ассоциируется исключительно с газированным напитком. Полезных свойств для организма человека тархун имеет множество: улучшает пищеварение, укрепляет иммунитет, помогает выводить вредные вещества и питает необходимыми минералами.

Тархун можно использовать как добавку в кондитерские изделия повышающую пищевую ценность и улучшающую органолептические свойства продукта.

Кексы с тархуном и клюквой обладают приятным вкусом и ароматом и повышенной пищевой ценностью.

Список литературы:

1. Соколов С.Я. Современные книги по травам /Соколов С.Я, Замотаев И.П. «Справочник по лекарственным растениям»
2. Елена Хомич «Хиты советской кухни. По ГОСТу и не только» / Хомич Е.
3. Тамар Адлер «Еда без правил. Простые принципы хорошей кухни» / Адлер Т.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СУБЛИМИРОВАННЫХ ФОРМ ПОРОШКА МОРКОВИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Масягина Р.Д.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Типсина Н.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Морковь - очень полезна для организма, она обладает лечебными свойствами. Это объясняется ее богатым составом. Морковь содержит витамины группы В, РР, С, К, Е, в ней присутствует каротин - вещество, которое в организме человека превращается в витамин группы А. Морковь содержит 1,3% белков, 7 % углеводов. Немало в моркови минеральных веществ, необходимых для организма человека: магния, железа, фосфора, магния, кобальта, меди, йода, цинка, хрома, никеля, фтора и др. В моркови содержится эфирные масла, которые обуславливают её своеобразный запах.[1]

Морковь содержит бета-каротин, который улучшает работу легких. Бета-каротин является предшественником витамина А. Попадая в организм человека, каротин превращается в витамин А, который наиболее полезен для молодых женщин. Также целительные свойства моркови связаны с укреплением сетчатки

глаза. Людям,
страдающим близорукостью, конъюнктивитами, блефаритами,
ночной слепотой
и быстрой утомляемостью,
употребление этого
продукта в пищу
весьма желательно.

Полезные свойства
морковки используют
в питании человека. Сырая морковь
укрепляет десны, способствует
росту молодого
организма, поэтому так
полезна детям. Витамин А
улучшает зрение, поддерживает
в хорошем состоянии
кожу и слизистые
оболочки. Блюда
из моркови и морковный сок
используется в лечебном
питании при
гипо- и авитаминозе А,
заболеваниях печени,
сердечно-сосудистой системы,
почек, желудка. малокровии,
полиартрите, нарушениях
минерального обмена.

Морковь
широко используют

в рациональном и диетическом питании. По данным Научно-исследовательского института питания, годовая потребность свежей моркови на душу населения составляет 11-15,5 кг в зависимости от региона выращивания. В корнеплодах содержится 86-87% воды, 13-14 сухого вещества, 8-12 углеводов, в том числе 6-9 сахаров, 1,5-6 крахмала, 1-2,2 белка, 0,2-0,3 жира, 1-1,1 клетчатки, 0,6-1,7% золы.

Количество

пектиновых веществ

в корнеплодах колеблется

от 0,37 до 2,93% в

сыром веществе. [2]

Корнеплоды являются

богатым источником

необходимых для

организма минеральных

солей, содержащих 200-282 мг

калия, 35-50 кальция, 40 марганца, 21 магния, 45 натрия, 31-50 фосфора, 0,7 железа, 3,8 мг

йод [1]

Технология приготовления

порошка из моркови.

Порошок

моркови оказывает

противовоспалительное, желчегонное,

легкое слабительное

действие, нормализует

пищеварение, укрепляет

волосы, ногти

и остроту зрения,

снижает уровень

холестерина в крови,

улучшает обмен веществ,

повышает иммунитет. В 100 г

моркови содержится до 88 % воды, 1,2 г

белков, 0,1 г

жиров и достаточно

много углеводов - до 10 г.

Кроме

того, в составе

моркови присутствуют

пектины, пищевые

волокна и органические

кислоты. Витамины в

моркови представлены

достаточно широко,

но витамин А, который

у большинства из нас

ассоциируется с

этим

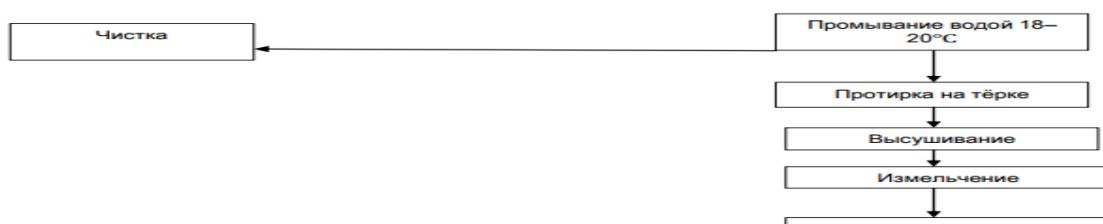
корнеплодом, занимает

лишь второе

место, а на первом находится

инозитол (витамин В8) – целых 29 мг. Бета-каротина (провитамина А) в моркови гораздо меньше – всего 9 мг (хотя есть сорта, дающие до 30 мг на 100 г сырой массы). Каротин – это жёлто-оранжевый растительный пигмент, существующий в четырёх формах. Самый полезный из них – бета-каротин, который является антиоксидантом, замедляет процесс преждевременного старения, понижает риск заболеваний сердечно-сосудистой системы и катаракты. Бета-каротин чрезвычайно важен для работы сетчатки, поэтому его особенно советуют употреблять людям, работа которых связана с большими нагрузками на зрение (водители, пользователи компьютеров и т.п.).

[3]



приготовления порошка
из моркови

Морковь тщательно вымыть, очистить. Натереть на крупной овощной тёрке и разложить тонким слоем на противне, покрытом плотной белой бумагой. Подвялить при температуре 60°C. Для этого поместить противень над газовой плиткой на металлических треножниках высотой 20-30 см. Когда стружка подвялится сушку продолжить в духовке при 70-80°C.

Технология
приготовление морковно-творожной запеканки.

Помытую очищенную
сырую морковь натереть на
крупной

тёрке

из расчета 1-2 средних моркови
на 400 г. среднежирного
творога. Все
тщательно размешивать с
двумя яйцами,
посолить, добавить
одну чайную
ложку мёда, 100 г. изюма,
затем перемешать
с тертой морковью,
добавить ванилин,
добавить подсластители
натуральный типа
стевия и присыпать
по верху всю
массу манной
крупой. После перемешать
массы, добавить
одну чайную
ложку разрыхлителя
в тесто и еще
раз перемешать. Всю
массу выложить
на глубокий противень, смазанный
растительным маслом
и поставить в духовку
до 180°С. Морковно-творожную
запеканку выпекать до образования
золотистой корочки.

В
 дальнейшем при
подачи морковного
творожника на стол
можно украсить
его ломтиками
киви и банана,
а также смазать его
муссом из ягод
брусники, сметаны,
разведенной с желатином,
ягод и подсластителя

Наряду с хлебобулочными
изделиями и запеканками, морковь
активно использовалась
в киселях. Предлагаю
вам использование
сибирского морковного
киселя. Помытая и
на терке мелко порезанная
морковь раскладывается
на противень и томится
при темпере 120°С

в

духовом шкафу. Остывшую
после томления
морковь засыпать
из расчёта 50 г. подсушенной
моркови на 1,5 литра
воды. В эту
же воду добавить 100 г
овсяных хлопьев
и варить на среднем
огне 40 мин. Затем
через дуршлаг
слить получившуюся
кисельную массу
через дуршлаг
и еще раз
поставить на печь, добавив
ягоды клюквы,
шесть столовых ложки
меда и подсластитель. Через 30 мин
кисель готов. Такой
кисель не только
легко устраняет жажду,
но и очищает сосуды,
питает мышцы
сердца, выводит
радионуклиды из организма
человека. [4]

Используется

для изготовления соков и пюре для детского питания для людей, страдающих диабетом, добавление в хлебобулочные продукты, запеканки и салаты широко используется в кафе и столовых, компоты и кисели, которые в перспективе могут занять место в диетических столовых.

Таким образом, применение порошка моркови и её сублимированных форм в хлебопекарном производстве весьма перспективно для использования в детском и диетическом питании в сети учреждения общественного питания.

Список литературы:

1. Типсина Н.Н., Струпан Е.А., Полякова Т.В. Производство мучных кондитерских изделий: учеб. пособие / Краснояр. гос. аграр. ун-т. - Красноярск, 2007. - 135 с.
2. Типсина Н.Н. Новые виды хлебобулочных и кондитерских изделий с использованием нетрадиционного сырья / Краснояр. гос. аграр. ун-т. - Красноярск, 2009. - 168 с.
3. Типсина Н.Н., Полякова Т.В. Детское и диетическое питание: учеб. пособие /Краснояр. гос. аграр. ун-т. -Красноярск, 2007. - 96 с.
4. Типсина Н.Н. Мучные изделия: учеб. пособие/ Краснояр. гос.аграр. ун-т. - Красноярск, 2007. - 172 с.

ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ ВИШНИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ГРИЛЬЯЖНЫХ КОНФЕТ

Михалкина Т. С.

**Научные руководители: к.т.н., доцент Непомнящих Е. Н., к.т.н., доцент Присухина Н.В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Питание и здоровый образ жизни являются главными составляющими для удовлетворения физиологических потребностей организма.

Воздействие на человеческий организм веществ, содержащихся в продуктах растительного происхождения, и создание на их основе продуктов ежедневного потребления становится предметом многочисленных исследований [1].

Население становится все более заинтересованным поддержание здоровья без медицинского вмешательства. В любом возрасте людям хочется быть работоспособным и в хорошей форме. Идеальным вариантом призваны и могут стать продукты функционального питания, которые должны либо служить сохранению здоровья, либо его восстановлению.

Плоды, ягоды, травянистые растения используют для производства нутрицевтиков.

Эти растительные вещества участвуют в жизненно важных биохимических процессах, протекающих в организме и обеспечивающих ему нормальную жизнедеятельность. Группы этих веществ чрезвычайно различны по своему химическому составу. Они встречаются в малых количествах, но оказывают фармакологическое воздействие. К оздоровительным эффектам вторичных растительных веществ относятся такие воздействия как антиканцерогенные, антиоксидантные, противовоспалительные и регулирующее артериальное давление [2].

В данном исследовании для повышения пищевой ценности предлагается вводить в рецептуру грильяжных конфет в качестве добавки измельченной вишни взамен орехов, что позволит снизить калорийность изделия и повысить минеральную и витаминную ценность. Изделия с добавлением данного нетрадиционного сырья предлагаются в дальнейшем для внедрения в производство продуктов для функционального питания.

Целью исследования является изучение возможности применения плодов вишни в производстве грильяжных конфет.

В плодах вишни содержится достаточное количество органических кислот, например лимонная, яблочная, хинная, янтарная и салициловая, поэтому вишня имеет кисло-сладкий вкус.

При заморозке или термической обработке часть полезных веществ теряется, например, витамины В1, В2, С.[3].

Химический состав вишни приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Химический состав вишни [4]

Витамины		Макроэлементы	
1	2	3	4
Витамин РР	0,4 мг	Кальций	37 мг
Бета-каротин	0,01 мг	Магний	26 мг
Витамин А (РЭ)	17 мкг	Натрий	20 мг
Витамин В1 (тиамин)	0,03 мг	Калий	256 мг
Витамин В2 (рибофлавин)	0,03 мг	Фосфор	30 мг
Витамин В5 (пантотеновая кислота)	0,08 мг	Хлор	8 мг
Витамин В6 (пиридоксин)	0,05 мг	Сера	6 мг
Витамин В9 (фолиевая кислота)	6 мкг	Микроэлементы	
Витамин С	15 мг	Железо	0,5 мг
Витамин Е (ТЭ)	0,3 мг	Цинк	0,3 мг
Витамин РР (Ниациновый эквивалент)	0,05 мг	Йод	2 мкг
Витамин Н (биотин)	0,4 мкг	Медь	100 мкг
Белки	0,8 г	Марганец	0,08 мг
Жиры	0,2 г	Хром	7 мкг
Углеводы	10,6 г	Фтор	13 мкг
Пищевые волокна	1,8 г	Молибден	10 мкг
Крахмал	84,4 г	Бор	125 мкг
Зола	0,1 г	Ванадий	25 мкг
Органические кислоты	0,6 г	Кобальт	1 мкг
Моно- и дисахариды	1,6 г	Никель	15 мкг
	10,5 г	Рубидий	77 мкг

Перед применением ягода вишни проходит первичную обработку. При приемке она проходит инспектирование, сортируется, затем промывается водой, после чего проходит отчистку и по транспортёру поступает на измельчение и в дальнейшем подвергается сушке при температуре 40 – 50 °С и В 10 – 15%.

Для разработки рецептуры конфет на основе сушеної вишни за контрольный образец брали унифицированную рецептуру «Грильяж ореховый».

Рецептура разработанного грильяжа представлена в таблице 2.

Для приготовления лабораторных образцов конфет необходимо произвести пересчет унифицированной рецептуры на рабочую. Для проведения эксперимента предлагается заменить орехи на вишню 5, 10, 15 и 20 % к массе ореха.

Таблица 2 – Рецептура конфет с заменой орехов 20% вишни

Сырье	Содержание сухих веществ, %	Расход сырья на 1т готовой продукции		Расход сырья на загрузку, г	
		В натуре	В СВ	В натуре	В СВ
Сахар – песок	99,85	546,45	545,63	54,65	54,563
Патока	78,00	273,23	213,12	27,323	21,312
Ядро фундука подсущенное	96,00	218,58	209,84	22,28	21,392
Ванилин	-	0,22	-	0,022	-
Вишня	90,0	54,65	49,2	5,04	4,92
Итого	-	1093,1	1021	109,31	102,1
Выход	97,00	1000,0	970	100,0	97,0

Количество воды на приготовление грильяжных конфет во всех рецептурах будет одинаково и берется 25% от массы сахара (24,6 мл).

Технология производства грильяжных конфет [5] традиционная, только орехи заменялись частью сушеної вишни. Полученные конфеты оценивали по органолептическим и физико-химическим показателям качества.

На рисунках 1,2 представлен внешний вид полученных образцов



Рисунок 1 – Контрольный образец готовых конфет



Рисунок 2 – Образец конфет с добавлением 20% измельченной вишни

Форма конфет может быть разная, соответствует данному наименованию. Поверхность не деформированная, сухая. Цвет однородный, без вкраплений, консистенция изделий твердая. Вкус и запах с ясно выраженным вкусом вишни. Физико-химические показатели соответствуют требованиям стандарта.

Пищевую ценность определяли расчетным путем (табл. 3).

Таблица 3 – Пищевая ценность изделий

Вещества	Пищевая ценность контрольного образца	Пищевая ценность образца с вишней	Вещества	Пищевая ценность контрольного образца	Пищевая ценность образца с вишней

Белки, г	1,501	1,581	Фосфор, P, мг	0,0	374
Жиры, г	6,111	6,131	Кальций, Ca, мг	344	188
Углеводы, г	64,2	64,1	Железо, Fe, мг	4,32	4,82
Витамин А, РЭ, мкг	1	18,0	Марганец, Mn	6,204	6,284
Витамин В ₁ , мг	0,61	0,64	Медь, Cu, мкг	1,7	101,7
Витамин В ₂ , мг	0,2	0,23	Цинк, Zn, мг	2,51	2,81
Витамин В ₃ , мг	1,8	1,8	Фтор, F, мкг	-	0,65
Витамин В ₄ , мг	45,6	45,6	Рубидий, Rb, мкг	-	3,85
Витамин В ₅ , мг	0,9	0,98	Никель, Ni, мкг	-	0,75
Витамин В ₆ , мг	0,6	0,65	Кобальт, Co, мкг	-	0,05
Витамин В ₉ , мкг	113,0	119	Ванадий, V, мкг	-	1,25
Витамин С	6,3	21,3	Бор, B, мкг	-	6,25
Витамин Е	15	15,3	Молибден, Mo, мкг	-	0,5
Витамин РР	0,43	0,93	Хром, Cr,	-	0,35
Калий, K, мг	859	1115	Йод, I, мкг	-	0,1
Магний, Mg, мг	188	214	Сера, S, мг	-	0,3
Натрий, Na, мг	90	110			

В ходе проведенных исследований установлено положительное влияние на качество готовых изделий. Наилучшие показатели достигнуты при внесении 20 % сушеної измельченной вишни к массе орехов. С увеличением количества вишни, усиливался вкус и запах плодов, появилась темная бордовая окраска. Также было отмечено повышение пищевой ценности изделий с добавкой по сравнению с контрольным образцом. Главным образом это достигается за счет увеличения количества витаминов и микроэлементов, что позволяет рекомендовать изделия с добавлением измельченной вишни для производства продуктов для функционального питания.

Литература:

1. Типсина Н.Н. [Новые изделия функционального назначения](#) / Типсина Н.Н., Присухина Н.В. // [Вестник Красноярского государственного аграрного университета](#). - № 4. - 2015. - . С. 62-66.
- Присухина Н.В. [Овощные порошки в качестве функциональных ингредиентов в мучных кондитерских изделиях](#) / мат-лы XIV межд. науч.-практ. конф. [Наука и образование: опыт, проблемы, перспективы развития](#). Красноярск: КрасГАУ. - 2015. - С. 108-111.
2. Вишня обыкновенная - Prunuscerasus / Cerasusvulgaris [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.pro-rasteniya.ru/yagodnie-kulturi/vishnya-obiknovennaya-ili-sadovaya-prunus-cerasus-cerasus-vulgaris>, свободный.-Загл. с экрана.
3. Вишня [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.webfazenda.ru/cherry.html>, свободный.-Загл. с экрана.
4. Типсина, Н.Н. Технология кондитерского производства: лабор. практикум / Н.Н. Типсина, Н.В. Присухина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. - 170 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОРОШКА ЧЕСНОКА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ХЛЕБА

Пьянкова А. С.

*Научные руководители: ст. преподаватель Непомнящих Е. Н., к.т.н., доцент Присухина Н.В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Правильное здоровое питание — это полноценное сбалансированное питание, обеспечивающее нормальное развитие и жизнедеятельность, здоровый рост и укрепление здоровья.

Соблюдение правил здорового питания в сочетании с регулярными физическими упражнениями сокращает риск хронических заболеваний и расстройств, таких как [ожирение](#), [сердечно-сосудистые заболевания](#), [диабет](#), [повышенное давление](#) и [рак](#).

Главный принцип здорового питания – сбалансированность. Начиная с элементарного соотношения потребляемых калорий и двигательной активности и заканчивая разумным балансом продуктов из разных групп.

[Хлебом](#) можно заменить полноценный прием пищи. В любом мучном изделии содержатся необходимые организму составляющие, способные утолить голод и дать энергию.

Популярный чесночный хлеб готовится из разного вида сырья. Невероятный привкус [чеснока](#) и его аромат получают, добавляя измельченный чеснок прямо в тесто будущего хлеба.

Чесночный хлеб достаточно калориен, как и все хлебобулочные изделия. Польза этого продукта для организма очевидна, в нем содержится [клетчатка](#), полезные [углеводы](#), многие необходимые [аминокислоты](#). Он способен регулировать деятельность желудочно-кишечного тракта, влиять на желчегонные процессы в организме, печень, уровень [холестерина](#). [Лизин](#) из хлебобулочных изделий отлично влияет на состояние и здоровье кожи, улучшает кроветворение и метаболизм. Черный хлеб также способствует выведению из организма шлаков, токсинов и продуктов распада.

В данном исследовании для повышения биологической и пищевой ценности предлагается вводить в рецептуру хлеба в качестве добавки порошка из чеснока в пшеничную муку, повысить минеральную и витаминную ценность. Изделия с добавлением данного нетрадиционного сырья предлагаются в дальнейшем для внедрения в производство продуктов для функционального питания.

Цель исследования состоит в изучении возможности использования порошка из чеснока в функциональных продуктах питания, разработке научных и практических основ производства и расширения ассортимента мучных хлебобулочных изделий повышенной пищевой ценности.

Вкус чеснока резкий и оригинальный, что обусловлено наличием в нем большого количества эфирных масел. Данное растение обогащено различными микроэлементами. Этот овощ важный продукт для работы организма в целом. В растение присутствуют почти все полезные элементы группы «В», какие играют немалую роль в клеточном метаболизме.

Данное исследование проводилось в лаборатории кафедры ТХК и МП путем пробных выпечек, для чего были разработаны рецептуры и выполнено инструментальное и сенсорное исследования полученных образцов. На основе полученных данных сделаны выводы о влиянии порошка из чеснока на качество и пищевую ценность хлеба [1].

Задачи исследования: получение порошка из чеснока и его исследование, установление оптимального варианта исследования, расчет рецептур, разработка технологии приготовления изделий по вариантам, анализ готовых изделий, расчет пищевой ценности [2].

Прежде чем приступить к получению порошка из чеснока, он проходит первичную обработку. Чеснок режется на слайсы, толщиной 1–2 мм, поперек или вдоль роли не играет. Сушится чеснок в сушилке при температуре 35–40°C до готовности. Он должен стать сухим и ломким. Хлопья измельчают в мельнице. Хранить чесночный порошок необходимо в стеклянной банке и герметичной крышкой. Для получения тонкодисперсного порошка его необходимо просеять через мелкое сито.

Рецептуры рассчитывались на базе унифицированной рецептуры хлеба «Украинский» по вариантам, приведенным в таблице 1.

Таблица 1 – Варианты исследований

Порошок чеснока	Контрольный	1	2	3	4
Дозировка, % к общей массе муки	0	5	10	15	20

Таблица 2 – Рецептура хлеба «Украинский новый» (контрольный образец) на 100 г.

Наименование сырья	Масса сырья (т, г)	Влажность сырья (W, %)	Сухие вещества	
			%	г
Мука ржаная обдирная	60	14,5	85,5	51,3
Мука пшеничная II сорта	40	14,5	85,5	34,2
Дрожжи	5	75	25	1,25
КМК3	26	70	30	7,8

Соль	1,5	3	97	1,4
Итого	132,5			95,95
Выход	210			

Таблица 3 – Рецептура для хлеба «Украинский новый» с добавлением чеснока 5%, 10%, 15%, 20% к общей массе муки

Сырье и полуфабрикаты, г	Расход сырья по стадиям процесса			
	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
	Тесто	Тесто	Тесто	Тесто
Мука ржаная обдирная	51,3	51,3	51,3	51,3
Мука пшеничная II сорта	34,2	34,2	34,2	34,2
Дрожжи	1,25	1,25	1,25	1,25
КМКЗ	7,8	7,8	7,8	7,8
Соль	1,4	1,4	1,4	1,4
Чеснок	1,765	3,53	5,3	7
Вода	51,4	53	54,5	55,9
Выход	222,75	235,25	248	260,5

В технологическом процессе приготовления теста для хлеба можно выделить 7 этапов: (приготовление закваски; замес; предварительная расстойка; обминка; формовка и разделка; окончательная расстойка; выпекание.)

Закваска – первый этап в приготовлении теста. Изготовление закваски для хлеба начинается со смешивания воды с мукой, что запускает процесс брожения, в результате которого образуются бактерии, питающиеся содержащимися в муке природными сахарами и выделяющими углекислый газ и молочную кислоту. При замесе теста мука смешивается с закваской, дрожжами и солью. Далее тесто ставится на предварительную расстойку в растоечный шкаф. Через 30-40 минут проводят обминку (тесто складывается в два или более слоев, с целью равномерного распределения температуры теста и дрожжей, а также придание ему эластичности). После обминки продолжается процесс расстойки. После предварительной расстойки тесто разделяется на нужные куски, которым потом придается нужная форма и отправляется на окончательную расстойку, чтобы восстановиться после формования. Расстоявшиеся заготовки выпекают в течение 35-50 минут в зависимости от веса.

Охлажденные выпеченные изделия анализировали по органолептическим (табл. 4) и физико-химическим показателям [3].

На рисунках 1,2 приведены фото внешнего вида хлеба контрольного и образцов с порошком из чеснока.



Рисунок 1 –Внешний вид хлеба (контрольный)



Рисунок 2-Внешний вид хлеба (оптимальный)

Таблица 4 – Влияние порошка чеснока на органолептические и физико-химические показатели хлеба

Показатели качества	Варианты исследований				
	Контрольный	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
Органолептические показатели					
Запах	Свойственный данному наименованию	Свойственный, с заметным запахом чеснока	Свойственный, с ярко-выраженным запахом чеснока	Свойственный, сильным запахом чеснока	
Окраска	Темно-коричневая			Темно-коричневая	
Форма	Соответствует				

Вкус	Свойственный данному наименованию	Свойственный, с привкусом чеснока	Свойственный, со вкусом чеснока	Свойственный, с сильным вкусом чеснока
------	---	---	------------------------------------	---

Органолептические свойства изделия меняется с увеличением количества порошка из чеснока. Уже при внесении 10 % появляется выраженный запах чеснока, что негативно воздействует на качество продукта. Оптимальным вариантом принимается 1, с добавлением к общей массе муки 5 % порошка чеснока, так как хлеб не имеет едкого запаха чеснока, а только легкий приятный привкус.

Расчет пищевой ценности показал, что в хлебе с порошком из чеснока увеличивается содержание витаминов группы В на 20%, РР на 5%; увеличивается количество минеральных веществ: К в 2 раза, Са на 10%, Mg на 8%, Na на 4%, Ph 30% и Fe на 15%.

Литература:

- Пути обогащении хлебобулочных изделий и сохранении их качества. [Электронный ресурс] - Режим доступа : <https://knigi.link/prodovolstvennyih-produktov-tehnologiya.html>, свободный.-Загл. с экрана
- Химический состав и пищевая ценность чеснока. [Электронный ресурс] - Режим доступа :<http://safeyourhealth.ru/chesnok-polza-i-vred/>, свободный.- Загл. с экрана.
- Типсина, Н.Н. Технические регламенты для производства хлебобулочных изделий / Н.Н. Типсина, Т.В. Варфоломеева, Г.К. Селезнева; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – 87 с.
- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс] - Режим доступа: <docs.cntd.ru/messages/contacts>, свободный.- Загл. с экрана.

ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПЮРЕ ИЗ ТЫКВЫ

Разареных Ю.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Непомнящих Е.Н., к.т.н., доцент Присухина Н.В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Стремление к здоровью и здоровый образ жизни заботили и продолжают заботить людей. Физические упражнения, прогулки на свежем воздухе, закаливание – все это необходимо и здорово, но нужно начать с главного - с питания, которое удовлетворяет наши физиологические, социальные и эмоциональные нужды. Ведь современная медицина считает, что более чем на 50% состояние нашего здоровья зависит от питания [1,4].

Сегодня питание россиян во многом не отвечает требованиям, предъявляемым к здоровому питанию. В концепции здорового питания прослеживается приоритетная тенденция к увеличению потребления населением растительной пищи, богатой ценными питательными веществами.

В связи с этим возникла необходимость в обогащении массовых продуктов питания пищевыми компонентами: витаминами, пищевыми волокнами, антиоксидантами, биофлавоноидами.

Одним из перспективных видов нетрадиционного сырья для повышения пищевой и биологической ценности хлебобулочных изделий являются овощные и фруктовые порошки и пюре [1,4].

В работе проведены исследования по использованию в качестве обогатителя для батонов пюре из тыквы.

Плоды тыквы — ценнейший продукт питания. Они содержат калий, кальций, натрий, магний, железо, фосфор, серу. В бахчевых культурах также имеется витамин С, каротин, тиамин, рибофлавин. Из минеральных элементов тыква больше всего накапливает калий, железо, кальций, фосфор.

По содержанию целебных веществ тыква превосходит многие другие овощи. В ней имеются сахара, каротин, витамины С, В1, В2, В5, В6, Е, РР и такой редкий витамин Т, способствующий ускорению обменных процессов в организме, витамин К, необходимый для свертывания крови, жиры, белки, углеводы, целлюлоза, пектиновые вещества, минералы, в том числе калий, кальций, железо [2].

Исследования проводились в лаборатории кафедры ТХК и МП путем пробных выпечек, для чего были разработаны рецептуры, и выполнены исследования полученных образцов.

Изделия с добавлением данного нетрадиционного сырья предлагаются в дальнейшем для внедрения в производство продуктов для функционального питания.

Объектами исследования являлись батоны Подмосковные с добавлением свежего тыквенного пюре.

Задачи исследования: приготовление пюре из тыквы и анализ его, определение вариантов исследования, разработка рецептур для приготовления изделий по вариантам, анализ готовых изделий, расчет пищевой ценности.

Пюре готовили в лабораторных условиях. Последовательность операций: сортировка, мойка, очистка, приготовление пюре, путем его измельчения с помощью блендера.

Пюре добавляли в замес теста, заменяя им часть муки.

В таблице 1, 2 приведены рецептуры контрольного образца батона и образца с пюре тыквы получившим высшую оценку по качеству.

Таблица 1 – Рецептура батона подмосковный (контрольный образец) на 200 г муки

Компонент теста	Масса, г. На 200 г муки	Влажность, %	Сухие вещества		Расход сырья на 1 т готовой продукции, кг
			%	кг	
Мука	200,0	14,5	85,5	171	658
Дрожжи	3	75,0	25,0	0,75	9,87
Соль	3	3,0	97,0	2,91	9,87
Сахар-песок	8	0,15	99,85	7,99	26,32
Маргарин	6	16,5	83,5	5,01	19,74
Итого	220	109,15	390,85	186,66	723,8
Выход	303,6	150,6	539,4	257,6	1000

Для приготовления лабораторных образцов батонов необходимо произвести пересчет унифицированной рецептуры на рабочую. Для проведения эксперимента предлагается добавлять в тесто 20%, 30%, 40% и 50% пюре тыквы к массе муки.

Таблица 2 - Рецептура батона подмосковного с добавлением 50% тыквы

Компонент теста	Масса, г. На 200 г муки	Влажность, %	Сухие вещества		Расход сырья на 1 т готовой продукции, кг
			%	кг	
Мука	200,0	14,5	85,5	171	452
Дрожжи	3	75,0	25,0	0,75	6,78
Соль	3	3,0	97,0	2,91	6,78
Сахар-песок	8	0,15	99,85	7,99	18,08
Маргарин	6	16,5	83,5	5,01	13,36
Тыква	100,0	87,9	12,1	12,1	226
Итого	320	197,05	402,95	22,59	723,42
Выход	441,6	271,9	556,02	31,17	1000,0

В производстве хлебобулочных изделий приготовление теста является одной из важнейших операций. Существуют традиционные способы приготовления пшеничного теста: опарный и безопарный, отличающиеся длительностью процесса брожения теста и ускоренные способы.

Все ингредиенты подаются в тестомесильную машину, где производится замес теста.

Тесто замешивается из муки, дрожжевой суспензии, раствора соли, раствора сахара, маргарина и воды. Продолжительность замеса теста 7-10 минут. Брожение теста происходит в расстойном шкафу при температуре 35-40° С и составляет 60-90 мин.

Тесто вручную делиться на куски массой 200 г, формуют и укладывают на предварительно смазанный маслом лист. Противень с заготовками помещают в шкаф для расстойки. Продолжительность расстойки 50...60 мин при температуре 35-40° С.

После завершения окончательной расстойки, тестовые заготовки надрезаются ножом сверху, отправляются в печь. Выпечку проводят в увлажненной камере при температуре 180...200° С в течение 21...23 мин.

После охлаждения готовые изделия анализировали по показателям качества. На рисунках 1 и 2 представлены, образцы батонов в разрезе.



Рисунок 1 – Контрольный вариант батона подмосковный



Рисунок 2 – Экспериментальный образец батона подмосковный, с добавлением 50% пюре из тыквы

Пюре из тыквы, добавленное в тесто, придает своеобразный тыквенно-сладкий аромат батону, улучшает вкус изделий и придает красивую оранжевую окраску мякишу. Лучшим признается вариант с добавлением 50% пюре к массе муки, т.к. этот вариант наиболее вкусный. Пористость батона остается в пределах нормы. Немного уменьшился объем хлеба, поэтому дальнейшее увеличение количества вводимой добавки негативно воздействует на качество продукта.

В таблице 3 приведены показатели качества полученных изделий.

Таблица 3– Влияние пюре из тыквы на органолептические и физико-химические показатели батона подмосковного

Показатели качества	Варианты исследований								
	Контрольный	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4				
Органолептические показатели									
Поверхность	Гладкая								
Окраска	Светло-коричневая								
Форма	Соответствующая сорту, без выплыпов и притисков								
Цвет мякиша	Белый	Светло-оранжевый		Оранжевый					
Состояние мякиша	Сухой на ощупь, не заминающийся								
Состояние пористости	Равномерная, тонкостенная								
Запах	Свойственный хлебным изделиям			С легким сладко-овощным					
Вкус	Свойственный хлебным изделиям			Легкий привкус тыквы	Сладковатый с приятным тыквенным привкусом				
Физико-химические показатели									
Кислотность	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3				

Добавление пюре из тыквы в батоны позволит расширить ассортимент хлебобулочных изделий, улучшить вкус, аромат. В батоне увеличивается содержание пищевых волокон, минеральных веществ, витаминов.

Список литературы:

1. Присухина Н.В. [Разработка хлебобулочных изделий с пюре моркови](#) / Присухина Н.В., Бабаева К.А., Черепанов Ю.С., Дидур М.А. // [Вестник Красноярского государственного аграрного университета](#). - 2017. - № 10(133). - С. 67-73.
2. Калорийность продукта. Химический состав и пищевая ценность. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://health-diet.ru/base_of_food/sostav/21234.php, свободный.- Загл. с экрана.
3. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [Электронный ресурс] - Режим доступа: docs.cntd.ru/messages/contacts, свободный.- Загл. с экрана.
4. Типсина Н.Н. [Использование пюре из тыквы в пищевой промышленности](#) / Типсина Н.Н., Селезнева Г.К. // [Вестник КрасГАУ](#). - 2013. - № 12. - С. 242-247.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛАВАНДЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

Ларькина А.В., Сазонова А.В.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Присухина Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Кондитерские изделия (сладости)- это высококалорийные и легко усваиваемые пищевые продукты и блюда, отличающиеся большим содержанием сахара, с особым ароматом и вкусом. В состав, которых могут входить различные фрукты, ягоды, орехи, а также лепестки и бутоны цветковых растений.

Целью исследовательской работы является: разработать рецептуру кондитерского изделия, а именно торта «Лаванда», с добавлением порошка лаванды.

Задачи исследования:

1. определение точной дозировки порошка из цветков лаванды для внесения рецептуру кондитерского изделия,
2. Определение органолептических показателей готовой продукции.

Лаванду в кондитерском искусстве и кулинарии разных стран начали использовать относительно недавно. Для пищевых целей в кулинарии используют лаванду «узколистную».

Данное растение обладает очень специфическими вкусовыми качествами, а именно горечью и вяжущими свойствами. При пережёвывании сушёных цветков ощущается «перечность», а вскоре и легкая жгучесть, так проявляет себя эфирное масло лаванды [1]. Запах растения отличается от вкусовых его качеств, он более резкий и насыщен пряным ароматом. Поэтому для придания

кондитерскому изделию легкий, приятный запах лаванды, нужно небольшое количество цветков растения прогреть в соответствующем ингредиенте не продолжительное время, а после чего извлечь их.

Свежие и сушеные цветы лаванды содержат эфирное масло (0,5-1%). Самое высокое содержание эфирных масел в них присутствует в полном цветении. В эфирах содержатся танины (около 10%), линилалацетат (30-60%), сложные эфиры линила, ацетат бора и др. [2]. Благодаря своему составу, эфир лаванды благотворно влияет на центральную нервную систему человека, на его психическое состояние, а также помогает расслабиться и успокоиться, обеспечивая человеку умиротворенное состояние. Помимо этого растение пополняет запас энергии организма, тем самым стимулируя его работоспособность и умственный процесс. Также лаванда обладает «охлаждающими свойствами» поэтому кондитерские изделия и другую продукцию с использованием лаванды лучше употреблять в теплое время года.

Лучше всего лаванда подчеркивает освежающие свойства фруктов и ягод, схожих с ней по цветовым оттенкам (черника, ежевика, смородина), а также она идеально сочетается с лимоном и мёдом.

Противопоказанием к употреблению данного растения в пище является индивидуальная непереносимость. Богатый витаминно-минеральный состав послужил основанием для исследования.

Таблица 1 – Содержание полезных веществ в лаванде.

Полезные вещества	Содержание мг/100г
Витамин А	270
Витамин С	11
Железо	2,5
Кальций	210
Натрий	5

Для изготовления нового вида бисквита с добавлением лаванды, были опробованы 3 образца полуфабриката: контрольный, без добавления цветков лаванды, и с внесением растения в количестве 2%, 4%, 6% и 8% от общей массы сахара.

Технология изделия такова, что сушеные цветки лаванды добавлялись в сахар, который впоследствии использовался для приготовления бисквита. Бисквит следующим способом: Белок взбивали до пышной пены. Отдельно взбивали желтки с сахаром и порошком лаванды до белой массы. Далее белок аккуратно смешивали с желтковой массой, вносили муку, разрыхлитель и ванилин, и, в последнюю очередь масло. Все вымешивали и выпекали при температуре 180°C в течение 40 минут. В таблице 2 приведена рецептура бисквита.

Таблица 2 - Рецептура «Бисквитного Лавандового торта»

Сырье	Содержание сухих веществ, %	Общий расход сырья на 1 т полуфабриката, кг	
		В натуре	В сухих веществах
Мука в/с	85,5	220	188,1
Сахар	99,85	220	219,6
Яйца	27,0	250	67,5
Масло сливочное	84,0	60	50,4
Порошок лаванды	94	13	12,2
Ванильная пудра	99,85	2	1,9
Разрыхлитель	0,0	10	0

В ходе проведенных исследований было выяснено, что применение различных дозировок цветков лаванды в рецептуре кондитерского изделия, влияет на качество готовой продукции в пределах нормы. По органолептическим показателям образец бисквита, с добавлением цветков лаванды в количестве 6 %, превосходит образец бисквита по вкусовым качествам, с добавлением цветков лаванды в количестве 8% от общей массы сахара, появляется ярко-выраженный вкус лаванды,

бисквит становится горьковатым, что соответственно ухудшает его потребительские свойства. Все образцы с добавлением порошка из лаванды имели приятный пряный запах.

На основании исследования и выше изложенных данных, можно сделать вывод, о том, что при добавлении порошка лаванды в кондитерские изделия улучшаются не только органолептические показатели, но также повышается пищевая ценность готовой продукции, что позволяет использовать цветки лаванды в изготовлении кондитерской продукции с наибольшим содержанием ценных и питательных веществ.

Список литературы:

1. <http://vseprynosti.ru/cvetok-lavanda/>
2. <https://cosmetology-info.ru/2199/products-vegetables-Lavanda/>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОРСКИХ ВОДОРОСЛЕЙ ДЛЯ ОБОГАЩЕНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЙОДОМ

Маньжова А.И, Зыкова А.А.

Научный руководитель: д.т.н., доцент Ступко Т.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Одной из часто применяемых для производства продуктов питания водорослью в нашей стране является ламинария. Ламинария или «морская капуста» относится к классу бурых водорослей, семейству ламинариевых. Эта морская водоросль образует заросли в местах с постоянным течением на небольшой глубине. Издревле ламинария использовалась людьми, живущими вблизи морей в качестве продукта питания и натурального косметического средства.

Использование человеком морской капусты оправдано её химическим составом. Водоросль содержит йод 2,7-3,0%, высокомолекулярные полисахариды такие как ламинарин до 21% и маннит до 21%, альгин, альгиновую кислоту (до 25%), макро- и микроэлементы, L-фруктозу (до 4%); аскорбиновую кислоту; витамины B1, B2, B12, D; белки (до 9%), бурые пигменты фукоксантин и неоксантин, хлорофилл [2].

Особая ценность ламинарии в высоком содержании в ней йода, находящегося в форме хорошо усваиваемой организмом человека.

Йод необходим организму человека, если его поступает недостаточно, то возрастает риск йододефицитных заболеваний. Йододефицитные заболевания - это эндемический зоб, гипотиреоз, тиреотоксикоз, умственная отсталость и кретинизм. По данным Всемирной организации здравоохранения, риск их развития есть почти у каждого третьего жителя Земли.

Йод поступает в организм в составе химических соединений: органических и неорганических. В желудочно-кишечном тракте органический носитель йода отщепляется, и йод в виде йодид-аниона доставляется кровотоком в щитовидную железу. В щитовидной железе йод проходит сложный путь биохимических превращений, в результате которых атомы йода включаются в состав тиреоидных гормонов. Эти гормоны регулируют размножение и дифференцировку клеток, обмен веществ, а значит, и функционирование организма в целом. Наиболее тяжелые последствия йодный дефицит оказывает на растущий мозг ребенка, формируя его необратимые нарушения.

Норма ежедневного потребления йода для детей грудного возраста 50 мкг, школьников 120 мкг, взрослых 150 мкг, беременных и кормящих женщин 200 мкг [3].

В природе йодиды и йодаты накапливаются в океане, так как эти соли хорошо растворимы. А вот местности горные и удаленные от морей обеднены йодом. К таким территориям относится и Красноярск. Для восполнения дефицита йода, жители нашего города должны употреблять в пищу продукты, богатые этим элементом: морскую рыбу, морепродукты, водоросли. Одним из источников йода является йодированная соль, но если ее не нагревать и правильно хранить. Ещё один не маловажный источник йода – морской воздух, отпуск на море на несколько месяцев пополняет наш организм йодом. Ламинария в этом списке занимает не последнее место, имея ряд преимуществ – не высокая цена, многообразие продуктов, куда она может быть добавлена, простота хранения, она может быть свежая, замороженная, вяленая, сушена, консервированная.[3]

Целью нашей работы было определить содержание йода в ламинарии сушеноей.

Для исследования выбрали 4 образца продукта, произведенных в Корее:

№1: фирмы «Samhyun»,

№2: фирмы «Гимбаб» под названием «ГИМ»,

№3: фирмы «SEN SOY» под названием «СУШИ НОРИ»

№4: фирмы «ЧИМ ЧИМ» под названием «СУШИ НОРИ»

Йод определяли по ГОСТ 26185-84 [1]. Сущность метода заключается в образовании окрашенного комплексного соединения йода с нитритом натрия в кислой среде и титрометрическом определении его.

Сушеную ламинарию измельчали в кофемолке до порошкообразного состояния. Навеску продукта взвешивали в тигле с абсолютной погрешностью не более 0,001 г, смачивали 5-10 каплями раствора гидроксида калия с концентрацией 330 г/дм³. Содержимое тигля подсушивали и осторожно обугливали на плитке, периодически смачивая водой, до появления черно-стального оттенка.

Уголь измельчали стеклянной палочкой в порошок, обливали кипящей дистиллированной водой в количестве 10 см³ и фильтровали через бумажный фильтр в мерный цилиндр с притертой пробкой вместимостью 100 см³. Уголь промывали кипящей дистиллированной водой на фильтре последовательно шесть раз. После охлаждения фильтрата объем жидкости в цилиндре доводили дистиллированной водой до 60 см³ и добавляли 10 см³ хлороформа, 6-7 капель концентрированной серной кислоты и 3-4 капли раствора 250 г/дм³ нитрита натрия. Смесь интенсивно взбалтывали в течение 2 мин и титровали раствором йодистого калия. Одновременно проводили контрольный опыт, используя вместо исследуемого образца дистиллированную воду и все реагенты, как в опыте. Титрование проводили до одинаковой окраски в рабочем и контрольном опытах. Расчеты вели по формуле:

$$X = \frac{V * 0.00382 * 100 * 100}{m * (100 - m)} ,$$

где, V-объем раствора йодистого калия, израсходованного на титрование; m- масса навески, m1- массовая доля влаги в продукте, 0,00382 титр раствора йодида калия. Массовую долю влаги определяли по ГОСТ 26185-84.

Каждый образец анализировали 3 раза.

Дополнительно в образцах определяли йод тиосульфатным методом (метод 2)[4]. Водную вытяжку из 10 г измельченной ламинарии фильтровали. К фильтрату добавляли 1 мл H₂SO₄ и 5 мл 10% раствора KI и оставили на 10 мин. в темное место. После этого титровали 0,1н раствором тиосульфата натрия до появления желтого окраса, после добавили 2 мл 10% раствора крахмала и дотитровывали до обесцвечивания. Расчет проводили по формуле:

$$X = \frac{V * 0.1057 * 1000}{m} ,$$

где, V- количество Na₂S₂O₃, пошедшего на титрование, m- масса навески ламинарии, 0,1057 – титр раствора тиосульфата.

Результаты исследований представлены в таблице.

Таблица 1 Содержание йода в ламинарии сушеної на 100г сухого веса

№ образца	Влажность, %	Содержание йода, мг .	
		Метод 1	Метод 2
1	10,23	0,21 ±0,01	0,18
2	11,33	0,23 ±0,01	0,19
3	10,11	0,18±0,01	0,06
4	12,35	0,23±0,01	0,10

Используя два метода определения йода в ламинарии мы получили близкие значения, однако метод тиосульфатный дает более низкие результаты. Причины может быть две: неполное извлечение йода в раствор из йодно-белковых комплексов и потеря при титровании. Результаты наших исследований совпадают с литературными данными, в разных источниках указывается содержание йода 0,25-0,3 мг на 100 г сухой ламинарии.

Мы подтвердили, что «Морская капуста» богата йодом, содержание которого практически не изменяется при хранении ее с сушеным виде. Это такой продукт подходит для обогащения рациона этим важнейшим для нашего здоровья элементом.

Список литературы:

1. ГОСТ 26185-84 Водоросли морские, травы морские и продукты их переработки. Методы анализа [Текст]. Введ. с 01.01.85 – Ограничение срока действия снято Постановлением Госстандарта СССР от 15.06.89 N 1629 Москва: Изд-во стандартов, 1985.
2. Дзахмишева И.Ш. Профилактика йододефицита функциональными продуктами питания [Текст] / Дзахмишева И.Ш./ Фундаментальные исследования - 2013. –№ 10 (часть 11). – С. 2418-2421.

3. Свириденко Н. Микроэлемент интеллекта [Текст] / Свириденко Н./ Наука и жизнь, 2003, №10.

4. Поддубных Л. П., Ступко Т. В. Аналитическая химия курс лекций; [учебное пособие] – Красноярск, "КраГАУ", 2014

ТЕХНОЛОГИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ ШЕЛУШЕНИЯ ЗЕРНА ПШЕНИЦЫ

Степанов В.Р., Мальцев А.А., Бушуева Т.А.

Научный руководитель: к.т.н. Мацкевич И.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Пшеница в большинстве стран мира является основной продовольственной культурой и выращивают ее в 80 странах. Площади культивирования пшеницы в России составляют около 40 млн. гектаров, валовые сборы 40-50 млн. т, товарного зерна – около 20 млн. т. В настоящее время наибольшую площадь и максимальное товарное производство зерна принадлежит, так же, как и в других странах, мягкой и твердой пшенице. Мягкая пшеница используется в основном для производства муки для хлебопекарной, кондитерской, макаронной и крупяной промышленности.

В технологическом процессе зерноперерабатывающего завода, шелущение зерна является основной технологической операцией, которая выполняется на специализированном технологическом оборудовании, предназначенном для удаления цветочной пленки, плодовой и семенной оболочки, а также отделении алейронового и субалейронового слоев и эндосперма [4].

Плодовая оболочка состоит из нескольких слоев полупрозрачных клеток, которые содержат клетчатку, минеральные соли, витамины. Семенная оболочка содержит меньше клетчатки, больше минеральных веществ. Плодовая и семенная оболочки не представляют питательной ценности. Под плодовой и семенной оболочками расположен эндосперм, покрытый алейроновым и субалейроновым слоями богатыми жирами, белками, минеральными солями, витаминами. Эндосперм — ценная питательная часть зерна и составляет 80—82% массы зерна, используется для получения крупы и муки. В нем содержатся белки (до 12%), сахара (до 3%), крахмал (до 59%), жиры (1%), минеральные вещества и клетчатка в небольшом количестве [5].

Технологическая схема шелущения зерна пшеницы приведена на рисунке 1 [1-3].

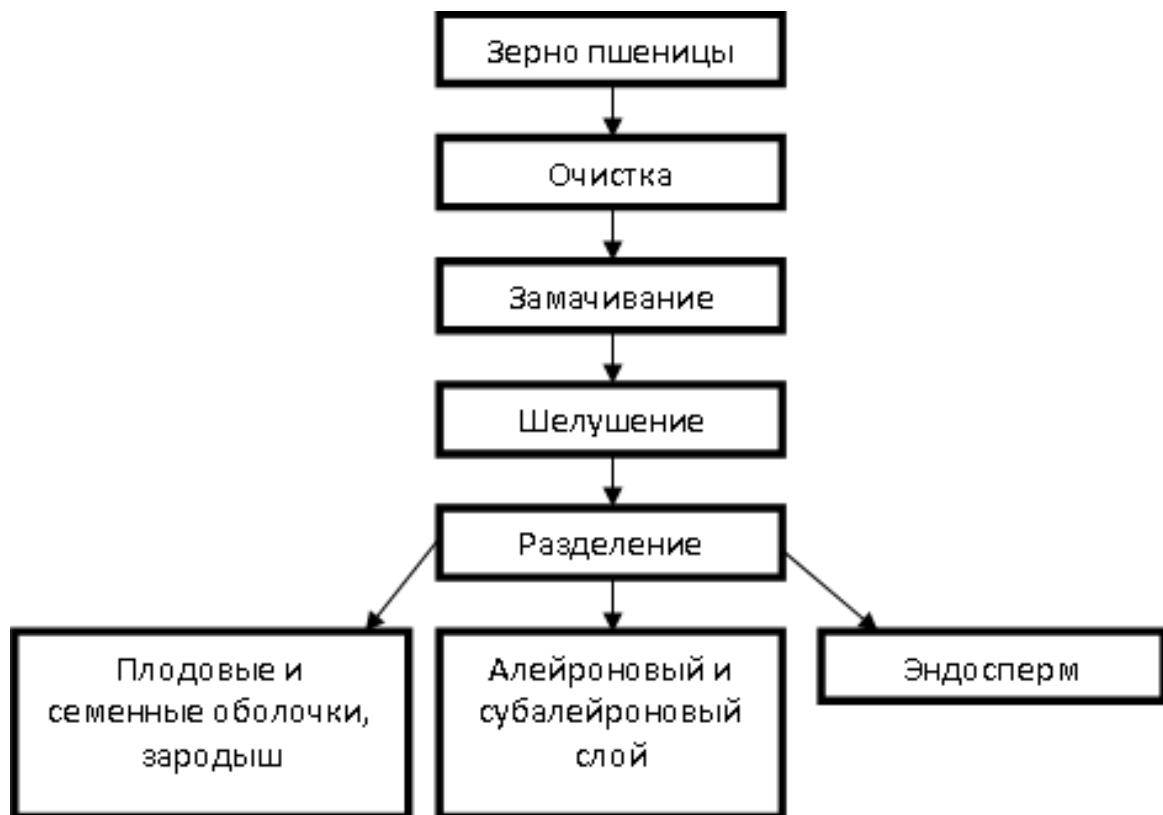


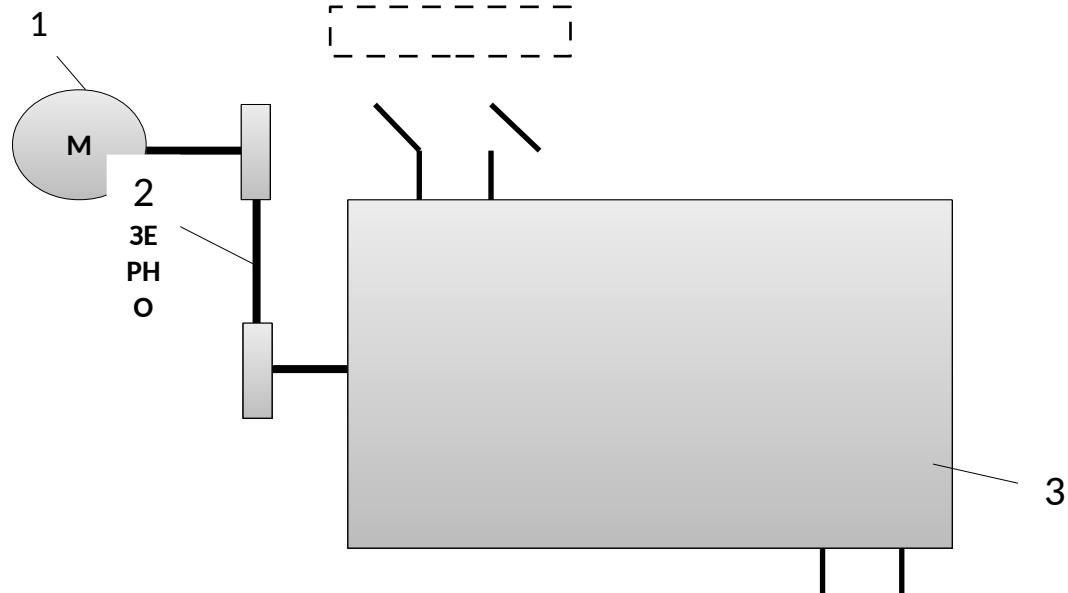
Рисунок 1- Технология шелущения зерна пшеницы

Для модернизации технологического оборудования для шелушения зерна пшеницы, были выполнены патентные исследования существующих конструкций шелушильных устройств и машин. Патентный поиск приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты патентных исследований

№	Наименование патента	Номер патента	Цель изобретения	Техническая новизна
1	Устройство для шелушения зерна опубл. 10.08.2012	245790 4	Повышение качества шелушения и производительности процесса путем разработки новых конструкций рабочих исполнительных органов и равномерной дозированной загрузки шелущенным зерном рабочей зоны.	Предлагаемое устройство содержит полый пуансон и матрицу конической формы, расположенные соосно основаниями вверх. Пуансон разделен конусной перегородкой на верхнюю и нижнюю зоны, причем в верхней части пуансона предусмотрены окна, через которые осуществляется дозированная подача зерна, а в нижней части - отверстия для подачи скатого воздуха, расположенные между абразивными участками. Пуансон совершает возвратно-поступательное движение, а матрица получает вращательное движение. Между матрицей и пуансоном установлена сменная сетчатая обечайка, закрепленная неподвижно к матрице. Рабочая зона, образованная пространством между пуансоном с прерывистой абразивной конической поверхностью и сетчатой обечайкой, загружается зернами равномерно из бункера через патрубки.
2	Машина для шелушения зерна опубл. 10.04.2014	2511754	Создание машины для шелушения зерна, в которой для обеспечения повышения качества продуктов шелушения используются две зоны обработки зерна.	Технический результат достигается тем, что в предлагаемой машине, содержится с лопастями, патрубки для загрузки и разгрузки зерна, установленные в корпусе деки футерированные эластичным материалом, вращение ротора и дисков осуществляется от одного привода через вариатор. С целью повышения качества шелушения зерна путем уменьшения количества дробленого ядра, она снабжена дисками из различных материалов - один абразивный, другой из резины, причем края внутренних поверхностей дисков имеют срезы под углом 15-20°, при этом диски врачаются в противоположные стороны.
3	Устройство для шелушения зерна опубл. 27.03.2012	244601 2	Создание универсального устройства для шелушения зерен различных крупяных культур, имеющего высокую производительность и обеспечивающего высокое качество шелушения зерна.	Устройство для шелушения зерна содержит вертикально и соосно установленные с зазором для прохода зерна конические элементы, внутренний из которых имеет абразивную рабочую поверхность.

Выполненный анализ существующих конструкций показал, что машины и устройства имеют ряд конструкционных недостатков, которые влияют на производительность, качество шелушения и мобильность установки. Для решения выявленных недостатков необходимо разработать новую конструкцию шелушильной машины позволяющей повысить производительность и качество получаемой продукции при небольших габаритных размерах. Кинематическая схема разрабатываемого устройства для шелушения зерна пшеницы представлена на рисунке 2.



ПРОДУКЦИЯ ШЕЛУШЕНИЯ

Рисунок.2 – Машина для шелушения
1 - Электродвигатель; 2 - Ременная передача; 3 - Шелушильная камера.

Выполненные научные исследования и анализ патентной документации показал, что существует необходимость разработки машины позволяющей производить шелушение зерна пшеницы с одновременным разделением на различные фракции.

Список литературы:

1. Пат.2457904 Российская Федерация, МПК B02B 3/00 (2006.01) Устройство для шелушения зерна / Диданов М.Ц., Диданов А.М, Искакова Г.А; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова».- №2010144596/13; заявл. 29.10.2010; опубл. 10.08.2012 Бюл. № 22.
2. Пат.2511754 Российская Федерация, МПК B02B 3/08 (2006.01) Машина для шелушения зерна / Самойлов В.А., Ярум А.И, Невзоров В.Н; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВО «Красноярский ГАУ». - №2012146811/13; заявл. 01.11.2012; опубл. 10.04.2014 Бюл. № 10.
3. Пат.2446012 Российская Федерация, МПК B02B 3/00 (2006.01) Устройство для шелушения зерна / Диданов М.Ц., Диданов А.М, Искакова Г.А; заявитель и патентообладатель ФГБОУ ВПО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова».- №2010104528/12; заявл. 09.02.2010; опубл. 27.03.2012 Бюл. № 9.
4. Самойлов, В.А. Новое оборудование для переработки зерновых культур в пищевые продукты / В.А. Самойлов, А.И. Ярум, В.Н. Невзоров, Д.В. Салыхов; Красноярск.гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2017. - 198 с.
5. Невзоров, В.Н. Глубокая переработка зерна пшеницы / В.Н Невзоров, И.В Мацкевич, Е.Н Олейникова, М.А Янова, В.Н Тепляшин // В сборнике: [Проблемы современной аграрной науки](#) материалы международной заочной научной конференции. 2017. С. 40-43. // Министерство сельского хозяйства, Красноярский государственный аграрный университет. Красноярск.

ЧЕРЕМША КАК ИСТОЧНИК ПОЛЕЗНЫХ ВЕЩЕСТВ

Храмов Ю.С.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Кох Д.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Реферат: История и характеристика растения

Черемша растет повсюду на территории Европы и Турции. Ее видовое название означает «медвежья». То же название сохранилось в русском и немецком ее наименованиях – русское «медвежий лук», немецкое – Bärlauch. Связано это с тем, что черемша – одно из самых ранних богатых витаминами растений – ее можно собирать уже в апреле-мае, и проснувшись медведи везде ищут ее, быстро восполняя ею образовавшийся за зиму дефицит витамина С. С каждым годом весенняя зелень, в которой содержится в 10-15 раз больше витамина С, нежели в плодах лимона или апельсина, приобретает все большую популярность[2].

Древние римляне и египтяне называли черемшу - чудо-растением, они считали, что оно помогает очистить кровь и желудок, улучшает деятельность пищеварительного тракта, способствует улучшению аппетита и активности желудочных соков. Ее используют при различных гнойных заболеваниях, цинге, атеросклерозе и кишечных инфекциях. Известно так же, что в древние времена ее активно употребляли в пищу во время эпидемий холеры, оспы и чумы[1].

А позднее, когда ученые научились определять химический состав растений, выяснилось, что данная травка обладает своими качествами благодаря оптимальному сочетанию органических и минеральных веществ, входящих в состав клеточного сока. Органическая компонента представлена кислотами, в частности аскорбиновой (витамин С) и лимонной, клетчаткой, флавоноидами, фитонцидами, витаминами А, В, а также пахучими эфирными веществами [4].

С биологической точки зрения черемша является многолетним травянистым растением. Это прямой родственник всем нам знакомого лука и чеснока, таксономически данная трава относится к семейству луковые. Растение обладает резким чесночным запахом, что определяет его применение в кулинарии.

Применение в пищу

Благодаря своему резкому и специальному вкусу черемша используется как пряность. Данным качеством трава обязана гликозиду алиину, который обладает выраженным чесночным вкусом. Это растение применяют в пищу преимущественно в южных странах. Касательно нашей страны, применение черемши особенно активно происходит на Кавказе. В странах европейского региона любовью к данному продукту отличается Италия, где медвежий лук входит в состав одной из разновидностей песто. Съедобными и полезными являются практически все части растения, кроме корней и цветов. Траву допускается квасить, солить или мариновать, но максимум пользы проявляется при употреблении лукович черемши в чистом виде. Кроме того, как в свежем, сушеном, так и в ошпаренном виде данный овощ применяют в горячих блюдах и холодных закусках[2].

Полезные качества черемши в народной медицине

Благодаря большому количеству полезных для человеческого здоровья веществ, входящих в состав данного овоща, черемша оказывает комплексное влияние на организм. При этом свойства черемши проявляются на каждой системе жизнедеятельности в отдельности.

Черемша влияет на сердечнососудистую систему. Калий, водящий в состав клеточного сока, стимулирует работу сердца. Комплекс минеральных и органических веществ оказывает влияние на кровоток и разжижает кровь. Поэтому черемша оказывает благотворное влияние на сосуды и является профилактическим средством, предохраняющим от атеросклероза и гипертонии. Кроме того, употребление дикого чеснока полезно мужчинам для улучшения потенции, что связано с влиянием его на интенсивность кровообращения[4-5].

Данное растение, включенное в состав оздоровительного питания, а также применяемое в виде настоек, оказывает лечебное и профилактическое воздействие на органы желудочно-кишечного тракта. Черемша влияет на секрецию пищеварительных желез, а также способствует слюноотделению и повышению аппетита. Эфирные масла, входящие в состав данного растения, определяют свойства,

улучшающие моторику различных отделов кишечника. Также в народной медицине издревле черемшу применяли как средство изгнания паразитических червей из организма человека. Этими полезными качествами овощ обязан содержащимся в нем эфирным маслам. Данное растение применяется как противовоспалительное средство при болезнях желудка и разных отделов кишечника[3].

В состав черемши входят органические вещества, обладающие бактерицидными и бактериостатическими свойствами. Поэтому данное растение используется для дезинфекции различных гнойных ран, как наружных, так и внутренних. Полезные особенности черемши, останавливающие бактериальную и грибковую активность, применяются для лечения воспалений эпидермиса – экземы, сыпи, лишаях, а также косметических дефектах. Кроме того, данные качества применяются при лечении воспалений внутренних органов – ангины, отитов, фарингитов, трахеитов и других внутренних воспалений различных систем жизнеобеспечения человеческого организма.

Черемша помогает бороться с авитаминозом. Органический элемент состава данного растения содержит большое количество витамина С и некоторых других. Кроме того, черемша - это одно из самых ранних весенних растений, появляющихся на грядке после зимы, поэтому её свойства особенно нужны людям в данное время года. Вместе с тем, ошибочно полагать, что кушать черемшу стоит только ранней весной и исключительно в свежем виде. Медвежий лук заготавливают на зиму путем консервирования и сушки.

Фитонциды и витамины, входящие в состав черемши, определяют её профилактические свойства против различных простудных заболеваний. Сегодня при помощи сока черемши лечат острые риниты[1].

Черемша, содержащаяся в продуктах питания, способствует нормализации обмена веществ, влияя на эндокринную систему человека. В частности, в составе лечебной диеты она помогает справиться с различными заболеваниями щитовидной железы. Такими свойствами овощ обязан содержащемуся в нём йоду.

Противопоказания к применению

Несмотря на обилие оказываемой пользы, черемша обладает также и негативными свойствами. Поэтому данный продукт запрещен людям, обладающим индивидуальной непереносимостью и хроническими воспалениями разных отделов кишечного тракта, находящимися в острой фазе. К числу противопоказаний относится беременность и кормление малыша грудью. Кроме того, медвежий лук нельзя употреблять в больших количествах, иначе могут развиться мигрени и бессонница, а также обостриться язвенные болезни желудочно-кишечного тракта[5].

Список литературы:

1. Введенский А.И. Род 267.Лук—AlliumL. // [Флора СССР. В30т/Гл. ред. и ред. В.Л. Комаров.](#) — М.—Л.: [Изд-во АН СССР](#),1935. — Т.IV. — С. 142. — 760.
2. Всё о лекарственных растениях на ваших грядках / Под ред. Раделова С.Ю.. — СПб:ООО«СЗКЭО»,2010. — С.157—160. — 224с.
3. [Губанов И.А.](#) и др.340.AlliummursinumL. — Лук медвежий, или Черемша//[Иллюстрированный определитель растений Средней России. В 3 т.](#) — М.: Т-во науч. изд. КМК, Ин-т технолог. иссл., 2002.— Т.1. Папоротники, хвощи, плауны, голосеменные, покрытосеменные (однодольные).— С.450.
4. Дудченко Л.Г., Козьяков А.С., Кривенко В.В. Пряно-ароматические и пряно-вкусовые растения. — К.:Науковадумка,1989. — 304 с.
5. Мазнев Н.И. Энциклопедия лекарственных растений. З изд. - М.: Мартин, 2004.

ПОДСЕКЦИЯ 6.3. ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ АПК

ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЙ И ПЫЛЬЦЕВОЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД ИДЕНТИФИКАЦИИ ВИДА МЁДА

Бедерина А.А.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Ступко Т.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Натуральный мед - ценнейший пищевой продукт, не имеющий равных среди прочих сладких продуктов.

В настоящее время пчеловодство – одна из самых перспективных и рентабельных отраслей российского рынка. По производству меда на душу населения Россия во много раз превосходит Китай, Индию, Бразилию, и другие сопоставимые по параметрам пчеловодные державы. Среднедушевое потреблению меда в нашей стране составляет 0,5 кг в год. Россия полностью обеспечивает потребности своего населения в меде за счет собственного производства и поставляет его излишки на мировой рынок.

27 мая 2016 года прошло заседания Экспертного совета при комитете Совета Федерации по аграрно-продовольственной политике и природопользования на тему: «О состоянии пчеловодства в России: проблемы и перспективы развития». В справке, подготовленной Союзом пчеловодов, указано, что пчеловодство – одна из ключевых отраслей сельского хозяйства России, играющая важную роль в обеспечении продовольственной безопасности нашей страны и занятости населения, а также в сохранении биологического разнообразия. Там же отмечалось, что одной из основных проблем отрасли остается фальсификация меда, доля суррогатов на российском рынке меда сегодня доходит до 70%. Сбыт фальсифицированного «меда» подрывает основы российского пчеловодства и угрожает здоровью потребителей [2].

Фальсификация – подделка, которая выдаётся за настоящую вещь. Мед – один из наиболее часто фальсифицируемых продуктов.

Способы фальсификации меда многочисленны и разнообразны. В любом случае фальсификация может рассматриваться как действия, направленные на ухудшение потребительских свойств меда. Выделяют несколько видов фальсификации: видовую (ассортиментную); качественную; количественную; стоимостную; информационную.

Для меда наиболее характерны видовая и качественная фальсификации.

Привидовой (ассортиментной) подделка осуществляется путем полной или частичной замены товара его заменителем другого вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков. В зависимости от средств фальсификации, схожести свойств заменителя и фальсифицируемого продукта различают следующие способы фальсификации: частичная замена продукта водой; добавление в продукт низкоценного заменителя, имитирующего натуральный продукт; замена натурального продукта имитатором.

Все заменители, применяемые при ассортиментной фальсификации, подразделяются на две группы: пищевые (мука, манная крупа, крахмал, сахарный сироп, крахмальная или глюкозная патока, желатин, сахарин, глицерин, вода) и непищевые (мел, гипс, известняк, алебастр, древесные опилки).

Наиболее распространенными фальсификатами являются сахарный мед, искусственный инвертный сахар и мед с примесью сахарозы.

Для установления примеси сахарного песка на предметном стекле готовят тонкие мазки из меда и просматривают под малым увеличением микроскопа, кристаллы сахара имеют форму крупных глыбок (квадраты, прямоугольники, фигуры неправильной геометрической формы); кристаллы натурального меда (глюкозы) представлены в виде нитей игольчатой или звездчатой формы [3].

Еще одним способом фальсификации является добавка падевого меда к цветочному или менее ценного, например подсолнечникового, к более редкому. Часто встречается замена натурального меда одуванчиковым (варенье из одуванчиков), медом из бузины (варенье из бузины). Распознается этот вид фальсификации по наличию повышенного содержания сахарозы.

Одним из распространенных применяемых на пасеках способов квалиметрической фальсификации является подкармливание пчел сахарным сиропом.

Для определения той или иной фальсификации используется набор методов, как органометрических, так и физико-химических.

Органолептические показатели качества меда должны соответствовать требованиям по ГОСТ Р 54644–2011 [1].

По консистенции мед может быть жидким или севшим, то есть закристаллизовавшимся. Жидкий мед имеет разную степень вязкости, которая зависит от содержания в нем воды и от температуры окружающего воздуха. В севшем меде различают крупнозернистую, мелкозернистую и салообразную садкув зависимости от величины кристаллов. В крупнозернистом меде сростки кристаллов сахара бывают более 0,5 мм в диаметре, в мелкозернистом — менее 0,5 мм, но еще различимы невооруженным глазом. Иногда засахарившийся мед имеет настолько мелкие кристаллы, что масса меда кажется однородной, салообразной.

По цвету мед делят на белый, светло-янтарный (светло-желтый) и темно-желтый. Белый мед в жидким состоянии прозрачен, как вода (например, кипрейный мед). Светло-янтарный, кремового оттенка мед встречается наиболее часто. Темно-желтые сорта меда делят на янтарные и темные (гречишный, вересковый).

Натуральный мед, как правило, имеет сладкий вкус. Резкий кисловатый бывает у забродившего меду. Аромат меда зависит от растения, нектар которого собирали пчелы.

Брожение мёда определяют визуально при внешнем осмотре поверхностного слоя мёда. Признаками брожения считаются активное вспенивание мёда и газовыделение по всей массе со специфическим кислым запахом и вкусом.

Кроме органолептических показателей для определения принадлежности меда к тому или иному виду и обнаружения его фальсификации используется микроскопическое исследование. Натуральный мед всегда содержит зерна пыльцы медоносных растений. Они имеют самую разнообразную форму: круглую, овальную, треугольную, многоугольную в зависимости от вида медоноса. Поверхность их может быть гладкой, пористой, покрытой шипами, бороздками. В фальсифицированном меде пыльца отсутствует или ее очень мало. Наличие в препаратах кристаллов глюкозы игольчатой или звездчатой формы свидетельствует о натуральном происхождении меда. Кристаллы сахарозы имеют форму октаэдра. Такие кристаллы выявляют в медах, фальсифицированных "сахарным медом", сахарным сиропом и товарным сахаром.

В экспериментальной части нашей работы мы проанализировали 7 видов меда (табл.1), приобретенные на рынках и в магазинах г. Красноярска. Определяли цвет, вкус, аромат, консистенцию (табл.2) и наличие пыльцы растений-медоносов.

Таблица 1 – Виды меда, взятого для исследования

№ образца	Наименование меда
1	Осотовый мед Производитель «Пасека Старчевских», с. Красный завод, Боготольский район, Красноярский край.
2	Васильковый мед,. Производитель «Пасека Старчевских» , с. Красный завод, Боготольский район, Красноярский край.
3	Цветочный мед, Алтайский. Приобретен на рынке
4	Каштановый мед, Крымский. Приобретен на рынке
5	Цветочный мед Ширинского района, Приобретен на рынке
6	Мед натуральный цветочный фасованный. Производитель «ООО Медовый дом», Новгородская область. Приобретен в магазине.
7	Мед полевой, Крымский. Приобретен на рынке

Для микроскопического исследования использовали ГОСТ 31769-2012 «Мёд. Метод определения частоты встречаемости пыльцевых зёрен» пробу мёда в 10 грамм заливали дистиллиированной водой 20 мл и ставили на водяную баню до полного растворения мёда. Полученный раствор центрифугировали, образовавшийся осадок переносили на предметное стекло, фиксировали смесью глицерина с желатином, закрывали покровным стеклом и рассматривали под микроскопом при 800 кратном увеличении. Картину в поле микроскопа сравнивали с атласом [4]. На рисунке 1 представлены микрофотографии изученных образцов меда.

Таблица 2 -Результаты определения органолептических показателей меда

№ образца	Цвет	Вкус	Аромат	Консистенция
1	Светло-желтый	Приятный, сладкий	Цветочный запах	Вязкая
2	Желтый	Приятный, сладкий	Цветочный запах	Очень вязкая

3	Желтый	Приятный, сладкий	Слабый цветочный запах	Плотная
4	Темно-янтарный	Приятный, сладкий	Сильно выраженный цветочный аромат	Жидкая
5	Темный	Приятный, сладкий	Сильно выраженный цветочный аромат	Вязкая
6	Желтый	Карамельный привкус, приторный вкус	Отсутствует аромат	Смешанная
7	Желтый	Карамельный привкус, приторный вкус	Слабый цветочный запах	Плотная

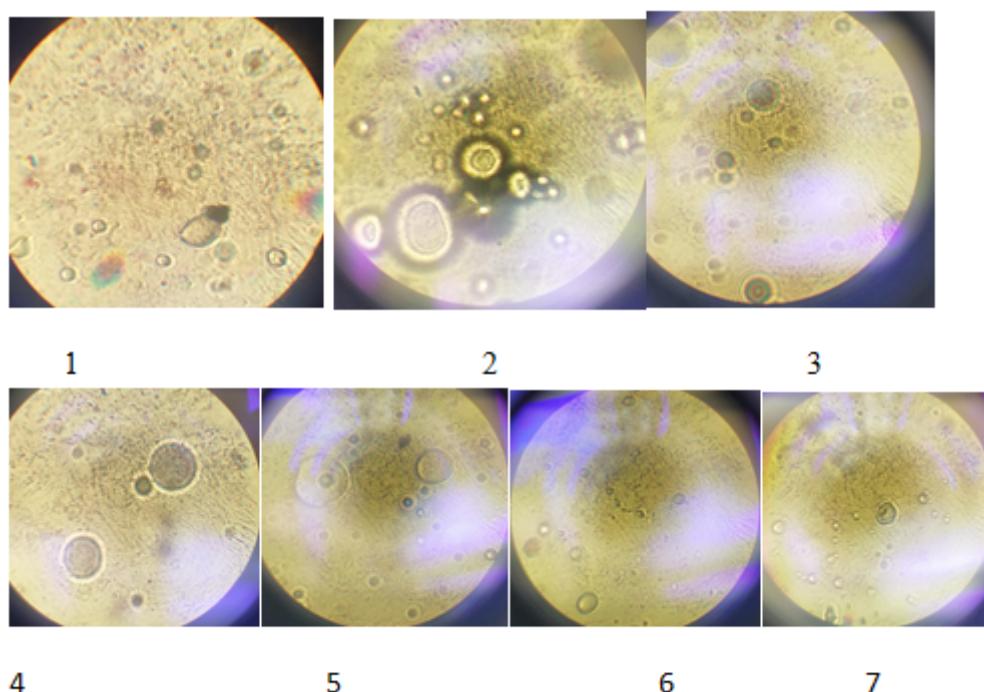


Рисунок 1 Микроснимки образцов меда

Микроскопический анализ показал:

- образец №1 является полифлёрным медом, содержит пыльцу многих растений, хорошо видна пыльца подсолнечника, осота, клевера;
- образец №2 – полифлерный мед, содержит пыльцу вьюнка, василька, одуванчика, клевера;
- образец №3-идентифицируется плохо, пыльцы незначительное количество;
- Образец №4- пыльцы очень мало, мы затрудняемся ее определить;
- образец №5-полифлерный мед пыльца разных видов. Береза, гречиха, клевер
- образец №6-полифлерный мед, пыльца клевера, вьюнка, одуванчика, кипрея;
- образец №7- пыльцы очень мало, мы затрудняемся ее определить

Из нашего исследования мы можем сделать вывод, что образцы меда 1,2,5,6 являются полифлерным медом, причем наибольшее количество пыльцы в меде Осотовом и Васильковом. Образцы №4 и №7, по всей вероятности содержат добавку падевого меда. Образец №3 так же содержит мало пыльцы и возможно фальсифицирован.

Пыльцевой анализ может служить для определения натуральности меда, но требует навыков работы и наличия хорошего атласа пыльцы растений.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 54644–2011, Мед натуральный. Технические условия

2. Мир пчеловодства <http://www.apeworld.ru/1464876567.html>
3. Заикина В. И. Экспертиза меда и способы обнаружения его фальсификации: Учебное пособие / В. И. Заикина. —3-еизд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 168 с.
4. Бурмистров Л.Н. Медоносные растения и их пыльца /Л.Н. Бурмистров, В.А. Никитина. Справочник. – М.: Росагропромиздат, 1990. -192 с.

Выражаем благодарность профессору А.И. Машанову за помощь в проведении микроскопирования.

ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТВОРОЖНОГО СЫРА, РЕАЛИЗУЕМОГО В ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. КРАСНОЯРСКА

Карпанова М.Н.

*Научные руководители: к.б.н., доцент Чаплыгина И.А., д.т.н., профессор Матюшев В.В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Творожный сыр относится к новым продуктам, которые становятся популярнее с каждым днем, в том числе благодаря возможности сочетать его с различными продуктами. Ассортимент творожных сыров достаточно велик. Благодаря своей мягкости и нежности этот продукт очень похож на привычный многим творог. Качественный творожный сыр, приготовленный из натуральных продуктов, имеет белый цвет. Особенностью творожного сыра является молочный запах и сливочный вкус [2].

Согласно ГОСТ 33480-2015 творожным сыром считается «молочный или молочный составной продукт, произведенный из молока и/или продуктов переработки молока по технологии мягкого сыра без созревания или творога с последующей(им) термической обработкой и/или взбиванием и/или аэрированием или без них, с добавлением или без добавления молочных продуктов, пищевкусовых продуктов и немолочных компонентов (за исключением консервантов, немолочных жиров и немолочных белков) с массовой долей молочного белка не менее 6%» [1].

Пользу натурального творожного сыра сложно переоценить. Он богат полноценным животным белком, содержит кальций и фосфор в количествах, позволяющих удовлетворить суточную потребность человека на 10 % и 20 % соответственно[3]. В составе продукта присутствует значительное количество витаминов группы В, витамины Е и РР. При регулярном употреблении творожный сыр улучшает метаболизм и благоприятно оказывается на деятельности ЖКТ.

В связи этим, цель работы заключалась в товароведной оценке качества творожного сыра, реализуемого в торговой сети г. Красноярска. Для этого проводили оценку состояния упаковки и маркировки, органолептическую оценку качества творожного сыра различных производителей в соответствие с действующей нормативной документацией.

Объектами исследования являлись три образца творожного сыра, реализуемой в торговой сети г. Красноярска :

- образец №1 – Творожный сыр «Almette» сливочный, жирность 60%, 150 гр., производитель – филиал ООО «Хохланд Руссланд»;
- образец №2 – Творожный сыр «Hohland» сливочный, жирность 60%, 140 гр., производитель – ООО «Хохланд Руссланд»;
- образец №3 – Творожный сыр «violette», сливочный, жирность 70%, 140гр., производитель – ОАО Московский завод плавленых сыров «Карат».

Анализ состояния упаковки и маркировки творожного сыра осуществляли в соответствии с ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия», ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки», ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции». Творожный сыр «Almette» упакован в пластмассовый стаканчик, внешняя поверхность покрыта картоном. Творожный сыр «Hohland» и «violette» упакованы в пластмассовый контейнер, внешняя поверхность покрыта картоном. Упаковка всех исследуемых образцов не имеет повреждений, при этом отмечено, что упаковка творожного сыра «violette» не достаточно герметична. Результаты анализа маркировки представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Маркировка исследуемых образцов творожного сыра (данные указаны в полном соответствии с маркировкой на упаковке товара)

Показатель	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Товарный знак			
Масса нетто	150 г	140 г	140 г
Наименование продукта	Творожный сыр «Almette» сливочный	Творожный сыр «Hohland» сливочный	Творожный сыр «violette» сливочный
Наименование и адрес предприятия изготовителя	филиал ООО «Хохланд Руссланд», Россия, 140126, Московская область, Раменский р-он, п. РАОС, д. 16	ООО «Хохланд Руссланд», Россия, 140126, Московская область, Раменский р-он, п. РАОС, д. 16	ОАО Московский завод плавленых сыров «Карат», ул. Руставели, вл.14, стр11, г. Москва, Россия, 127254
Документ, в соответствии с которым произведен продукт	ГОСТ 33480-2015	ГОСТ 33480-2015	ГОСТ 33480-2015
Состав продукта	Творог (молоко, сливки, бактериальная закваска молочных микроорганизмов, молокосвертывающий фермент микробного происхождения), сыворотка молочная сухая, соль поваренная пищевая, молочный белок, регулятор кислотности лимонная кислота, вода пищевая.	Творог (молоко, сливки, бактериальная закваска молочных микроорганизмов, молокосвертывающий фермент микробного происхождения), молоко сухое обезжиренное, соль пищевая, комплексная пищевая добавка (стабилизаторы камедь рожкового дерева и гуаровая камедь), регулятор кислотности лимонная кислота, вода пищевая.	Молоко цельное, сливки, соль пищевая, сахар, желатин, стабилизаторы (камедь целлюлозы, каррагинан, камедь рожкового дерева), агент желирующий-хлорид калия, с использованием заквасочных микроорганизмов-смеси лактобактерий и термофильтных молочнокислых стрептококков, молокосвертывающий фермент животного происхождения.
Пищевая ценность (100 гр)	Жиры-27,4 г Белки-6 г Углеводов-2,8 г	Жиры-22,2 г Белки-6 г Углеводов-3,5 г	Жиры-27,8 г Белки-7,1 г Углеводов-2,5 г
Энергетическая ценность (100 гр)	1163 кДж/282 ккал	985 кДж/238 ккал	1191,8 кДж/288,6 ккал
Дата изготовления	19.02.18	27.02.18	12.12.17
Срок годности или срок хранения	4 месяца	4 месяца	4 месяца
Условия хранения	Хранить при температуре от +2°C до +8°C до и после вскрытия упаковки	Хранить при температуре от +2°C до +8°C до и после вскрытия упаковки	Хранить при температуре от 0°C до +8°C до и после вскрытия упаковки
Единый знак обращения продукции на рынке государства	Имеется	Имеется	Имеется

Товарная информация, указанная на упаковках всех исследуемых образцов соответствует требованиям. Отклонений в маркировке не обнаружено.

В таблице 2 представлены результаты исследования органолептических характеристик и исследуемых образцов творожного сыра в соответствие требованиям стандарта ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия».

Таблица 2 – Органолептические показатели исследуемых образцов творожного сыра

Наименование показателя	Характеристика образцов		
	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Внешний вид	Продукт упакован герметично, присутствует незначительное количество сыворотки	Продукт упакован герметично, сыворотка отсутствует	Продукт упакован не герметично, на фольге имеются маленькие отверстия, присутствует сыворотка
Вкус и запах	Чистый, кисломолочный, характерный для мягких сыров без созревания, без посторонних привкусов и запахов. Вкус характерный кисломолочным продуктам	Чистый, кисломолочный, характерный для мягких сыров без созревания, без посторонних привкусов и запахов. Вкус характерный кисломолочным продуктам	Слабовыраженный кисломолочный, характерный для мягких сыров без созревания, без посторонних привкусов и запахов. Вкус характерный кисломолочным продуктам
Консистенция	Нежный, пластичный, мажущийся до плотной однородной по всей массе.	Нежный, пластичный, мажущийся до плотной однородной по всей массе.	Нежная, воздушная, пластичная, мажущийся до плотной однородной по всей массе.
Цвет	Белый	Белый	Белый

Органолептический анализ творожного сыра показал, что два образца полностью соответствуют требованиям государственного стандарта (творожный сыр «Almette» и творожный сыр «Hohland»). Третий образец – творожный сыр «violette» имеет отклонения от требований стандарта по показателю внешний вид, что выражается в наличии мелких отверстий на упаковке.

Таким образом, в ходе проведенной товароведной оценки можно сделать следующие выводы: состояние маркировки исследуемых образцов полностью соответствует требованиям, образец под №3 имеет отклонение от стандарта по показателю внешнего вида, его упаковка недостаточно герметична; образцы под №1 и №2 полностью соответствуют стандарту.

Список литературы

1. ГОСТ 33480-2015 «Сыр творожный. Общие технические условия». – М.:Стандартинформ, 2015. – 12 стр.
2. Свойства творожного сыра. - Режим доступа: <http://xcook.info/product/tvorozhnyj-syr.html>
3. Творожный сыр. - Режим доступа: <http://vkusnoblog.net/products/tvorozhnyy-syr>

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗЦОВ МИНЕРАЛЬНОЙ ВОДЫ РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Савчук И.С., Диidor M.A.

Научный руководитель: к.б.н., доцент Чаплыгина И.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Минеральная вода - вода, с содержанием в своем составе растворённых солей, микроэлементов, а также некоторые биологически активные компоненты.

Первую бутылку газированной воды изготовил английский ученый Джозеф Пристли (1733-1804 гг.) в 1767 г. Единственным местом продажи этой воды на тот момент была аптека.

Минеральные воды являются наиболее востребованными и популярными на рынке среди прохладительных напитков и пользуется постоянным спросом. Её ассортимент на полках магазинов и

супермаркетов очень разнообразен. Как правило информация на этикетке написана мелким шрифтом и приобретая в магазине ту или иную минеральную воду, не многие вчитываются в ее содержание, полагая, что вода вся одинаковая. Среди множества марок одни выбирают наиболее известную, другие подешевле.

От обычной воды минеральная отличается более высокой концентрацией микроэлементов и минеральных веществ. Минералка богата железом, гидрокарбонатом, натрием, магнием, кальцием, сульфатами, хлоридами и фторидами.

В состав газированной воды, полученной искусственным путем, входит вода и углекислота. Существует три степени насыщения воды углекислотой для питьевых целей: слабогазированная 0,3 %; среднегазированная - до 0,4 %; сильногазированная - свыше 0,4 % (не рекомендуют пить людям с заболеваниями желудка).

Поскольку государственными органами стандартизации и сертификации оговорены и гарантированы условия производства и качественные характеристики продукта, самые стабильные показатели качества и безопасности, будут при производстве минеральной газированной воды по ГОСТ.

Минеральные воды классифицируются по нескольким признакам: происхождение; степень минерализации; химический состав (табл. 1).

По происхождению минералка подразделяется на:

- натуральную (добывается из природных источников, чем глубже залегание, тем чище вода);
- искусственную (в очищенной воде растворяют в необходимой концентрации соответствующие вещества) [1].

Таблица 1 - Степень минерализации воды

Классификация минеральных вод по минерализации	Нормы минерализации воды	Назначение
Пресная	До 1 г/дм ³ включ.	Столовая (пригодна для ежедневного употребления), лечебно-столовая (предназначена для здоровых людей в целях профилактики некоторых заболеваний, рассчитана на периодичность употребления), лечебная (применяется по назначению врача при прохождении курса лечения, для регулярного питья непригодна)
Слабоминерализованная	Св. 1 до 2 г/дм ³ включ.	Лечебно-столовая, лечебная
Маломинерализованная	Св. 2 до 5 г/дм ³ включ.	
Среднеминерализованная	Св. 5 до 1 г/дм ³ включ.	
Высокоминерализованная	Св. 10 до 15 г/дм ³ включ.	Лечебная

В ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на кафедре «Товароведение и управление качеством продукции АПК» была проведена сравнительная оценка качества минеральной газированной воды разных производителей, реализуемой в сети розничной торговли г. Красноярска.

Объектом исследования была выбрана минеральная вода (газированная) трех марок: Хан-Куль (АО «Аян», РХ, г. Абакан); Карабинская (ООО «Карабинский источник», п. Озеро Караби); Vival (ОАО «Томское пиво» г. Томск), приобретенные в торговой сети ООО ТК «Командор».

Проведена оценка соответствия информации исследуемых образцов, указанной на упаковке, требованиям ГОСТ Р 51074-2003 [2].

Образцы исследовали по органолептическим показателям ГОСТ Р 54316-2011 [1].

Информация на этикетке очень важна, поскольку она служит руководством к правильному выбору. Из данных таблицы видно, что указанная информация для потребителя, отраженная на упаковке представленных марок в полном объеме соответствует ГОСТ Р 51074-2003 т ТР ТС 022/2011, но имеет не существенное различие в составе, также разный уровень минерализации (табл. 2).

Таблица 2 – Сравнительная оценка информации для потребителя, указанной на упаковке минеральной воды

Показатель	Хан-Куль	Карачинская	Чистая вода Сибири
Документ, в соответствии с которым произведен продукт	ТУ 9185-010-05229807-03	ГОСТ Р 54316-2011	ТУ 9185-001-10159262-07
Единый знак обращения продукции на рынке			
Назначения воды (лечебная, лечебно-столовая);	лечебно-столовая	лечебно-столовая	столовая
Состав	Сульфаты, гидрокарбонаты, хлориды, магний, кальций, натрий+калий	Гидрокарбонат, Сульфат, хлорид, магний, кальций, натрий+калий	Магний, кальций, натрий, калий, гидрокарбонаты
Общая минерализация	1,5–4,0 г/л	2,0 - 3,0 г/л	Не более 1000 мг/л
Срок годности и условия хранения	10 мес.	12 мес. с даты розлива	1 год
Местоположение и наименование источника или номер скважины	№4, №6 Ханкульский участок	№12-434; №25-ОР3; №БА-93(4-Р); №03-0307 п. озеро Карабчи	Артезианская скважина № 299; 125 КРСК, г. Красноярск Николаевская сопка
Дата изготовления	29.01.18 г.	27.01.18 г.	22.01.18 г.
Номинальный объем воды (л).	0,5	0,5	0,5

Для определения органолептических показателей используем метод дегустации. Дегустация проводилась открытым способом по пятибалльной системе. Следует отметить, что на оценки органолептики каждого напитка влияло индивидуальное восприятие организма (независимо от возраста) дегустирующего. Прозрачность и цвет минеральной воды определяли визуально в проходящем дневном свете в чистом стакане (табл.3).

Таблица 3 - Результаты дегустации

Показатель	Образец 1 Хан-Куль	Образец 2 Карачинская	Образец 3 Чистая вода Сибири
Прозрачность	5	5	5
Цвет	5	5	5
Вкус и запах	5	5	4
Итого	15	15	14

Наибольшее количество баллов набрали представленные образцы - Хан-Куль; Карачинская.

В таблице 4 представлены результаты исследования органолептических характеристик минеральной (газированной воды) в соответствии требования стандарта ГОСТ Р 54316-2011.

Таблица 4 - Органолептические показатели качества минеральной воды

Наименование показателя	Норма по ГОСТ Р 54316-2011	Образец 1 Хан-Куль	Образец 2 Карачинская	Образец 3 Чистая вода Сибири
Прозрачность	Прозрачная жидкость без посторонних включений. Допускается естественный осадок минеральных	Прозрачная жидкость без посторонних включений, без осадков минеральных солей	Прозрачная жидкость без посторонних включений, без осадков минеральных солей	Прозрачная жидкость без посторонних включений, без осадков минеральных солей

	солей			
Цвет	Бесцветная жидкость или с оттенками от желтоватого до зеленоватого	Бесцветная жидкость	Бесцветная жидкость	Бесцветная жидкость
Вкус и запах	Характерные для комплекса содержащихся в воде веществ	Запаха нет, зато у нее есть слабый солоноватый привкус	Запаха нет, приятная на вкус	Запаха нет, безвкусная

Таким образом, можно отметить, что органолептические характеристики трех исследованных образцов минеральных вод разных производителей соответствовали требованиям нормативного документа. Изучение ассортимента и показателей качества минеральных вод позволит не только оптимизировать современное состояние рынка этих продуктов питания, но и позволит сформировать необходимые предпочтения потребителей.

Список литературы:

- ГОСТ Р 54316-2011 Воды минеральные природные питьевые. Общие технические условия (с Поправками, с Изменениями N 1, 2, 3, 4, 5) [Текст] [Электронный сайт] - Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/1200085076> (Дата обращения: 10.01.2018).
- ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования (с Изменением N 1) [Текст] [Электронный сайт] - Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-51074-2003> (Дата обращения: 10.01.2018).

ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАЧЕСТВА ВАРЕНОЙ КОЛБАСЫ ВЫСШЕГО СОРТА «ДОКТОРСКАЯ», РЕАЛИЗУЕМОЙ В ТОРГОВОЙ СЕТИ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

Савчук И.С., Бабаева К.А., Попков А.П.

Научный руководитель: к.б.н., доцент Чаплыгина И.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Колбасные изделия, благодаря высоким пищевым качествам, пользуются постоянным спросом. Вареные колбасы являются одними из наиболее популярных сортов колбас среди потребителей. Данный вид колбасных изделий экономически доступен и обладает широким ассортиментным рядом, способным удовлетворить самые разнообразные требования. Наряду с этим вареные колбасы являются распространенным объектом для различного рода фальсификаций с целью уменьшения экономических затрат на их производство [2, 4].

Произведенные по ГОСТ колбасы отличаются наиболее стабильными показателями качества и безопасности, так как условия производства и качественные характеристики продукта оговорены и гарантированы государственными органами стандартизации и сертификации. Такие колбасы, как правило, пользуются большим доверием у покупателя, несмотря на более высокую цену [3].

Практически каждый, из существующего многообразия производителей колбасных изделий, вырабатывает весь обозначенный в ГОСТ ассортимент, поэтому потребители часто сталкиваются с необходимостью выбора между тремя-четырьмя одноименными вареными колбасами разных производителей. В связи с этим выбор вареной колбасы, отвечающей всем требованиям государственного стандарта является весьма актуальным [1].

Цель исследования заключалась в оценке качества варенных колбас высшего сорта «Докторская» различных производителей.

Для исследования было взято по одному батону вареной колбасы высшего сорта «Докторская» трех следующих производителей: ООО «Березовский», ООО АПК «Мавр», ООО «Ярск». Колбаса была приобретена в сети магазинов ООО ТС «Командор».

Отбор и подготовку проб проводили согласно ГОСТ 9792 – 73. Образцы исследовали по органолептическим показателям в соответствии с ГОСТ Р 52196-11 и на наличие крахмала йодной пробой. Проведена оценка соответствия информации, указанной на упаковке исследуемых образцов, согласно требованиям ГОСТ Р 51074 – 2003 и ТР ТС 022/2011.

Данные анализа состояния маркировки исследуемых образцов колбас предоставлены в таблице 1.

Таблица 1 – Маркировка* исследуемых образцов колбасных вареных изделий

Показатель	ООО «Березовский»	ООО АПК «Мавр»	ООО «Ярск»
Товарный знак			
Документ, в соответствии с которым произведен продукт	ГОСТ Р 52196–2011	ГОСТ Р 52196–2011	ГОСТ Р 52196–2011
Единый знак обращения продукции на рынке государств			
Состав	Свинина, говядина, вода, яичный порошок. Молоко сухое, нитритно-посолочная смесь (соль поваренная пищевая, фиксатор окраски-нитрит натрия (Е250)), сахар-песок, мускатный орех, стабилизатор (Е450), регулятор кислотности (Е451), антиокислитель (Е300)	Свинина, говядина, вода, яичный порошок, молоко коровье сухое обезжиренное, соль поваренная пищевая, стабилизатор Е450, сахар-песок, кардамон, антиокислитель аскорбинат натрия, фиксатор окраски Е250	Свинина, говядина, вода питьевая, яйца куриные, молоко питьевое 3,2%, нитритно-посолочная смесь (соль пищевая, фиксатор окраски (нитрит натрия)), сахар-песок, стабилизатор (пирофосфат натрия, полифосфат натрия), пряности (орех мускатный молотый), усилитель вкуса и аромата (глутамат натрия, антиокислитель
Срок годности и условия хранения	Продукт годен в течение 45 сут	Продукт годен в течение 60 сут	Продукт годен в течение 60 сут
Оболочка	Амитан-Про	Амитан-Про	Амитан-Про
Дата изготовления	08.01.2018	28.12.2017	05.01.2018
Масса, г	450	450	450
Розничная цена, кг	175	206	150
Место и дата закупки	Магазин «Командор» 17.01.2018	Магазин «Командор» 17.01.2018	Магазин «Командор» 17.01.2018

*Данные указаны в полном соответствии с маркировкой на упаковке товара.

Согласно представленным в таблице данным видно, что информация для потребителя всех исследованных образцов указана в полном объеме и соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 и ГОСТ Р 51074–2003. Отмечено, что описание состава колбасы имеет существенные различия, хотя и произведена по условиям одного и того же государственного стандарта.

В таблице 2 представлены результаты исследования органолептических характеристик и наличие крахмала исследуемых варенных колбасах в соответствии с требованиями стандарта ГОСТ Р 52196 – 11.

Таблица 2 – Сравнительная оценка колбасы вареной «Докторская» по органолептическим, показателям и наличию крахмала

Показатель	Производитель			Норма (согласно ГОСТ Р 52196 – 11)
	ООО «Березовский»	ООО АПК «Мавр»	ООО «Ярск»	
Внешний вид	Батон с чистой сухой поверхностью	Батон с чистой сухой поверхностью	Батон с чистой сухой поверхностью, имеет прозрачную желеобразную жидкость на краях креплений.	Батоны с чистой сухой поверхностью
Консистенция	Упругая	Упругая	Упругая	Упругая
Цвет и вид фарша на разрезе	Светло - розовый фарш, равномерно перемешан	Светло - розовый фарш, равномерно перемешан	Розово-коричневый фарш, имеет небольшое количество жировых прослоек	Розовый или светло – розовый фарш, равномерно перемешан
Запах	Свойственно данному виду продукта без аромата пряностей	Свойственно данному виду продукта без аромата пряностей	Свойственно данному виду продукта с ароматом пряностей	Свойственный данному виду продукта с ароматом пряностей
Вкус	В меру соленый	В меру соленый	Сладкий	В меру соленый
Проба на наличие крахмала	Не обнаружено	Обнаружено	Не обнаружено	Не должно быть обнаружено

Органолептический анализ варенных колбас показал, что требованиям государственного стандарта соответствуют два образца из трех исследуемых, а именно вареная колбаса «Докторская» ООО «Березовский» и ООО АПК «Мавр», третий образец – вареная колбаса ООО «Ярск» по таким показателям как внешний вид и вкус, оказался хуже, чем его конкурсанты. На конце зажима, на батоне обнаружена желеобразная жидкость прозрачного цвета, вкус колбасы был сладковат. Вареная колбаса первого и третьего образца (ООО «Березовский» и ООО «Ярск») оказались без добавления крахмала, что соответствует ГОСТ Р 52196 – 11, второй образец (ООО АПК «Мавр») имеет добавление крахмала, при этом в составе на маркировке крахмал не указан, что нарушает требования ТР ТС 022/2011 и ГОСТ Р 52196 – 11.

Таким образом, в ходе исследований установлено: по органолептическим показателям все исследуемые образцы вареной колбасы «Докторская», за исключением колбасы ООО «Ярск» имеющий сладковатый привкус, соответствуют требованиям стандарта; у колбасы ООО АПК «Мавр», нарушены требования к маркировке, т.к. в составе не указано наличие крахмала или пшеницы, при наличии положительной пробы на крахмал. Вареная колбаса ООО «Березовский» полностью соответствует требованиям государственного стандарта ГОСТ Р 52196 – 11.

Список литературы:

1. Довгань, Н.Б. Сравнительная оценка колбасы вареной высшего сорта «Докторская» разных производителей / Н.Б. Довгань // Вестник Омского Государственного Аграрного университета. 2013. - №2 (10). –С. 50 – 53.
2. Лисенков, А.А. Технология переработки продуктов убоя / А.А. Лисенков. – М. : Изд-во МСХА, 2002.– 230 с.
3. Позняковский, В.М. Экспертиза мяса и мясопродуктов / В.М. Позняковский. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. ун-та, 2001. – 154 с.
4. Рогов, И.А. Общая технология мяса и мясопродуктов / И.А. Рогов, А.Г. Забашта, Г.П. Казюлин. – М. : Колос, 2000. – 445 с.

СОДЕРЖАНИЕ ВИТАМИНА С В ПРОРОЩЕННЫХ СЕМЕНАХ ПШЕНИЦЫ И ГРЕЧИХИ

Сазонова А.В., Ларькина А.В.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Ступко Т.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В настоящее время рацион питания человека состоит из достаточного большого количества семян бобовых и злаковых растений. Семена растений являются основным источником углеводов - крахмала, клетчатки, растворимых сахаров. Они содержится та же значительное количество белка, жира. Однако в состоянии покоя содержащиеся запасные вещества семян находятся в виде сложных молекул, усвоемость их снижена, а содержание биологически активных веществ, необходимых человеку, невелико.

В процессе прорастания внутри семян происходят сложные физико-химические процессы, при которых состав их значительно изменяется. В семенах при их прорастании накапливаются биологически активные соединения – фитогормоны, которые далее регулируют рост и развитие будущего растения. В прорастающих семенах образуются ферменты, которые расщепляют белки на аминокислоты, жиры до жирных кислот, высокомолекулярные углеводы до низкомолекулярных и простых сахаров. Таким образом, усвоение зерновых резко возрастает. В прорастающих семенах возрастает содержание витаминов, так есть данные, что в зёрнах проросшей пшеницы содержание витамина В и С увеличивается в 5 раз, содержание витамина Е – в 3 раза, фолиевой кислоты – в 4 раза.

Потребляя пророщенные семена человек берет уже готовые витамины и полезные элементы, которые обеспечивают ему накапливание энергии и мобилизацию всех сил.

О лечебных свойствах проростков было известно еще нашим прадедам. Тибетские монахи и долгожители Абхазии свои силы поддерживали пророщенным зерном. Проростки бобов в Древнем Китае использовали как лекарство от многих болезней. А в России проростки рассматривались как оздоровительный продукт для геологов, полярников, космонавтов и жителей Крайнего Севера.

Одной из наиболее употребляемых крупяных культур в нашей стране является гречиха. Это хлебное и медоносное растение рода Гречиха (*Fagopyrum*) семейства Гречишные (*Polygonaceae*). Зерно гречихи занимающее ведущее место по содержанию белка. Ценность данной культуры определяют 18 аминокислот, которые присутствуют в злаке. Наибольшая концентрация приходится на триптофан, валин, изолейцин, глицин, лизин, аргинин, метионин. В гречке содержится такие витамины как РР, Е, В₁, В₂, В₉, однако в проростках гречки присутствует так же витамин С и наблюдается увеличение витамина А, Е и группы В [1]. Данная крупа должна быть в меню спортсменов, беременных женщин, пожилых людей. Гречиха испокон веков с большим успехом используется в народной медицине для лечения панкреатита, отравлений, хронической усталости, анемии, а так же для укрепления сердечно-сосудистой системы.

Наиболее древней хлебной культурой является пшеница. Пшеница – это одна из самых распространенных выращиваемых культур. Пшеница содержит до 14% белков, 2-2,5% липидов, 68-71% углеводов из которых на долю крахмала приходится 65-68%, растворимых сахаров – 3%, пищевых волокон 10 %. Есть в составе этого злака витамины Е, В₁, В₆, F, РР, С, эфирные масла, фолиевая кислота, холин и каротин [1]. Положительные свойства пшеницы были давно примечены народными целителями, которые в свою очередь применяли ее как лекарственное средство. Отвар из пшеницы использовали как укрепляющее средство, которое помогало восстанавливаться после тяжелых болезней. При добавлении к такому отвару меда он избавлял от заболеваний органов дыхания и кашля. Но особую ценность для организма человека представляют пророщенные зерна пшеницы.

Содержание витаминов и других биологически активных веществ в пророщенных семенах растений зависит от стадии проращивания.

Целью нашей исследовательской работы является определить на каком этапе роста, таких растений как гречка и пшеница, присутствует наибольшее количество витамина С.

Методика проращивания семян заключалась в следующем: сначала семена замачивались в холодной воде продолжительный промежуток времени, примерно 7-8 часов. После чего зерна тщательно промывались под водой, для удаления грязи и "освежения" зерна. Далее зерно выкладывалось на тарелку с влажным полотенцем или салфеткой, для создания благоприятных условий проращивания. Процесс проращивания занимает 2-3 дня в зависимости от вида зерна.

Содержание витамина С определяли по ГОСТ 24556-89[1]визуальным методом титрования 2,6-дихлорфенолиндофенолом фильтрата пророщенных семян с добавлением 1%-ной соляной кислоты и 1%-ным раствором щавелевой кислоты, которая повышает стойкость аскорбиновой кислоты в экстрактах.

Содержание витамина С (Х) в процентах вычисляли по формуле:

$$X = \frac{(V_1 - V_2) \cdot T \cdot V_3 \cdot 100}{m \cdot V_4} ,$$

где V_1 – объем 0,001 н. раствора 2,6-дихлорфенолиндофенола, пошедшего на титрование растительного экстракта, мл; V_2 – объем 0,001 н. раствора 2,6-дихлорфенолиндофенола, пошедшего на титрование холостого опыта, мл; V_3 -объем извлечения, соответствующий всей навеске, мл; V_4 – объем извлечения, взятого для титрования, мл; m – масса навески.

Каждый образец исследовали по 4 раза. Результаты эксперимента по исследованию содержания витамина С представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица1. Содержание витамина С в проростках гречихи

№	Семена гречихи	Содержание витамина С, мг %
1.	Без проращивания	2,1±0,1
2.	Проращивание велось 26 часов	2,5±0,2
3.	Проращивание велось 47 часов	2,9±0,2
4.	Проращивание велось 60 часов	3,8±0,3

Таблица 2. Содержание витамина С в проростках пшеницы

№	Семена пшеницы	Содержание витамина С, мг %
1	Без проращивания	2,5±0,1
2	Проращивание велось 26 часов	2,38±0,1
3	Проращивание велось 47 часов	2,29±0,2
4	Проращивание велось 60 часов	1,88±0,1

Выводы и рекомендации:

- Пророщенные зерна гречихи лучше употреблять в пищу на поздних сроках проращивания, а именно по истечению 60 часов, поскольку концентрация витамина С с их ростом возрастает.
- Пророщенные зерна пшеницы лучше употреблять в пищу на ранних сроках проращивания, а именно по истечению 26 часов, поскольку наибольшая концентрация витамина С наблюдается на этих этой стадии и при дальнейшем росте уменьшается.
-

Список литературы:

- ГОСТ 24556-89 Продукты переработки плодов и овощей. Методы определения витамина С
- Бутенко Л.И., Лигай Л.В. Исследования химического состава пророщенных семян гречихи, овса, ячменя и пшеницы // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 4-5. – С. 1128-1133; URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=31374>.
- Иванов М. И., Кашleva A. I., Разин А. Ф. Проростки - функциональная органическая продукция (обзор) // Вестник Марийского государственного университета. Серия "Сельскохозяйственные науки. Экономические науки". 2016. №3 (7). С. 19-29.
- Калорийность Пшеница проросшая. Химический состав и пищевая ценность. http://health-diet.ru/base_of_food/sostav/19984.php
- Стандарты. Классификация зерновых культур <http://www.zerno.avb.ru/spi/3/34.html>

СЕКЦИЯ 7. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АПК РЕГИОНОВ РОССИИ

ПОДСЕКЦИЯ 7.1. БУХГАТЕРСКИЙ УЧЕТ, ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

РЕФОРМИРОВАНИЕ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Абашина С.А.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Согласно исторических данных развитие аудита в России началось еще при Петре I, которым было введено звание аудитора. Должность аудитора совмещала в себе некоторые обязанности делопроизводителя, секретаря и прокурора. Аудиторов в России называли присяжными бухгалтерами.

Во времена Союза Советских Социалистических Республик, проверку бухгалтерской отчётности предприятий и организаций называли словом «ревизия». Привлекались бухгалтеры других предприятий для проверки бухгалтерского учета, какой либо организации. Проверка велась сплошным образом с целью вскрытия злоупотреблений и хищений. Следовательно, ревизия значимо отличалась от аудита финансовой отчётности в его классическом понимании.

В основном развитие аудита в России происходило в XIX веке, нодо сих пор остаются проблемные вопросы в практике и в теории. Это связано с изменениями, внесенными в Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" и переходом на международные стандарты аудита.

Первыми аудиторскими организациями в России являются представительства и дочерние предприятия, созданные специальным Постановлением Совета Министров СССР от 08.09.1987 № 1099-245 "О создании советской аудиторской организации". В 1987 году в Москве была создана первая аудиторская организация в форме акционерного общества «Инаudit». В начале аудит проводился на совместных предприятиях, созданных с участием иностранного капитала, из-за того что зарубежные партнеры требовали представления бухгалтерской отчетности, подтвержденной независимой аудиторской организацией, но однако в 1992 году акционерное общество «Инаudit» разделилось на несколько самостоятельных организаций. Позднее, в период с декабря 1993 года по август 2001 года, состоялось формирование российского аудита.

В это время были приняты Временные правила аудиторской деятельности, утвержденные Указом Президента Российской Федерации от 22.12.1993 № 2263 «Об аудиторской деятельности в Российской Федерации» и рядом других документов. Во Временных правилах прописывалось определение аудиторской деятельности, сфера аудита и цели аудита. Временные правила регулировали процедуры лицензирования и аттестации на право заниматься аудиторской деятельностью, данный документ действовал на правах закона. Основным аспектом во Временных правилах являлся раздел о подготовке аудиторского заключения.

В этот период государственное регулирование аудиторской деятельности осуществляла комиссия по аудиторской деятельности при президенте Российской Федерации и главной целью нормативного обеспечения аудита была разработка аудиторских стандартов, которых за данный период было разработано около 37. Также был создан департамент организации аудиторской деятельности и центральная аттестационно-лицензионная аудиторская комиссия министерства финансов России.

Следовательно, с августа 2001 года по декабрь 2008 года происходило формирование законодательного аудита, которое началось с принятия федерального закона от 07.08.2001 № 119-фз «об аудиторской деятельности», что показало окончательное формирование аудита в России и к тому же позволило принять ряд нормативных правовых актов по регулированию аудиторской деятельности и сделать шаг по пути интеграции российского аудита в международную аудиторскую систему.

произошедшие изменения в российской экономике привели к принятию нового федерального закона от 30.12.2008 № 307-фз «об аудиторской деятельности», основной причиной принятия которого стала либерализация регулирования аудиторской деятельности.

С января 2009 года по сентябрь 2017 года период саморегулирования аудиторской деятельности начался с вступления в силу закона фз №307«об аудиторской деятельности», в котором были сосредоточены основные положения на освобождение государства от выполнения ряда функций по регулированию аудиторской деятельности. Государственное регулирование аудиторской деятельности сводится к выработке государственной политики и ведению государственного реестра саморегулируемых организаций аудиторов, правовому регулированию в сфере аудита, анализу состояния аудиторского рынка в России [2].

В настоящее время в России действуют несколько саморегулируемых организаций аудиторов (сро), такие как:

- некоммерческое партнерство «российский союз аудиторов» (РСА),
- некоммерческое партнерство «аудиторская ассоциация содружество» (ААС),
- некоммерческое партнерство «аудиторская палата России» (АПР),
- некоммерческое партнерство «институт профессиональных аудиторов»(ИПАР),
- некоммерческое партнерство «российская коллегия аудиторов» (РКА). В таблице 1 представлены основные показатели деятельности СРО.

Таблица 1- показатели деятельности саморегулируемых организаций аудиторов[6]

	Год	Аудиторские организации				
		РСА	ААС	АПР	ИПАР	РКА
Количество членов Аудиторов, включая индивидуальных аудиторов	2015	5498	4444	5867	2230	3489
	2016	8493	5836	3267	802	1190
Финансовые показатели деятельности						
Доходы -всего, млн. Руб.	2015	68,3	51,8	82,2	26,4	37,7
	2016	69,0	53,6	81,1	21,9	38,7
Расходы за год-всего, млн. Руб.	2015	57,1	48,0	88,6	25,1	37,8
	2016	57,7	55,9	79,1	22,0	38,6
Компенсационные фонды						
Величина компенсационного фонда на 31 декабря, млн.руб.	2015	34,7	29,4	38,5	14,0	23,6
	2016	49,3	47,5	41,8	15,0	25,2
Прирост компенсационного фонда за год,млн.руб.	2015	3,1	4,3	3,2	1,4	3,2
	2016	14,6	18,1	3,3	1,0	1,6
Выплаты из компенсационного фонда	2015	0	0	0	0	0
	2016	0	0	0	0	0

На перспективу в России в ближайшие годы планируется:

- осуществление неотложных мер по совершенствованию основ функционирования рынка аудиторских услуг и развитию институтов аудиторской профессии и аудиторского рынка;
- реализация мер, направленных на дестимулирование недобросовестного поведения на рынке аудиторских услуг, повышение требований к аудиторским организациям, обслуживающим

общественно-значимые организации, и внедрение действенной системы учета таких аудиторских организаций;

- завершение формирования модели саморегулирования в сфере аудиторской деятельности;
- разработка новой модели квалификационного экзамена;
- осуществление мер по преодолению формализма в системе непрерывного повышения квалификации аудиторов;
- формирование условий, в том числе регуляторной среды, для перехода от формального внешнего контроля качества работы аудиторских организаций, аудиторов к контролю по существу;
- активизация участия в разработке международных стандартов в сфере аудиторской деятельности;
- завершение приведения инфраструктуры рынка аудиторских услуг в соответствие с международной признанной практикой;
- гармонизация законодательства Российской Федерации об аудиторской деятельности с едиными принципами осуществления аудиторской деятельности на территории ЕАЭС;
- активизация участия в руководящих и специализированных органах Международной федерации бухгалтеров;
- разработка и принятие новой редакции Федерального закона «Об аудиторской деятельности».

Поскольку Концепция носит целостный характер, максимальный эффект может быть достигнут при ее комплексной реализации. Однако в условиях текущей экономической ситуации и с учетом современного состояния института аудита ряд факторов может привести к задержке реализации отдельных положений Концепции в объеме, достаточном для появления позитивного результата в заданный период. [5]

Список литературы:

1. Лосева Н.А., Формирование и развитие аудиторской деятельности в России // Аудитор. -2013. -№ 9
2. Об аудиторской деятельности: Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2008 № 307-ФЗ
- 3.Рекомендации аудиторским организациям, индивидуальным аудиторам, аудиторам по проведению аудита годовой бухгалтерской отчетности организаций за 2014 год.
- 4.Суглобов А.Е., Бобошко В.И. Состояние и проблемы адаптации международных стандартов аудита в России // Международный бухгалтерский учет. 2013. № 2. С. 20 - 31.
5. Шеремед А.Д. Некоторые проблемы развития аудита в России // Аудит.-2017
6. WWW.MINFIN.RU

ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ДИАГНОСТИКИ РИСКА БАНКРОТСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЕМЕЛЬЯНОВСКОГО РАЙОНА

Григорян К.Г.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Экономически устойчивые и социально развитые сельские территории являются гарантом стабильности, самодостаточности и продовольственной защищенности государства, поэтому их стабильное развитие должно стать приоритетным направлением государства. Для эффективного осуществления антикризисного управления предприятием выявление неблагоприятных тенденций его развития на ранних стадиях, предсказание банкротства приобретают первостепенное значение. На финансовую устойчивость сельскохозяйственных организаций 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 и другие. Кроме того, отрасль сельское хозяйство характеризуется недостаточной инвестиционной привлекательностью, что негативно влияет на непрерывное функционирование организации, поэтому данная тема особенно актуальна на современном этапе развития экономики России [1].

Объектом настоящего исследования является группа финансово-хозяйственных предприятий Емельяновского района. Все исследуемые организации специализируются на животноводческой и растениеводческой продукции. Углубленный анализ проводился на СПК «Солонцы».

Процесс диагностики банкротства заключается в определении симптомов, показателей, параметров состояния банкротства, которые позволяют выявлять банкротство на ранней стадии и дать оценку деятельности предприятия [2].

В представленных таблицах была проведена диагностика риска банкротства предприятия на основе показателей платежеспособности и финансовой устойчивости СПК «Солонцы».

Таблица 1 – Анализ ликвидности баланса предприятия СПК «Солонцы», тыс. руб.

Актив	Годы		Пассив	Годы		Платежный излишек и недостаток	
	2015	2016		2015	2016	2015	2016
A1	531	2715	П1	51 230	41 780	-50 699	-39 065
A2	7670	13569	П2	-	-	7670	13569
A3	39832	41603	П3	2008	2008	37824	39595
A4	96 966	92 267	П4	91761	106366	-5 205	14 099
Баланс	144999	150154	Баланс	144999	150154	x	x

Из произведенных сравнений видно, что за два периода предприятие не имеет абсолютно ликвидного баланса. Наиболее ликвидные активы не покрывают наиболее срочные обязательства в отчетном периоде с недостатком, равным 39065 тыс. руб. То есть предприятие неспособно погасить текущую задолженность перед кредиторами в размере этой суммы.

Для оценки платежеспособности предприятия в краткосрочный период, произвели расчеты коэффициентов ликвидности, представленные в таблице 2.

Таблица 2– Расчет коэффициентов ликвидности СПК «Солонцы»

Показатель	На начало года			Нормативное значение
	2014	2015	2016	
Текущая ликвидность	0,46	0,94	1,39	≥2,0
Быстрая ликвидность	0,11	0,16	0,39	≥1,0
Абсолютная ликвидность	0,01	0,01	0,065	≥0,2

Показатели таблицы 2 свидетельствуют о том, что исследуемая организация является неплатежеспособной. Все значения коэффициентов ликвидности значительно ниже нормативных.

Так, в 2016 году значение коэффициента текущей ликвидности показывает, что предприятие неспособно погасить краткосрочные обязательства текущими активами.

Коэффициент быстрой ликвидности в 2016 году составил 0,39 это означает, что для повышения уровня быстрой ликвидности организации следует принимать меры, направленные на рост собственных оборотных средств и привлечение долгосрочных кредитов и займов.

Коэффициент абсолютной ликвидности за последний год показывает, что денежных средств и краткосрочных финансовых вложений предприятия недостаточно для покрытия краткосрочных обязательств.

Для определения долгосрочной стабильности предприятия были проанализированы показатели финансовой устойчивости в таблице 3.

Таблица 3- Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости СПК «Солонцы», тыс. руб.

Показатели	На конец года			Изменение 2016 года к, %	
	2014	2015	2016	2014	2015
Источники собственных средств	59 343	91 761	106 366	179,2	115,9
Долгосрочные кредиты и займы	3 659	2 008	2 008	54,9	100
Внеоборотные активы	96738	96966	92267	95,4	95,1
Наличие собственных источников формирования запасов и затрат	-37395	-5205	14099	-37,7	-270,9
Наличие собственных и долгосрочных заемных средств	-33736	-3197	16107	-47,7	-503,8
Краткосрочные кредиты и займы	62291	51230	41780	67,1	81,5
Общая величина источников	28555	48033	57887	202,7	120,5

формирования запасов и затрат					
Общая сумма запасов и затрат	21700	39832	41603	191,7	104,5
Излишек или недостаток собственных оборотных средств	-59095	-45037	-27504	46,5	61,1
Излишек или недостаток собственных оборотных средств и долгосрочных заемных источников	-55436	-43029	-25496	45,99	59,2
Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат	6 855	8 201	16 284	237,5	198,6
Тип финансовой ситуации	Неустойчивое финансовое состояние			x	x

Анализируя данную таблицу, следует отметить, что за 3 года на предприятии наблюдается неустойчивое финансовое состояние, это характеризуется недостатком собственных оборотных средств необходимых для финансирования текущей деятельности, а значит предприятие зависит от внешних источников.

В настоящее время существует множество моделей определения вероятности банкротства. С целью выбора оптимальной модели нами было проведено исследование наиболее часто применяемых моделей (табл. 4). В таблице представлены крупнейшие предприятия Емельяновского района в котором три предприятия являются банкротами- АО «Частоостровское», ЗАО «Элита», ООО «Енисей» и три действующих в настоящее время- СПК «Солонцы», ООО «Деметра», ОАО «Красноярскагроплем».

Таблица 4 – Результаты определения вероятности банкротства на примере сельскохозяйственных предприятий Емельяновского района

Название метода		СПК Солонцы	Вероятность	ООО Деметра	Вероятность	ОАО Красноярскагроплем	Вероятность
1		2	3	4	5	6	7
Модели Кольшкина	Модель №1	0,05	Зона неопределенности	1,08	Благополучное	0,61	Благополучное
	Модель №2	0,74		4,79	Благополучное	10,96	Благополучное
	Модель №3	0,65		5,03	Благополучное	8,85	Благополучное
Модель Зайцевой	K _{норма}	3,92	мала	-34,74	высока	1,02	мала
	K _{факт}	3,93		-16,7		0,4	
Модель Савицкой	15,53	очень мала	2,05	высокая	42,60	очень мала	
Модель Сайфулина и Кадыкова	1,69	низкая	11,2	низкая	3,8	низкая	
Модель Иркутской государственной экономической академии	0,67	Очень мала	3,54	Очень мала	5,97	Очень мала	
Название метода		АО Частоостровское	Вероятность	ЗАО Элита	Вероятность	ООО Енисей	Вероятность
1		8	9	10	11	12	13
Модели Кольшкина	Модель №1	-0,03	Банкрот	-5,88	Банкрот	-1,06	Банкрот
	Модель №2	0,78	Зона неопределенности	2,72	Благополучное	0,21	Банкрот
	Модель №3	0,32		2,42	Благополучное	-0,17	Банкрот
Модель Зайцевой	K _{норма}	2 345,32	мала	4,45	высока	6,47	мала
	K _{факт}	1 730,0		28,6		1,2	
Модель Савицкой	6,59	высокая	314,63	очень мала	-14,51	высокая	
Модель Сайфулина и Кадыкова	1,0	низкая	-23,7	Банкрот	1,5	низкая	

Модель Иркутской государственной экономической академии	-1,02	банкрот	-16,63	банкрот	-20,44	банкрот
---	-------	---------	--------	---------	--------	---------

Для выбора наилучшей модели диагностики риска банкротства предприятия нами была составлена сводная таблица результатов.

Таблица 5- Сводная таблица результатов

Название метода	Оценка соответствия результатов анализа моделей реальной ситуации					
	СПК Солонцы	ООО Деметра	ОАО Красноярск - агроплем	АО Часто-островское	ЗАО Элита	ООО Енисей
Модели Колышкина	Модель №1	+	+	+	+	+
	Модель №2	+	+	+	-	-
	Модель №3	+	+	+	-	+
Модель Зайцевой	+	-	+	-	+	-
Модель Савицкой	+	-	+	+	-	+
Модель Сайфулина и Кадыкова	+	+	+	-	+	-
Модель Иркутской государственной экономической академии	+	+	+	+	+	+

Представленная таблица 5 позволила сделать вывод, что наилучшими моделями для сельскохозяйственных предприятий Емельяновского района являются модель Иркутской государственной экономической академии и модель Колышкина №1. По данным моделям не установлено ни одного несоответствия по анализируемым показателям сельскохозяйственных предприятий Емельяновского района. Остальные модели имеют неточности с вероятностью 20- 50%.

Таким образом, по нашему мнению, для диагностики риска банкротства сельскохозяйственных предприятий целесообразно использовать модель Колышкина №1 и модель Иркутской государственной экономической академии.

Список литературы:

1. Бабич, Т.В. Государственная поддержка предпринимательства как основа развития сельских территорий. [Текст]: учебное пособие для вузов / Т.В. Бабич, С.-П., 2017
2. Зарубинский, В.М. Актуальная тема Банкротство и финансовое оздоровление / В.М. Зарубинский, Н.И. Демьянин // Финансовый менеджмент. - 2014. -№3. - с. 135-136.
3. Маслов, Б.Г. Методы диагностики вероятности банкротства [Текст] / Б.Г. Маслов, Н. В. Пчеленок. – М.: Управленческий учет. №2, 2014. – С.26.
4. Иванова, А. М. Оценка платежеспособности и финансовой устойчивости Красноярского края [Текст] / А.М. Иванова. // аналитическая записка, 2015. – С.62.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ

Дмитренко А.И., магистр

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В статье рассмотрен жизненный цикл предприятия, дан анализ условий возникновения кризиса.

Жизненный цикл предприятия базируется на концепции сопоставления этапов развития организации с выпускаемой продукцией, что в свою очередь определяет основные моменты на экономических стадиях развития.

Важно понимать первичную задачу предприятия перед началом выпуска продукции о значимости проведения специальных исследовательских работ и необходимых разработок, направленных на перспективу развития организаций.

Первичные затраты на разработки обуславливаются значительными финансовыми и материальными ресурсами, на которые потребуется изыскание дополнительных средств, что в свою очередь способствует более эффективному использованию производственных мощностей, а значит, увеличению прибыли при меньших затратах.[1]

При успешном старте не означает, что будет прибыль, так как рынок может быть наполнен конкурентами, необходимо найти свою нишу.

Предприятие должно определять оптимальный размер для данного момента и данной рыночной ситуации. Задача менеджера – постоянно вести работу по реализации производимой продукции, так как в нее вложены ресурсы, которые можно вернуть только с выручкой, плюс прибыль.

Опасаясь кризиса перепроизводства, следует изыскивать новые рынки сбыта по модернизации.

На каждой стадии жизненного цикла необходимо решать разные задачи, так как меняются объемы производства, технологии, предъявляются новые требования к руководству и исполнителю.

Рассмотрим особенности управления на отдельных стадиях производства.

К основным методам управления, на каждой стадии жизненного цикла относятся:

- на этапе зарождения, это постепенное внедрение на рынок сбыта с налаживанием эффективного маркетинга, с параллельным налаживанием связей и с поставщиками сырья, или готовой продукции, и с кредитными организациями. Особое внимание на этапе зарождения требуется уделять показателям платежеспособности финансовой устойчивости.

- на этапе роста особое внимание необходимо уделять модернизации производства, внедрение новых, высокоэффективных технологий, позволяющих обеспечивать постоянный рост качества продукции, снижая её себестоимость. Важным показателем роста предприятия является оборачиваемость и рентабельность.

- этап зрелости обуславливается мероприятиями, направленными на интенсивную и глубокую модернизацию и диверсификацию предприятия. Показателями эффективного функционирования в период зрелости являются рентабельность продаж, рентабельность активов и увеличение капитала, а также непрерывный рост оборачиваемости.

- в период спада ключевыми мероприятиями для стабильности являются – усиленный маркетинг, постоянная работа по повышению квалификации работников предприятия, и увеличение объёма производства. [2]

Наиболее важными показателями эффективности деятельности предприятия являются показатели платежеспособности и ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности и деловой активности, рыночной активности и рискованности. Правильно оперируя данными показателями, менеджер обязан поддерживать эффективность деятельности предприятия на необходимом уровне, т.к. повышение эффективности, является решающим материальным фактором реализации цели существования производства.

Стратегическое и оперативное управление, которое отвечает особенностям и задачам на каждом этапе развития производства, приведёт к обеспечению условий экономического роста, высокому качеству товаров и услуг.

Управленческая эффективность предприятия создает такую структуру, при которой процесс производства обеспечивает чёткое распределение ответственности и последовательность принимаемых решений, и контроль за исполнения. [3]

Список литературы:

- 1 Вечканов Г.С. Ежемесячный научно-практический журнал. [Текст] / Г.С. Вечканов. // Министерство экономического развития и торговли РФ. № 5, 2015. – С.23.
- 2 Емельянов, Е.Н. Жизненный цикл организационного развития [Текст] / Е.Н. Емельянов, С.Е. Поварницын // Организационное развитие – М.: Автореферат., 2014. – 164 с.
- 3 Лавизина, О.В. Некоторые аспекты управления жизненным циклом организации, понимаемой как социальная система [Текст] / О. В. Лавизина М.: Автореферат д. эконом. наук, 2014. – С.9.

АУДИТ РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Корман К.Ю.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Аудит расчетов с персоналом по оплате труда является одним из самых сложных процессов при проверке предприятия. Операции по заработной плате многочисленны, осуществляются регулярно, отличаются разнообразием и спецификой. Оплата труда работника это доход в денежной или натуральной форме, получаемый наемным работником за свой труд. Следовательно, аудит по оплате труда – это проверка соблюдения нормативно правовых актов при начислении оплаты труда, удержаниях из нее и правильности ведения бухгалтерского учета специалистом профессионалом.

Вместе с этим в обязанности аудитора входит проверка:

- правильности и полноты документального оформления и отражения в бухгалтерском учете операций по расчетам с персоналом;
- достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемых лиц в области расчетов с персоналом;

- соответствия порядки ведения бухгалтерского учета операций законодательству РФ;

- начисления налогов и платежей с фонда оплаты труда и выплат социального характера;

- соблюдения нормативно правовых актов, касающихся трудового законодательства;

- правильности начисления различных видов оплат и удержаний[6].

Аудит расчетов с персоналом по оплате труда регулируется следующими нормативными документами:

- Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 №197-ФЗ, который регулирует права и обязанности работников, порядок заключения трудового договора, рабочее время, время отдыха, порядок оплаты труда. Данный кодекс определяет также нормы труда, гарантии и компенсации и в нем отдельно выделена глава о трудовой дисциплине, охране труда и т.д.[4].

- Гражданский Кодекс Российской Федерации определяет имущественные и личные неимущественные отношения, основанные на равенстве, подчинению воли и имущественной самостоятельности участников. В данном документе имеются статьи, которые имеют название «цена работы», «порядок оплаты работы» (например, ст. 709, 711, 735, 746 и т.д.) [1].

- Налоговый Кодекс Российской Федерации регулирует начальственные отношения по установлению, введению и взиманию налогов и сборов, а также отношения, возникающие в процессе осуществления налогового контроля, обжалования актов налоговых органов, действий (бездействия) их должностных лиц и привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения[3].

- Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011г.№402-ФЗ, определяет ряд важных принципов и правил бухгалтерского учета, его ведение и основы контроля, а применительно к оплате труда - регулирование правил отражения операций по оплате труда в бухгалтерском учете предприятий [5].

- Федеральный закон «Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством» от 29.12.2006 №255-ФЗ, определяет условия, размеры и порядок обеспечения пособиями по временной нетрудоспособности, по беременности и родам граждан, подлежащим обязательному социальному страхованию.[6]

- Федеральный закон «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» от 24.07.1998 №125-ФЗ устанавливает правовые, экономические и организационные основы обязательного социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний, определяет порядок возмещения вреда, причиненного жизни и здоровью работника при исполнении им обязанностей по трудовому договору.

В ходе осуществления данного вида аудита к проверке предоставляются документы: подтверждающие расчеты по начислению и выдаче заработной платы, удержаний из начисленной заработной платы, а также приказы, личные карточки работников, наряды, листки по временной нетрудоспособности, ведомости выдачи заработной платы, бухгалтерский баланс, Главная книга, учетные регистры, пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

Рассмотрим поэтапно аудит расчетов с персоналом по оплате труда. Первым этапом является сверка сальдо по счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» на начало года (на одну и ту же дату) в балансе предприятия и в Главной книге с итоговыми суммами расчетно-платежных ведомостей. В случае выявления расхождений следует установить причины их возникновения. Суммы невыплаченной в конце месяца заработной платы должны соответствовать кредитовому сальдо по счету 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Второй этап – это проверка соблюдения трудового законодательства на предприятии; т.е. проверяется, как ведется оформление сотрудников и как построена система оплаты труда. При этом

проверяются приказы на прием, увольнение, поощрение, перевод и трудовые договоры, где оговорена система оплаты каждого конкретного работника, штатное расписание, табель учета рабочего времени, личная карточка на предмет достоверности, правильности их заполнения, соответствие требованиям и нормативам по начислению и выплате зарплаты [2].

На третьем этапе проверяется учет рабочего времени и начисление заработной платы работникам, состоящим на повременной оплате труда, который ведется согласно статьи 91 ТК РФ, с помощью табеля учета использования рабочего времени и расчета заработной платы и штатного расписания (ст. 57 ТК РФ), также в этом документе отражаются все данные по каждому работнику, включая отработанное время, дни отпуска, дни болезни, время нахождения в командировке [3].

Аудитор проводит проверку данных документов на предмет включения в них вымышленных лиц, количество отработанных конкретным работником дней, правильность применения тарифных ставок, заполнение всех реквизитов, наличие подписей ответственных должностных лиц.

На четвертом этапе аудитор приступает к проверке сумм начисленных пособий повременной нетрудоспособности, руководствуясь ст.14 Закона № 255-ФЗ "Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством", в котором указывается, что основанием для выплаты пособий являются больничные листы, выдаваемые лечебными учреждениями. Размеры пособия по временной нетрудоспособности, по беременности и родам, ежемесячное пособие по уходу за ребенком исчисляются исходя из среднего заработка работника, который рассчитывается за два календарных года, предшествующих тому, в котором наступил страховой случай [4].

На пятом этапе аудитор определяет правильность применения и своевременность перечисления в бюджет размера обязательных платежей во внебюджетные фонды. Также аудитор должен проверить, чтобы в платежи во внебюджетные фонды, которые относятся на себестоимость продукции, не попали суммы выплат, не включенные в себестоимость [5].

В заключении проверяется правильность составления бухгалтерских записей. Как известно, синтетический учет по начислению заработной платы ведется по кредиту счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», поэтому при начислении заработной платы и других выплат аудитору сначала необходимо определить их источники, а затем проверить бухгалтерские записи, выяснить правильность определения и достоверность отнесения на себестоимость продукции (работ, услуг) затрат на оплату труда и других выплат, так как выплаты могут производиться не только за счет себестоимости производства, но и прибыли [1].

При проверки расчетов по оплате труда наиболее распространенными являются следующие нарушения:

- отсутствие личных и трудовых договоров;
- отсутствие заявлений работников о предоставлении им льгот по НДФЛ;
- необоснованное списание на себестоимость продукции для целей налогообложения расходов на обучение, подготовку и переподготовку кадров;
- начисление доплат, надбавок и прочих выплат работникам, не указанных во внутренних локальных актах и трудовых договорах (контрактах);
- не включение в базу для расчета страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, выплат работникам, производимых за счет собственных средств организации (материальная помощь, премии, доплаты, оплата питания и т.д.);
- оформление отпуска, выплата суточных и компенсаций работникам, выполняющим обязанности по договорам гражданско – правового характера;
- многократное заключение гражданско-правовых договоров с одним и тем же физическим лицом на оказание одной и той же услуги в течение длительного периода времени.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 1 от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации Часть 2 от 26 января 1996 года № 14-ФЗ.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 года № 146-ФЗ.
4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ.
5. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ.
6. Федеральный закон от 29.12.2006 № 255-ФЗ "Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством".
7. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ "Об аудиторской деятельности".

8. Бычкова, С. М. Аудиторская деятельность. Теория и практика / С.М. Бычкова. - М.: Лань, 2016. - 320 с.
9. Галузина, С. М. Международный учет и аудит / С.М. Галузина, Т.Ф. Пупшиц. - М.: Питер, 2015. - 272 с.

ЛУКА ПАЧОЛИ И ЕГО ВЗГЛЯДЫ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ

Кольчева А.М. Ванькина Ю.А

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Бухгалтерский учёт является неотъемлемой частью современной экономической системы. Возникновение бухгалтерского учёта происходило постепенно, долго и неопределенно. Счетоводства было потребностями жизни. Учета стал родового, появление семьи и собственности. Для сохранения и использования индивидуального собственника к систематическому пересчету течением времени необходимость отражать имущества в списке. Сам список название инвентарного. возникла необходимость имущества, для использовали понятие (для каждого свой набор). С появлением возникла простая, отражающая одну хозяйственных операций.

Так же бухгалтерского способствовало велико XV столетия – книгопечатание. к новому этапу послужило двойной (дебетово-) записи. Научная закона двойной хозяйственных и разных способов его возникла в средние .

В 1494 г. систему записи ученый-математик - Лука в одиннадцатом трактате "О и записях" девятого сочинения " арифметики, геометрии, о пропорциях и отношениях". система получит "староитальянской"[1].

Фра Бартоломео де Пачоли – в небольшом городке Сан-Сеполькро на Тосканы и приблизительно в 1445 .

Чтобы оценить трактата Луки «О счетах и » нужно, прежде , посмотреть на то, какое заняли принципы, Пачоли в бухгалтерского учёта. все авторы признают, что запись счетов, считают заслугой Луки , существовала и до него. Лука придерживался взглядов, о том, что всё важное уже , и что основной задачей является наиболее построение курса .

Значимость Пачоли связана с двойной бухгалтерии. А так же он две цели учета.

1) информации о дел, ибо учет следует так, "чтобы можно без задержки получать сведения как тельно долгов, так и [2].

2) исчисление финансового , ибо "цель всякого состоит в том, приобрести дозволенно выгоду для своего " [3].

Первая цель к трактовке , что писал Пачоли о учете, как фиксации и событий, происходящих на , для управления им.

же цель не приводит к того, что получит финансового учета, а подчеркивает прибыли не столько как , оценивающего успешность деятельности, сколько как , ограничивающего цен.

Обе цели, стоящие учетом, достигаются с счетов и двойной . "Счета - Пачоли, - суть не как надлежащий порядок, овленный самим , при удачном которого он получает о всех своих и о том, идут ли эти дела его или нет" [4].

Труд выступал в первую в качестве теоретической . В нем не отражены многие финансовой , существовавшие в то время. К ним, в , следует отнести:

- 1) дополнительных и книг;
- 2) промышленных затрат;
- 3) баланса с аналитической . В то время формирование уже осуществлялось не для выверки сведений и книг, но и выступало в инструмента управления и ;
- 4) Ведение ностро и лоро;
- 5) ревизии и порядок баланса;
- 6) Методики , касающиеся прибыли;
- 7) Порядок средств и распределения по смежным периодам;
- 8) отчетной методами инвентаризации.

этих компонентов на недостаточный опыт .

В средние века при результатов хозяйственной итальянские счетоводы реальную или продажу активов . Развитие и усложнение и условий ведения привело к , что ни реальная, ни

фиктивная предприятия уже не позволяют исчислить финансовый , так как при ликвидации быть потеряна значительной доли активов, которые невозможно отдельно от остального комплекса.

Из трактата «О и записях» Луки следует, что бухгалтерский способ финансовых результатов предприятия связан со «Капитал», где они и . В случае прибыли, счета увеличивалось, а в убытка – уменьшалось. , примерно с XV , результаты хозяйственной стали фиксироваться на «Прибыли и убытки»[5].

был первой книгой по бухгалтерии с изобретения печатного с подвижным шрифтом Гуттенбергом г. Это обстоятельство в отличие от книг на эту тему широкому распространению о системе итальянской бухгалтерии. представлял собой полное руководство по применению системы бухгалтерского . Его можно смело завершенным трудом, так как в рассмотрена вся учета: от первичных в регистрах учета до бухгалтерских отчетов: книги и . Название 34 главы т говорит само за : «Как и зачем сальдо по счетам главной . О сумме сумм по и по кредиту как о последней баланса»[6].

расчета финансового получила еще большее в теории динамического , в рамках основное внимание уделяться категориям и расходов, а главной учета выявление финансового . Данная теория в академических кругах и в время.

на двойную систему произошел естественным , без принуждения и без создания организаций по на двойной учет, бухгалтеры сразу же ее преимущества перед системой . А именно, благодаря значению известных тождеств — итогов и итогов по всем счетам, а упоминаемой в комментариях к изданию процедуре , бухгалтер всегда мог ответить на , допущена или нет ошибка в учете. Хотя при процедура не отменялась, но использовалась уже не как учета, а как контрольная по приведению в соответствие книжного фактическому состоянию дел[7].

Пачоли стал из первых, в котором итальянский как средство выражения идеи. Принципы и , сформированные математиком, применение и в время. Основной Пачоли является не то, что он их, - ведь это было бы и так . Его вклад в том, что именно благодаря его бухгалтерский учет был в статус науки.

Пачоли- это не музеев древности, а наш , и идеи его всегда с нами, они питали, и еще долго питать бухгалтерскую мысль, до тех пор живы будут .

Список литературы:

1. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / под ред. Я. В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 2001. С 368.
2. Пачоли Л.: Трактат о счетах и записях. М. «Финансы и статистика», 1983. С18
3. ПачолиЛ.:Трактат о счетах и записях. М. «Финансы и статистика», 1983.С 20
4. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях. М. «Финансы и статистика», 1983. С 79
5. Кольвах О.И.: Научный подвиг профессора Кутера//Финансы и статистика.-М.-2014.- 136-140 с.
6. Рудакова Т.А.: Пользователи информации финансовой отчетности// Экономика.-М. – 2013.- 314-319 с.
7. Кузнецов А.В.: Двойная итальянская бухгалтерия: код Пачоли// Рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник АГУ». -2014.-№3(150).- 58-59с.

МЕТОДЫ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Лещенко В.А.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Себестоимость продукции является важным показателем производственно – хозяйственной деятельности предприятия. С точки зрения управления затратами главной целью систем калькулирования себестоимости продукции является объективное исчисление затрат на производство каждого ее вида.

При исчислении себестоимости видов продукции (работ, услуг) используют такие системы учета себестоимости, как система учета полной себестоимости, система фактической себестоимости, система учета «стандарт – кост», и система учета сокращенной себестоимости – «директ – костинг».

При учете по полной себестоимости, в нее включаются все издержки предприятия, связанные с производством и реализацией продукции, независимо от их деления на постоянные и переменные, прямые и косвенные.

Достоинства учета полной себестоимости заключаются в следующем:

- соответствие действующим в России нормативным актам по финансовому учету и налогообложению;

- корректная оценка стоимости запасов незавершенной и готовой продукции;

Однако с переходом к рыночным отношениям от систем учета затрат требуется и дополнительная информация, поэтому система учета полной стоимости имеет ряд недостатков. Так в ЗАО «Тубинск» в себестоимость продукции включаются затраты, не связанные непосредственно с ее производством. В результате происходит искажение рентабельности отдельных видов продукции, необоснованное завышение себестоимости.

Кроме того, происходит утрата объектами калькуляции индивидуальности из-за использования общих баз распределения при списании косвенных расходов.

Большим недостатком в настоящее время является невозможность проведения анализа, контроля и планирования затрат вследствие невнимания к характеру поведения затрат в зависимости от объема производства.

В современных условиях управляющие должны знать, во что обходится производство отдельных видов продукции, независимо от того какова заработка плата у директора и его помощников. Поэтому самая точная калькуляция не та, в которую после многочисленных и трудоемких расчетов включаются все затраты предприятия, а та в которую вносятся издержки, непосредственно обеспечивающие выпуск данной продукции (выполнение работы, оказание услуги). Решить эту задачу можно используя систему «директ – костинг». При этой системе можно установить связи и пропорции между затратами и объемами производства, получить информацию о прибыльности и убыточности производства в зависимости от его объема.

Данный метод является очень эффективным для управления затратами, к его плюсам относятся: установление пропорций между затратами и объемом производства; возможность выявления изменения маржинального дохода как по организации в целом, так и по различным видам продукции, выявления продукции с большей рентабельностью; отражение в отчете о финансовых результатах изменений прибыли из-за изменения переменных расходов, цен реализации и структуры выпускаемой продукции; проведение эффективной политики цен.

Мы предлагаем использовать в ЗАО «Тубинск» для калькуляции себестоимости продукции метод «директ – костинг», при котором отчет о доходах имеет финансовые показатели: маржинальный доход (сумма покрытия) и прибыль, так как в хозяйстве используется калькуляция с полным распределением затрат, не обеспечивающая всей информацией, которая необходима для эффективного управления затратами.

Исчисление маржинального дохода в ЗАО «Тубинск» даст возможность выявить более рентабельную продукцию и соответственно внести изменения в ассортимент выпускаемой продукции.

Особенностью показателя маржинального дохода в организации является то, что прибыль рассчитывается не по полным затратам, а с разделением их на прямые и постоянные, затраты цеха, затраты приходящиеся на группу продукции.

Рассмотрим калькуляцию себестоимости продукции с полным распределением затрат, применяемую в ЗАО «Тубинск» (табл. 1) и спрогнозируем калькуляцию себестоимости продукции по методу маржинального дохода (табл. 2).

Таблица 1 - Калькуляция себестоимости продукции с полным распределением затрат в ЗАО «Тубинск», руб.

Показатели	Молоко	Мясо КРС	Мясо лошадей	Мясопродукты КРС	Мясопродукты лошади
Цена единицы продукции	972,3	7247,7	5612,8	5165,2	1470,6
Полная себестоимость единицы продукции	968,6	5585,4	4923,4	7528,9	2426,5
Прибыль (убыток) на единицу продукции	3,7	1662,3	689,4	-2363,7	-955,9
Объем реализации продукции, ц.	89516	4609	235	1828	68

Выручка от реализации продукции, руб.	87036407	33404649	1319008	9441985,6	100000,8
Полная себестоимость на весь выпуск продукции	86705198	25743109	1156999	13762829	165002
Прибыль (убыток) на весь выпуск продукции	331209,2	7661540,7	162009	-4320844	-65001,2
Финансовый результат	3768914,1				
Ранжирование продукции по прибыльности	2	1	3	5	4

Таблица 2 – Калькуляция себестоимости продукции по методу «директ – костинг», руб.

Показатели	Молоко	Мясо КРС	Мясо лошадей	Мясопродукты КРС	Мясопродукты лошади
1	2	3	4	5	6
Цена единицы продукции	972,3	7247,7	5612,8	5165,2	1470,6
Прямые переменные затраты на единицу продукции	857,40	4944,20	4149,93	6256,52	1970,08
Маржинальный доход на единицу продукции	114,90	2303,50	1462,87	-1091,32	-499,48
Объем реализации продукции, ц.	89516	4609	235	1828	68
Выручка от реализации продукции, руб.	87036407	33404649	1319008	9441985,6	100000,8
1	2	3	4	5	6
Прямые переменные затраты на весь выпуск продукции	76751441	22787800	975234,5	11436911	133965,1
Маржинальный доход на весь выпуск продукции	10284966	10616850	343773,5	-1994925	-33964,3
Маржинальный доход в целом по предприятию	19216699,21				
Постоянные затраты в целом по организации	15447785,11				
Финансовый результат	3768914,1				
Ранжирование продукции по прибыльности	2	1	3	5	4

Сравнивая показатели таблиц 1 и 2 необходимо отметить, что, затраты, рассчитанные по методу маржинального дохода уменьшились по сравнению с применением учета по полной себестоимости. Маржинальный доход по методу «директ – костинг» выше, чем прибыль (убыток) по системе полной себестоимости. Это связано с тем, что на себестоимость продукции относятся только прямые затраты, что в свою очередь вызвало изменение в ранжированном ряду сельскохозяйственной продукции.

При калькулировании полной себестоимости в хозяйстве в нее включаются все издержки, связанные с производством и реализацией продукции, независимо от деления на постоянные и

переменные, прямые и косвенные. Общепроизводственные и общехозяйственные расходы распределяются на объекты калькулирования в соответствии с установленной базой распределения – это сумма прямых затрат на производство продукции за исключением стоимости семян в растениеводстве, кормов в животноводстве и сырья в промышленном производстве.

В результате применения в хозяйстве системы «директ – костинг» производственная себестоимость выпущенной и реализованной продукции будет формироваться только из переменных затрат, находящихся в прямой зависимости от технологического процесса и организации производства. По переменным расходам в организации должны также оцениваться остатки готовой продукции на складах на начало и конец отчетного периода и незавершенное производство.

Постоянные расходы, к которым относятся постоянная часть общепроизводственных и общехозяйственных расходов, не связаны непосредственно с производственным процессом и потому не включаются в производственную себестоимость продукции (работ, услуг), а относятся на уменьшение выручки от реализации продукции.

Для распределения общепроизводственных расходов в ЗАО «Тубинск» может быть использован комбинированный способ, который предполагает распределение общепроизводственных расходов на оплату труда – пропорционально основной заработной плате производственного персонала, остальной части общепроизводственных затрат – пропорционально условному поголовью скота в животноводстве. Такой подход обеспечит обоснованное и точное распределение указанных расходов, позволит объективность, гибкость, аналитичность учетной информации.

Данная система позволит проводить в организации эффективную политику ценообразования, а также упростит нормирование, планирование, учет и контроль затрат, в результате себестоимость станет более обозримой, а отдельные статьи затрат – лучше контролируемыми.

Список литературы:

- 1 Вечканов Г.С. Ежемесячный научно-практический журнал. [Текст] / Г.С. Вечканов. // Министерство экономического развития и торговли РФ. № 5, 2015. – С.23.
- 2 Емельянов, Е.Н. Жизненный цикл организационного развития [Текст] / Е.Н. Емельянов, С.Е. Поварницын // Организационное развитие – М.: Автореферат., 2014. – 164 с.

ЛИЗИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Мага С.А.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Термин лизинг (англ. leasing от англ. tolease – сдать в аренду) сегодня уже больше используется как обозначение различного рода сделок, основанных на долгосрочной аренде имущества. Лизинг представляет собой инвестирование временно свободных или привлеченных финансовых средств, при котором лизингодатель обязуется приобрести в собственность обусловленное договором имущество у определенного продавца с целью предоставить это имущество лизингополучателю за определенную плату на определенный срок с дальнейшим правом выкупа.

В настоящее время лизинг в России занял свое определенное инвестиционное место как реальная эффективная и гибкая организационно-финансовая схема запуска проектов, направленных на развитие и обновление основного капитала экономики. [2]Лизинг является важным источником среднесрочного финансирования предприятий во многих странах, независимо от их размеров и вида деятельности.

Для регулирования лизинговых отношений, в Российской Федерации применяются ряд нормативно-правовых актов, основными из которых являются: Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996, Федеральный закон от 29.10.1998 № 164-ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)" и Постановление Правительства РФ от 27.01.2014 № 58 «Об утверждении Положения о постановке на учет в Федеральной службе по финансовому мониторингу организаций, осуществляющих операции с денежными средствами или иным имуществом, и индивидуальных предпринимателей, в сфере деятельности которых отсутствуют надзорные органы».

Роль лизинга в экономике страны складывается под влиянием ряда факторов, к которым относятся наличие налоговых льгот для лизинга, уровень развития банковской системы и финансовой сферы в целом, отраслевая структура экономики и уровень изношенности основных средств. [1]Сегодня лизинговый рынок в России не только начал постепенно оправляться после нескольких

лет сокращения, но и перешел к росту. Восстановление рынка обусловлено стабилизацией макроэкономических показателей, увеличением государственных поддержек в виде субсидий.

Рынок лизинга в 2016 году начал приходить в себя после трехлетнего спада и кризиса 2014–2015 года, вновь достигнув положительных показателей и роста. Так в 2016 году объем нового бизнеса (стоимость имущества) показал рост на 36%, тем самым вновь достиг докризисной отметки 2011 года и поднялся до 742 млрд рублей (см.табл.1), данные изменения произошли благодаря стабилизации спроса, росту импортозамещения, улучшению условий банковского фондирования, увеличению межрегиональных сделок.

Таблица 1 – Индикаторы развития рынка лизинга

Показатели	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Объем нового бизнеса (стоимости имущества), млрд руб.	450	741	770	783	680	545	742
Темпы прироста, %	150	64,6	3,9	1,7	-13,2	-19,9	36,1
Сумма новых договоров лизинга, млрд руб.	725	1 300	1 320	1 300	1 000	830	1 150
Темпы прироста, %	130,2	79,3	1,5	-1,5	-23,1	-17	38,6
Объем полученных лизинговых платежей, млрд руб.	350	540	560	650	690	750	790
Темпы прироста, %	9,4	54,3	3,7	16,1	6,2	8,6	5,3
Объем профинансированных средств, млрд руб.	450	737	640	780	660	590	740
Темпы прироста, %	192,2	63,8	13,2	21,9	-15,4	-10,6	25,4
Совокупный лизинговый портфель, млрд руб.	1 180	1860	2530	2900	3 200	3 100	3 200
Темпы прироста, %	22,9	57,6	36	14,6	10,3	-3,1	3,2
Концентрация на топ-10 компаний в сумме новых договоров, %	62,4	66,5	63,0	65,0	66,4	66,0	62,2

Источник: RAEX, Эксперт РА. По результатам анкетирования ЛК

Согласно данным таблицы 1, можно отметить ряд показателей:

- сумма новых лизинговых договоров составила 1,2 трлн рублей на конец 2016 года;

- лизинговый портфель не только начал расти, но и достиг рекордной отметки – 3,2 трлн рублей (на 01.01.17), несмотря на большой объем полученных лизинговых платежей за предшествующий год;

- объем профинансированных средств за отчетный 2016-й год составил 740 млрд. рублей, что на 25% больше, чем профинансированных средств в 2015 году.

В структуре профинансированных средств в 2016 году преобладают банковские кредиты – 60,4%, что больше на 8,9%, чем в 2015 году, изменения произошли вследствие снижения банковских кредитных ставок (см.табл.2).

Таблица 2 – Структура объема профинансированных сделок

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1. Собственные средства	11,3	17,7	15,7
2. Банковские кредиты	54,6	51,6	60,4
3. Векселя	1,9	2,3	6,3
4. Облигации	13,6	13,9	3
5. Авансы	13,3	11,5	11,1
6. Прочие источники	5,3	3,1	3,5

Источник: RAEX, Эксперт РА. По результатам анкетирования ЛК

Стоит также отметить, что впервые с 2013 года доля лизингового бизнеса в ВВП на фоне его сокращения достигла 1,2%, что последний раз наблюдалось в докризисные 2011–2013 годы. [3]Как видно из данных по структуре объема профинансированных сделок, доля облигаций пошла на снижение с 14% до 3%, так как крупные компании начали менее активно использовать данный инструмент, незначительные изменения произошли в доле собственных средств и аванса

В 2016 году по данным Росстата и ЦБ РФ на лизинговом рынке количество сделок составило не менее 145 тыс., что больше на 12% по сравнению с 2015 годом, вместе с тем средняя стоимость сделки выросла на 22% и составила 8,2 млн. рублей, основные прибыльные сделки пришли только на конец года (рис.1).

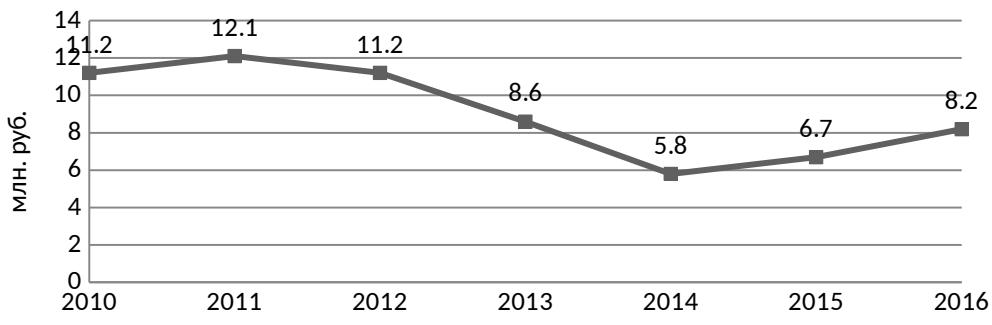


Рисунок 1 – Динамика средней стоимости лизинговой сделки

На лизинговом рынке также немалую долю занимают госкомпании и по итогам 2016 года доля таких компаний в объеме нового бизнеса составила около 51%, (на 2% ниже 2015 года). По мнению экспертов рейтингового агентства «Эксперт РА», данное снижение объясняется тем, что стало происходить наращивание сделок негосударственными компаниями, в том числе лизингодателями при банках и производителях. Кроме того, некоторые госкомпании в прошлом году существенно снизили объемы лизингового бизнеса.

Лидерами лизингового рынка являются такие компании как Государственная транспортная лизинговая компания стоимость имущества, которой составила на начало 2017 года - 122,8 млрд рублей (+157 % к 2015 году), с третьей на вторую позицию поднялась компания «Сбербанк Лизинг» (82,9 млрд рублей), а третью строчку занял прошлогодний лидер – «ВТБ Лизинг» (76,6 млрд рублей).

Лизинговый рынок в России состоит из следующих сегментов. Одним из крупнейших сегментов данного рынка является автолизинг (легковые и грузовые автомобили), доля которого составляет 35%, на втором месте по объему стоимости имущества находится авиализинг, который составляет 21% всего рынка и с темпом роста 36%. Железнодорожный сегмент, с каждым днем теряет свои позиции, снизив долю с 18% до 13%. Кроме того, по последним данным набирает обороты такой сегмент, как морские и речные суда. Наибольшее увеличение доли сегмента показали морские и речные суда – более 5%, по некоторым данным, не менее 75% объема нового бизнеса в данном сегменте пришлось на клиентов таких лизинговых компаний как «Сбербанк Лизинг» и государственная транспортная лизинговая компания. Всего по рынку из 17 основных сегментов, выделенных RAEX(Эксперт РА) в рамках исследования, продемонстрировали положительный и высокий темп прироста 10 сегментов, основные изменения в предметах лизинга представлено в рисунке 2.

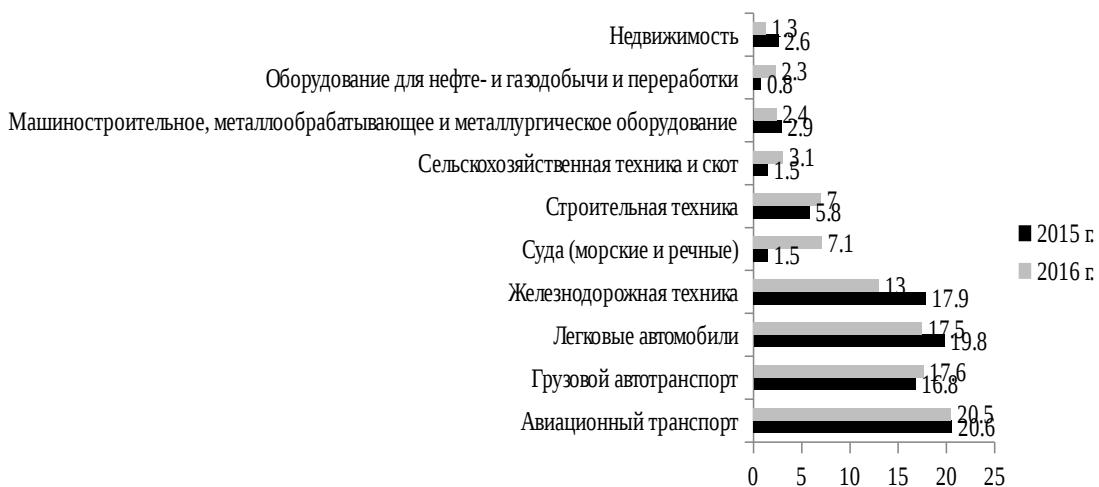


Рисунок 2 – Структура сегмента лизингового рынка

Анализ данных лизингового рынка за 2016 год позволяет делать вывод о росте лизингового бизнеса. Последующий рост также продолжился в 2017-м году. Таким образом, можно судить о прослеживающейся положительной динамике роста лизингового бизнеса и выходе из кризисной фазы. Согласно позитивному прогнозу на 2018-й год, объем нового бизнеса увеличится до 20% и

достигнет 1,3 трлн. рублей, при этом темпы лизингового бизнеса замедлятся. Кроме того, лизингодатели в 2018-м году должны сконцентрироваться на повышении своей эффективности, развивая продуктовые предложения и улучшая внутренние бизнес-процессы. Однако, стоит отметить, что структура рынка, которая будет сформирована в будущем, во многом будет зависеть от принятых в 2018-м году решений по реформированию рынка.

Список литературы:

1. Васильев. Н.М. Лизинг: организация, нормативно-правовая основа, развитие /Н.М. Васильев. – М.: ДеКА, 2011. – 176с.
2. Григорян А.А. Финансовое положение лизинговых компаний и основные тенденции развития лизингового рынка в России / А.А. Григорян, Г.А. Григорян // Лизинг. – 2018. - №1. – С.28-34.
3. Сорокина Т.А. Современный российский рынок лизинга: динамика прошедшего пятилетия / Т.А. Сорокина, Л.Н. Жилина // Международный журнал прикладных исследований. – 2016. - №7-2. – С.303-306; URL: <http://www.applied-research.ru/tu/article/view?id=9816> (дата обращения 20.01.2018).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Семибратьская И.А.

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

Красноярский государственный аграрный университет

В современных рыночных условиях большое значение приобретает процесс формирования информации о финансовых результатах, для определения величины которой аналитик должен досконально разбирать структуру и содержание доходов и расходов предприятия. Она является выражением основной части денежных накоплений, которые создает предприятие любой формы собственности. Однако, по некоторым хозяйственным операциям у предприятия может возникать обратный показатель прибыли – убыток, который появляется в процессе работы предприятия и способствует снижения рентабельности организации и уменьшению полученной части прибыли.

Само же понятие «прибыль» с развитием экономической теории претерпевало изменения и получала более сложные значения. Рассмотрим трактовки данного понятия с позиции разных ученых (таблица 1).

Таблица 1 - Научные взгляды понятия «прибыль»

Автор или источник определения	Определение
1	2
Толковый словарь русского языка С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова [1]	Прибыль – сумма, на которую доход, выручка превышают затраты на экономическую деятельность, на производство товара
Экономика. Толковый словарь [2]	Прибыль – разница между доходами и расходами предприятия за определенный период.
Современный экономический словарь [3]	Прибыль – превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров.
Банковская энциклопедия [4]	Прибыль – одна из форм собственности прибавочного продукта, выступающая как разница между продажной ценой товара и затратами на его воспроизводство.
Википедия [5]	Прибыль – положительная разница между суммарными доходами (в которые входит выручка от реализации товаров и услуг, полученные штрафы и компенсации, процентные доходы и др.) и затратами на это

	производство или приобретение, хранение, транспортировку и сбыт этих товаров и услуг.
А.Смит[6]	Прибыль – вся разница между добавленной трудом стоимостью и заработной платой; остаток после уплаты ренты; предпринимательский доход капиталиста.
Й. Шумпетер[7]	Прибыль – доход предпринимателей, получаемый в результате применения новых технологий.
К. Маркс [8]	Прибыль – прибавочная стоимость.
П. Э. Самуэльсон[9]	Прибыль – часть дохода от факторов производства, используемых непосредственно самими предпринимателями.
Дж. С. Милль [10]	Прибыль – является тем, что выгадывает капиталист, воздерживаясь от расточения, имеющегося у него капитала на собственные нужды и разрешая непосредственным производителям потреблять этот капитал для удовлетворения их нужд.

Проведя анализ таблицы 1 стоит заметить, что понятие прибыли имеет достаточно обширный ряд определений. Исходя из данных таблицы, стоит заметить, что имеется два подхода к оценке экономической природы прибыли.

Первый – прибыль представляет собой превращённую форму прибавочной стоимости (По К. Марксу), вторая – прибыль как доход от использования всех факторов производства (труд, земля, капитал. По П. Э. Самуэльсону)

Попробуем с учетом вышеизложенного выявить следующее комплексное определение понятия «прибыль». Прибыль – это экономическая категория, которая представляет собой обобщающий показатель финансовых результатов деятельности предприятия, определяющийся как разность между выручкой предприятия, полученной от реализации, и затратами на осуществление деятельности.

Прибыль считается особым систематическим ресурсом коммерческой организации, что является конечной целью ведения предприятия или корпорации. Данный показатель выражается в денежный форме-чистый доход предприятия на вложенный капитал, который характеризует вознаграждение за риск предпринимательской деятельности.

Стоит обратить внимание, что сущность прибыли предприятия, определяется в том, что прибыль является:

- Источник возрастания уровня рыночной стоимости организации;
- Основной источник развития предприятия;
- Индикатор кредитоспособности предприятия;
- Интерес участников собственности корпорации, так как именно они обеспечивают возможность роста капитала предприятия;
- Индикатор обеспечения конкурентоспособности организации при наличии устойчивого уровня прибыли;
- Обязанность выполнения предприятием обязательств перед государством как источник удовлетворения социальных нужд общества.

Объективной закономерностью нормального функционирования предприятия является поддержание необходимого уровня прибыльности. Недостаток прибыли или её неудовлетворение свидетельствует о неэффективности ведения предпринимательской деятельности и рискованности бизнеса, что является одной из главных причин банкротства предпринимателей.

Функции прибыли:

Прибыль является показателем, который наиболее полно отражает эффективность работы корпорации, качество и объем произведенной продукции, состояние и уровень производительности труда, уровень себестоимости продукции. Для оценки финансовой деятельности предприятия прибыль является важнейшим показателем. Она характеризует степень финансового благополучия и деловой активности предприятия. Также по прибыли определяют уровень авансированных средств и доходность вложений в активы предприятия.

Стимулирующая функция прибыли. Суть функции заключается в том, что прибыль является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов корпорации. Самофинансирование предприятия определяется полученной им прибылью. Доля чистой прибыли, за вычетом налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности и социального развития предприятия, а также материального поощрения работников. Рост потенциальных возможностей предприятия повышает степень деловой активности корпорации и создание его финансовой базы для самофинансирования.

Прибыль так же является частью формирования бюджетов разных уровней, поступая в бюджеты в виде налоговых отчислений наряду с другими поступлениями, тем самым, обеспечивая свои государственные функции и удовлетворяет социальные нужды, принимает участие в формировании благотворительных фондов, создании социальных и других проблем.

Таким образом, можно сделать вывод, что такое понятие как «прибыль» является достаточно сложным и разносторонним. Для того, чтобы эффективно управлять прибылью необходимо уметь определять долю влияния каждого фактора на ее рост или снижение, а также знать механизм формирования самой прибыли. Поэтому на данный момент становится актуальной проблема создания условий работы предприятия, которая будет соответствовать условиям текущей финансово-хозяйственной политики, которые будут способствовать увеличению прибыли предприятия и её оптимизации.

Список литературы:

1. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 7-е изд., – М.: «А ТЕМП», 2009. – 1062 с.
2. Экономика. Толковый словарь. — М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир". Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М.. 2000.
3. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М. 479 с.. 1999.
4. БАНКОВСКАЯ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ / Под редакцией С. И. Лукаш, Л. А. Малютиной. Днепропетровск 1994
5. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Прибыль>
6. Романовский М. В. Налоги и налогообложение. 6-е изд. / под ред. М. В. Романовского, О. В. Врублевской. – СПб.: Питер, 2009. – 528 с.
7. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Изд-во «Прогресс», 1982. – 401 с.
8. Маркс К. Заработная плата, цена и прибыль / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1983. – 63 с.
9. Самуэльсон П. Э. Экономика Т.П. / П. Э. Самуэльсон. – М: НПО «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992. – 416 с.
10. Милль Дж.С. Основы политической экономии с некоторыми приложениями к социальной философии / Пер. с англ., биограф. очерк М.И.Туган- Барановского - М.: Эксмо, 2007. - 1040 с.

ПОДСЕКЦИЯ 7.2. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Афанасьева А.С., Юданова К.А.

Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Шестая часть всех работников Российской Федерации не в силах обеспечить себя и свои семьи.

Основная часть бедных в Российской Федерации - это работающие люди с детьми, чья заработка не превышает двух прожиточных минимумов, в случае если детей двое, и 1,5 прожиточного минимума, если ребенок один. Приблизительно 60% всех бедных - это люди в трудоспособном возрасте, из них 9% труждятся.

То, что свыше 10 млн. трудящихся жителей России не имеют шансов гарантировать достойное существование для себя и собственной семьи, нельзя расценивать нормальной обстановкой. Для того чтобы значительно повысить доход, необходимо получить новую профессию, увеличить уровень образования или переехать, а рынок труда не гарантирует достаточно вакансий с более высокой заработной платой и сохранением профессионального статуса. В таком случае недостаток стимулирует занятость, что никак не приводит к увеличению доходов.

Столь огромное количество бедных из числа трудящихся свидетельствует о слабости среднего класса в Российской Федерации. Общество отказывается от квалифицированного труда в пользу неквалифицированного. Молодые квалифицированные сотрудники уходят с производства в сферу услуг, где возможно получать больше денег за менее квалифицированный труд, не высокие заработные платы формируют дефицит сотрудников в отдельных отраслях. Врач в Российской Федерации получает в среднем всего на 20% больше водителя, при этом в США разница составляет 261%, в Германии - 172% и даже в развивающейся Бразилии 174%.

Частично вопрос работающих бедных решил рост заработных плат некоторым сотрудникам здравоохранения, образования и науки, так же повышение МРОТ до прожиточного минимума трудоспособного населения с 1 мая 2018 года и поддержка семей с детьми (выплаты на первенца).

По сведениям Счетной палаты РФ на сегодняшний день в РФ 20,3 млн. человек имеют доходы ниже прожиточного минимума. Численность населения РФ на 1 июля 2017 года составила 146,8 млн. человек. Таким образом, каждый 7 житель РФ живет за чертой бедности. Согласно сведениям Росстата, в 2017 году истинные доходы жителей России стали меньше на 1,7%, в 2016 - на 5,9%, в 2015 - на 3,2%, в 2014 - на 0,7%.

Допустимый предел при котором остается возможность гарантировать более или менее приемлемое существование себе и своей семье, привязан к прожиточному минимуму.

Его размер на февраль 2018 составляет 10328 руб. - это и есть черта бедности в РФ. Если рассматривать статистику Росстата с начала 2000 годов, то тенденция до 2013 года положительная, так как количество бедных в государстве за эти годы сокращалось:

в 2000 их было 42,3 млн. человек (29%);

в 2006 - уже 21,6 млн. человек (15,2%);

в 2010 - и вовсе 17,7 млн. человек (12,5%).

С 2013 года количеством бедных начало увеличиваться: с 15,5 млн. человек в 2013 до 21,4 млн. или на 14,6 % в 2018.

Оценивая индивидуальные ощущения, 20% жителей России находят себя бедными. Интересно то, что черта бедности в США рассчитывается по сумме, на которую человек способен прожить день. Всемирный банк в качестве порога для абсолютной бедности установил необходимую сумму в 1,9 доллара. Согласно официальной статистики бедных в США так же много - 43,6 млн. человек (14,3%), при этом 90% самых бедных американцев обладают собственным жильем и автомобилем, а 50% - медицинской страховкой.

Растущее число жителей России за чертой бедности в 2018 году удручают еще и тем, что третья часть жителей вероятно способна преобразоваться в нищих.

В кратчайший период нищими могут стать 28,85% людей, - подобные сведения привел Институт Социального анализа и прогнозирования РАНХиГС.

В категорию высокого риска вошли жители России в возрасте от 45 лет не обладающие дипломом о высшем образовании и квалификации.

К причинам ухудшения ситуации и связанные с этим угрозы относятся:

потеря работы - 40 респондентов дали ответ, что за минувшие годы состояние компании, где они трудятся усугубилось, а 22 % ждут, что в скором времени будут уволены;

низкий уровень заработной платы: при зарплате вплоть до 30 тыс. руб. угроза утратить работу сохраняется у 16,4%, при заработках до 50 тыс. руб. 12,3%;

кредитная кабала - наибольшая нагрузка по кредитам падает на 26-35- летних.

Аналитики с удивлением выявили то, что в зону риска угодила одна четвертая жителей России наиболее активного возраста - 26-35 лет. Непосредственно к данному периоду времени человеку как правило удается уверенно встать на ноги, для того чтобы подумать о своем жилье и семье, однако в современной ситуации у трети жителей попросту не имеется на это финансовой возможности.

Последние 3 года жителям России понадобилось переключиться в режим экономии из-за падения реальных доходов.

В минувшем году уже 70% семей стали сокращать затраты на обновление гардероба, продукты питания, отдых, поездки в отпуск, лекарства. Безусловно, экономия необходима даже при весьма прочном экономическом состоянии, однако в случае если семья начала отказывать себе в требуемых продуктах, либо в медицинских препаратах, ее можно считать бедной.

Что необходимо сделать, для того чтобы не обнищать?

Во-первых, внедрение санкций побуждает формирование Российской индустрии и иных отраслей, а следовательно, должны появляться новые рабочие места. И в данной взаимосвязи совет может являться только лишь один - не вешать нос, а постоянно находить работу, в особенности в случае если возникает опасность утраты прежней.

Во-вторых, увеличивать степень своего образования, учится новому. Чем больше человек умеет, тем ему легче трудоустроится. Не нужно держаться за родное село и приготовится к переезду, в случае если место подвернется в ином городе или даже регионе.

В-третьих, укреплять состояние здоровья, для того чтобы не тратиться на медикаменты и лечение. К тому же болеющий индивид ни как не способен полноценно работать.

В-четвертых, увеличивать круг общения и устанавливать индивидуальные контакты с людьми, которые могут помочь в поиске работы.

В-пятых, не забывать о кредитной ответственности и не брать займы, в случае если имеется риск их невыплаты. Долги - один из наиболее известных и стремительных методов уйти на дно.

Не защищенным слоям населения - многодетным семьям, людям пенсионного возраста, инвалидам, имеющим доходы ниже прожиточного минимума, необходимо непосредственно контактировать с органами соцзащиты.

Таким образом, важной составляющей в экономической политике каждого государства является разрешение трудностей с бедностью людей.

А для того чтобы уменьшить уровень бедности, в РФ следует в первую очередь повысить занятость общества, и гарантировать высокий уровень доходов для трудящегося населения.

Список литературы:

1. Четыре бедности в России 2018: что говорит Росстат. Федеральная служба статистики // Официальный сайт [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 16.03.2018).

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Глухих Д.В.

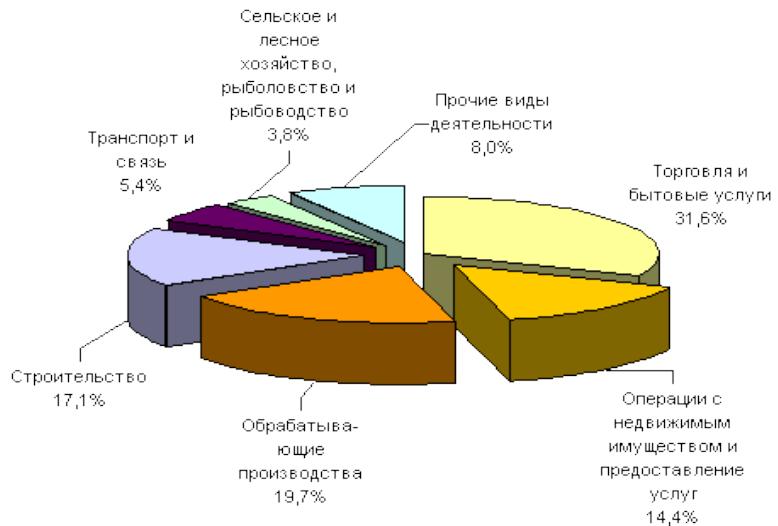
Научный руководитель: к.э.н., доцент Шадрин В. К.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Данную тему считаю важной для России на сегодняшний день. Как показывает опыт развитых стран, малое и среднее предпринимательство имеет весьма и весьма большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами надлежащего качества, на создание новых дополнительных рабочих мест, то есть решает многие текущие экономические, социальные и другие проблемы. Опыт передовых стран современного мира со всей безусловностью доказывает необходимость присутствия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного малого предпринимательского сектора. Поэтому возрождение России неосуществимо без соответствующего этому развитию данного сектора.

экономики, так как именно он является тем локомотивом, который буквально волочит за собой экономический и социальный прогресс.

Сектор малого наиболее активно овладевает новыми видами и рыночными «нишами», способствует приближению товаров и к потребителю, в отраслях, нерентабельных для крупного . Важным качеством предпринимательства является широкая эксплуатация небольших локальных источников сырья, к форсированному инвестиций и оборачиваемость оборотных . Еще одной отличительной чертой этого является активная деятельность, способствующая развития различных экономики.



соотношение присутствия бизнеса в или иной экономики РФ[3]

В настоящее в формировании предприятий большую проявляют крупные . Они передают бизнесу возможность вести виды производства, тесные связи рынком, проводить научные разработки.

Перспективы

предприниматели считают, в современных малый бизнес достаточно сложно. финансовый кризис в той иной степени всех сферах , у людей доходы и, следствие, уменьшился на товары предлагаемые услуги. предприятиям приходится большие усилия, "остаться на " и получать от своей . Правительство Российской объявило о , что намерено поддерживать малый с помощью законов, кредитных , субсидий и

Малый бизнес стать важным фундаментом, с которого буден поворот к положительным процессам в , к созданию хозяйственной среды. для того, малый бизнес воплотить в жизнь все , для решения он предназначен, того, чтобы мог в объеме реализовать в нем и использовать свои преимущества, его поддержка стороны государства.

Так к 2030 году Красноярский край войдет в первую десятку регионов страны по главнейшим показателям, характеризующим уровень развития малого и среднего бизнеса.

- На стадии создания – путем популяризации предпринимательской деятельности и формирования позитивного образа предпринимателя, развития системы менторства и обучения граждан желающих заняться предпринимательской деятельностью, облегчения процедур входа в бизнес, развитие системы страхования рисков в бизнесе
- На стадии роста – Поощрение инвестиционных процессов, плотного сотрудничества с образовательными институтами, коопераций и субконтрактаций предприятий малого и среднего бизнеса с крупными компаниями.
- На стадии выхода на международный и межрегиональный рынок – путем заверения марки товаров изготовленных на современном и экологичном оборудовании специальным брендом.

В 2018 году минэкономразвития планирует уменьшить ставку по ссудам малому бизнесу на 3%, данные меры будут выгодны как предпринимателям так и банкам благодаря стимулированию кредитования малого бизнеса. Снижение % для заемщика до 6,5%.

На данный момент действует программа поддержки субъектов малого и среднего бизнеса в рамках которой % ставка по кредитам для малых предприятий будет равна 10,6%, и 9,6% для среднего бизнеса.

Новые стандарты ведения бизнеса будут направлены не в количество продукции, а на качество производимой продукции, работ, услуг.

В структуре оборота малого и среднего бизнеса увеличится доля оборота предприятий занятых в производственной сфере, включая сектор информационных технологий, высокотехнологичные, передовые сектора, а так-же предприятий занятых в области платного образования и медицины.

В связи с большой плотностью населения развитие малого и среднего бизнеса ощутимо в городах и поселках – административных центрах крупных муниципальных районов. Развитие малого бизнеса имеет наибольшее значение для сельских территорий без выраженных преимуществ, развитого производственного сектора и потенциала для реализации значительных инвестиционных проектов.

Дополнительным резервом развития территорий края, источником пополнения местного бюджета является легализация «теневой» экономики в сфере предпринимательства, в том числе сокращение неформальной занятости.

Факторами ограничивающими развитие малого и среднего бизнеса в крае, являются:

- Не редкие изменения основных правил ведения бизнеса
- Урезанный доступ к финансово-кредитным ресурсам, гос. закупкам, закупкам крупных организаций.
- Высокий уровень административного вмешательства в деятельность хозяйственных субъектов.
- Недоразвитость производственной инфраструктуры
- Сложная организация подключения коммунальных и энерго служб.
- Недостаток квалифицированного персонала на предприятиях малого бизнеса
- Ограниченностность местных потребительских рынков из-за низкой плотности населения.

Для перечисленных проблем энергично создавалась система государственной помощи малого и среднего бизнеса в виде:

- Материальной помощи – предоставление субсидий, грантов на компенсацию части затрат, связанных с предпринимательской деятельностью, микрозаймов и гарантов, налоговых преференций.
- Нематериальной помощи – информационно-консультационная и обучающая поддержка, поддержка роста экспортного потенциала предприятий края, контроль за принятием нормативно-правовых актов, оказывающих влияние на предпринимательскую активность, деятельность совещательных органов при Губернаторе и органах исполнительной власти.

Цель поддержки малого и среднего бизнеса в Красноярском крае – Стабильное и прогрессивное совершенствование малого и среднего бизнеса, обеспечивающего повышение уровня и качества жизни населения, создание новых рабочих мест, увеличение уровня доходов, удовлетворение потребительского спроса на рынке товаров и услуг, нивелирование асимметрии социально-экономического развития территорий края.

Список литературы:

1. http://www.0ck.ru/ekonomika_i_ekonomicheskaya_teoriya/razvitiye_malogo_biznesa_2.html
2. <http://fb.ru/article/243711/kogda-rossiya-vyiydet-iz-krizisa-mnenie-ekspertov>
3. Мытарев В. Что еще ждать России от мирового финансового кризиса //РИА Новости

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Горбунова Д.Д.

Научный руководитель: доцент Киян Т.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Новая политическая программа ООН до 2030 года включает в число своих приоритетов достойный труд для всех мужчин и женщин и достойную оплату труда. Главная цель данной программы: повышение заработной платы и сокращения неравенства в оплате труда, повышение дохода для 40% малоимущего населения планеты. Определяющим показателем в этой сфере выступает доля оплаты труда в ВВП, отражающая взаимосвязь средней заработной платы и производительности труда. Заработка плата имеет важное значение для экономики и политики, устойчивый рост заработной платы является определяющим условием для повышения совокупного спроса, чрезмерное неравенство в оплате труда способствует замедлению экономического роста и разрушает социальное единство. Отношение суммарной номинальной заработной платы к объему ВВП в России составляет около 38%, тогда как в развитых странах она колеблется в рамках 50-60%[2]. Причины низкого уровня заработной платы в России:

- тенденция к сохранению общего низкого уровня оплаты труда по сравнению со странами с развитой рыночной экономикой. По результатам обследования Госкомстата России доля работников с заработной платой ниже прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации составляет более 30 процентов. Увеличивается и без того необоснованно высокая дифференциация в заработной плате между отраслями, регионами, отдельными предприятиями и категориями работающих;

- работодатели продолжают допускать массовые нарушения трудовых прав работников на своевременную оплату выполненной работы (задержка заработной платы). Основная масса задолженности (83%) приходится на производственные отрасли. По отношению к среднемесячной заработной плате она составляет около 30%. В образовании, здравоохранении и культуре доля задолженности составляет примерно 5% среднемесячной зарплаты;

- низкий уровень минимальной заработной платы, который прямым образом воздействует на занижение цены рабочей силы на рынке труда, резкое усиление дифференциации заработной платы между работниками, способствует процветанию так называемых «скрытых» форм заработной платы, различных способов вывода ее из - под налогообложения.

В 2016 году группа стран большой двадцатки призвала проводить макроэкономическую политику, направленную на достижение существенных темпов роста заработной платы и производительности труда, а также руководствоваться в области заработной платы принципом реализации долгосрочных мер, при котором мощные инструменты и институты рынка труда – такие как минимальная заработная плата и коллективные переговоры – могут способствовать более адекватному соответствуию между ростом оплаты труда и ростом производительности.

Реализация на всех уровнях политики, обеспечивающей стабильные темпы роста заработной платы и справедливое распределение плодов прогресса, требует решительных и масштабных мер. Они должны учитывать как долгосрочные тенденции, так и текущую ситуацию. Но прежде всего адекватная политика должна иметь в виду конкретные факторы, определяющие позитивную или негативную динамику заработной платы и неравенства в оплате труда. Поэтому при формировании национальной политики следует в каждом случае учитывать модели и факторы экономического развития, при этом не забывая, что многие тенденции могут иметь широкий резонанс в странах, находящихся на аналогичном этапе развития.

Минимальная заработная плата и коллективные переговоры потенциально могут привести к сокращению неравенства в оплате труда одновременно как между предприятиями, так и внутри них.

МОТ приняла международные трудовые нормы в отношении коллективных переговоров и минимальной заработной платы, а недавно опубликовала руководства по обеим этим темам, подчеркивая тем самым, что минимальная заработная плата и коллективные переговоры дополняют друг друга как инструменты политики.

Предприятиям принадлежит особая роль в сдерживании неравенства в социальном приемлемых рамках путем саморегулирования. Во многих случаях руководство предприятий самостоятельно определяет размер оплаты своего труда, а акционеры зачастую не могут обеспечить ему справедливое вознаграждение в соответствии с социальными ценностями или даже результатами работы предприятия. Устойчивые предприятия должны участвовать в механизмах социального диалога и поддержания трудовых отношений на надлежащем уровне, таких как коллективные переговоры, а также информирование, консультации и участие работников. Это эффективные взаимовыгодные

инструменты, так как они способствуют распространению единых ценностей, доверия и сотрудничества, а также социально ответственного поведения.

МОТ, признавая, что неравенство и дискриминация несовместимы с развитием устойчивых предприятий, подчеркивает важность формирования среды, благоприятной для создания и роста или реструктуризации предприятий на устойчивой основе. В такой благоприятной среде правомерное стремление к прибыли как один из главных факторов экономического роста сочетается с требованиями развития на основе уважения человеческого достоинства, сохранения устойчивости окружающей среды и достойного труда.

Институты рынка труда и меры в области заработной платы не смогут эффективно сократить неравенство до тех пор, пока не будут обеспечивать защиту и охват уязвимых, неблагополучных или дискриминируемых категорий трудящихся. Гендерный разрыв в оплате труда – разница в средней заработной плате между мужчинами и женщинами – остается проблемой во всем мире. Он имеет место на предприятиях любого типа, но особенно велик на предприятиях с более высокой средней оплатой труда. Это показывает, что сертификация рабочих мест на уровне предприятия остается важнейшим дополнением к законодательству, гарантируя право на равную оплату за труд равной ценности, эффективное соблюдение этого права со стороны государства и действенный доступ работников к правосудию для защиты своих прав. Меры ограничения размера оплаты труда руководства также могут сузить широкий гендерный разрыв в оплате труда, существующий, по данным доклада, между мужчинами и женщинами, занимающими руководящие должности.

Вышеуказанные меры сокращения неравенства, разумеется, не исчерпывают весь арсенал средств. Решение проблемы низкой оплаты труда и неравенства с помощью мер налогово-бюджетной политики в форме налогов и трансфертов. Во многих развитых странах налогообложение стало менее прогрессивным в последнее время, что привело к углублению неравенства на рынке труда. Утрату системой своего прогрессивного характера можно отчасти компенсировать за счет мер, предотвращающих уклонение организаций и физических лиц от уплаты налога на доходы и устанавливающих адресные налоговые льготы для малоимущих домохозяйств. Более дифференцированное и прогрессивное налогообложение может также ограничивать оплату труда руководящих кадров, сокращая стимулы требовать больше за свой труд. Не менее важно и то, что налогово-бюджетная политика может решать проблему неравенства за счет трансфертов менее благополучным домохозяйствам в форме либо прямых денежных выплат, либо возможностей или гарантий трудоустройства в государственном секторе, либо субсидий на питание и т. д. Хотя во многих странах произошло расширение системы социальной защиты, значительная часть населения мира по-прежнему лишена медицинского страхования и пенсий по возрасту, а еще больше людей живут в условиях отсутствия детских и семейных пособий, а также пособий по безработице и временной нетрудоспособности в случае болезни, травмы или беременности.

Важные меры комплексной политики, косвенно влияющие на заработную плату и ее распределение. К таким относится доступность качественного образования, наличие программ повышения квалификации рабочей силы, а также служб, обеспечивающих подбор вакансий в соответствии с параметрами соискателей рабочих мест. Они также включают в себя ряд мер для решения вопросов различия в заработной плате при нестандартных формах занятости (это особенно касается временных работников), которые находят все большее распространение во многих промышленно развитых странах, а в развивающихся имеют тенденцию занимать те сегменты рынка труда, которые прежде ассоциировались со стандартными рабочими местами.

Эти меры призваны реализовать принцип равенства в обращении между теми или иными категориями работников, исключить дискриминацию по профессиональному признаку, а также сократить косвенную дискриминацию по признаку пола и предотвратить использование нестандартных форм занятости исключительно в целях снижения трудовых затрат за счет снижения оплаты и ухудшения условий труда тех или иных категорий работников.

Список литературы:

1. Заработка плата в мире в 2016-2017 гг. www.trudkontrol.ru
2. Лукьянчикова Т. Труд и капитал: трудовые конфликты или социальное партнерство/ Т.Лукьянчикова, Т. Ямщикова// -Экономист.-2017.- №5.-С. 77-88.

ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Грудева А.Е.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Шадрин В.К

В условиях рыночной экономики фискальная политика является главной частью государственной экономической политики.

Фискальная политика – это политика правительства в области налогообложения, государственных расходов, государственного бюджета, направленная на обеспечение занятости населения и предотвращение инфляционных процессов. Так как государственная казна пополняется в основном за счет налогов, фискальная политика также называется бюджетно-налоговой политикой.

Представление фискальной политики как реального инструмента государственного регулирования экономики связано с именем Дж.М. Кейнса и кейнсианцами (А. Пигу, Р. Харрод, Э. Хансен). С точки зрения кейнсианской теории, сущность фискальной политики состоит в управлении в определенных целях совокупным спросом посредством манипулирования налогами, трансфертами и правительственными закупками .

Одна из важнейших функций фискальной политики состоит в поиске источников и способов формирования централизованных государственных денежных фондов, средств, позволяющих реализовать цели экономической политики. Инструменты фискальной политики применяются государством, чтобы изъять влияние на совокупный спрос и совокупное предложение, способствовать стабилизации экономической ситуации, проводить антициклические меры, противодействующие чрезмерным колебаниям экономических параметров, угрожающим возникновением кризисных явлений.

В целом фискальная политика выражается в совокупности государственных мероприятий по организации управления финансовыми ресурсами государства, их использовании в целях решения социально-экономических проблем страны.

Фискальную политику принято подразделять на два типа: автоматическую и дискреционную. Автоматическая фискальная политика связана с действием встроенных (автоматических) стабилизаторов.

- Автоматические стабилизаторы – это не зависящие от политики государства механизмы, сглаживающие спады и подъемы в экономике. Действие автоматических стабилизаторов влияет на изменение объема производства, уровня цен и ставок процента. Стабилизаторы при изменении спроса обеспечивают плавное изменение выпуска продукта. Действие автоматических стабилизаторов отражается автоматическим стабилизаторам относятся: 1) подоходный налог; 2) косвенные налоги; 3) пособия по безработице; 4) пособия по бедности.

- Дискреционная фискальная политика представляет совокупность результативных финансовых мер правительства, принимаемых в дополнение или в изменение постоянно действующих правил. Основными орудиями дискреционной фискальной политики являются: 1) изменение программ, общественных работ и других программ, связанных с расходами; 2) изменение программ расходов «трансфертного» типа; 3) циклические изменения уровня налогов. Государственная программа занятости является одной из мер в борьбе с безработицей и стабилизации экономики. Осуществляется эта программа за счет средств государства и местных органов власти.

Набор инструментов фискальной политики включает государственные субсидии, манипулирование различными видами налогов (личный подоходный налог, налог на корпорации, акцизы) путем изменения налоговых ставок или аккордных налогов. Кроме этого, к инструментам фискальной политики относятся трансфертные платежи и другие виды государственных расходов.

Состояние налоговой системы обуславливается от уровня экономического развития страны и способности государства взимать налоги. А на них, в свою очередь, сильно влияет внутренняя социально-политическая обстановка.

После Второй мировой войны и до начала 1980-х годов налоговая система СССР была весьма устойчива. Серьезных колебаний объемов и структуры налоговых поступлений не отмечалось. Доходы консолидированного бюджета СССР формировались из налога с оборота, платежей из прибыли предприятий, подоходного налога с населения и выручки от внешнеэкономической деятельности.

Основной перелом наступил в 1985 году, когда начались процессы, которые подорвали налоговые поступления в бюджет и спровоцировали острый бюджетный кризис 1990а–1991 годов.

Во-первых, были проведены частичные реформы экономики централизованного планирования. В начале 1980-х годов для руководства страны стало очевидным замедление темпов роста экономики.

Для преодоления этой тенденции была предпринята попытка дополнить жесткие директивные методы управления предприятиями экономическими стимулами.

Основы ныне действующей налоговой системы Российской Федерации заложены в 1992 г., когда был принят большой пакет законов РФ об отдельных видах налогов. 21 ноября 1992 года указом президента Российской Федерации была образована самостоятельная Государственная налоговая служба РФ, на которую были возложены основные функции по разработке и реализации налоговой политики в стране.

Наиболее важные реформы налоговой системы были реализованы в программе 2000-2002 года.

Эта масштабная программа была проведена в беспрецедентно короткие для мировой практики сроки. Следствием этих мер стало более равномерное распределение налоговой нагрузки на всех налогоплательщиков, изменение в положительную сторону структуры поступлений, улучшение администрирования, легализация многих налогоплательщиков. Важнейшим промежуточным результатом стало реальное снижение общей налоговой нагрузки на экономику, поддерживающее дальнейший экономический рост.

Тема фискальной политики на сегодняшний день весьма актуальна, так как экономика Российской Федерации переживает далеко не самые лучшие дни, и от того, как правительство будет осуществлять бюджетно-налоговую политику зависит судьба каждого человека, живущего в нашей стране и судьба всей страны в целом. В настоящее время правительству надлежит, путем снижения ненужных государственных расходов, минимизировать налогообложение субъектов хозяйствования, тем самым создавая наиболее благоприятные условия для развития бизнеса, и в то же время не лишить трансфертовых выплат тех, кто в них действительно нуждается.

Подводя итог, хотелось бы преимущественно отметить, что в любом случае государство, имея возможность применять все основы финансовой политики, обладает мощнейшим инструментом, позволяющим весьма оперативно бороться с любыми трудностями, которые бы не овладевали переходной российской экономикой.

Список литературы:

1. Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: Учебное пособие/Под ред. д.э.н., проф. А.В. Сидоровича; МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2001. – 832 с.
2. Райзберг Б. А. Курс экономики / Б.А Райзберг - Учебник. ИНФРА-М. – М.: 2004.

ПРОБЛЕМА МОНОПОЛИЙ И БОРЬБЫ С НИМИ В РОССИИ И КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ **Злобин А.А.**

**Научный руководитель к.э.н., доцент Шадрин В. К.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Проблема появления монополий всегда преследовала рыночные отношения. Будь то США на момент своей независимости или же современная Европа. Однако Россия всегда являлась совершенно самобытной страной, и в вопросе монополий наша индивидуальность вновь заявила о себе. Российская монополия несколько отличается от Европейской и Американских. Однако перед тем, как переходить к Российским реалиям, для начала стоит сказать, что же такое монополия и почему с ней надо бороться?

Монополия - это крупная фирма, предприятие, которое полностью контролирует какой-либо конкретный сегмент рынка и является единственным производителем данного товара или услуги. Монополии опасны тем, что мешают развитию конкуренции, а без конкуренции рыночная экономика не может равномерно и плавно развиваться. Кроме того, не имея конкурентов на рынке, монополисты теряют стимул к развитию производства, за счёт научного прогресса и улучшения качества продукции.

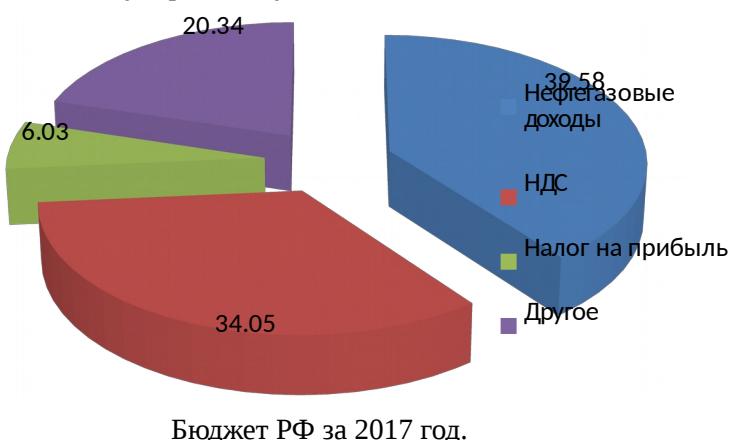
Эту проблему рассматривали многие выдающиеся экономисты, со времён появления такой формы организации рынка с монополиями боролись, их ограничивали, иногда даже пытались возвести в абсолют, отдавая всю экономику в руки государственного управления. Однако эта проблема до сих пор остаётся одной из самых важных для мировой экономики и особенно актуальна для нашей страны.

В России данная проблема имеет явный крен в сторону государственных и полугосударственных монополий. Основной причиной такого различия, как я и указывал выше, является наша историческая особенность. Главной причиной существования уже в Российской Федерации гос. монополий можно считать советское наследие. Не для кого не секрет, что вся экономика СССР, будучи нерыночной, является по сути совокупностью государственных органов осуществляющих контроль в экономической сфере. После распада СССР, и последующих в нашей стране реформ в рамках "шоковой терапии" и приватизации, большая часть предприятий оказалась в руках очень узкого круга людей, олигархов, установивших свою монополию на рынке определённой территории. При этом, немалая доля акций этих предприятий была куплена государством. Другая же часть, как например "Почта России", "РЖД" и другие остались гос. компаниями.

Так почему же до сих пор, в России не существует такой конкурентной среды, как в странах запада? В первую очередь потому, что большинство отечественных монополий - естественные. (Такая монополия возникает когда наличие большого числа производителей нецелесообразно или экономически не выгодно из-за технологических особенностей производства). Они действуют к тому же в самых прибыльных отраслях отечественной экономике - в добыче и обработке сырья и в транспортных услугах. Кроме того, они выполняют важные функции в российской экономике: системообразующую, стабилизационную, социальную, они вносят не малый вклад в бюджет страны, и в её инфраструктуру, дают рабочие места и многое другое. От их состояния зависит место России на мировых рынках энергоресурсов, конкурентоспособность ее продукции, перспективы экономического развития страны.

Существует проблема концентрации большей части прав собственности во владении других монополизированных структур через систему участий. Например, в список аффилированных лиц (способных оказывать влияние на предпринимательскую деятельность компании) ОАО «Газпром» за 2011 г. официально входит более 200 участников (как компаний, так и частных лиц). Только в 2010 г. на «Газпромбанка» (ОАО) пришлось 40% выплат топ-менеджменту ОАО «Газпром»[3 с.63].

Кроме того, особую значимость приобретает бюджетообразующая функция монополий. Как видно из графика, за 2017 год доля бюджета на нефтегазовую отрасль составила почти 40%[1]. (А бюджет Красноярского края на 2017 на 6,5% состоит из налогов на добычу полезных ископаемых)[2]. Хотя подсчитать точный вклад монополий в ВВП страны очень сложно, существует ряд объективных фактов, указывающих на их значительную роль в осуществлении экономической политики государства.



Можно отметить ещё ряд особенностей, но они не столь важны и скорее являются производными от вышеперечисленных. Рассмотрим же теперь монополизацию в рамках Сибири и Красноярского края в частности. Восточная Сибирь является наверное одним из самых важных регионов с точки зрения запасов полезных ископаемых, и уступает только своей Западной части в основном в силу того, что до туда проще проложить инфраструктуру. И это является одной из главных проблем в рамках монополизации экономики Восточной Сибири. Здесь главенствует сфера добычи сырья, а она связана с большими затратами на инфраструктурные объекты, перевозка оборудования и персонала в северную часть региона и т.д. С такими издержками может справиться только огромная корпорация, как "Роснефть" или "Норникель".

По данным ФАС "Роснефть" контролирует рынок добычи нефти в 14! регионах. В том числе: Томскую область, Алтайский край, Сибирь и др. Всего в Сибири 3 НПЗ (Ачинский, Ангарский и Омский). Как видно, в Красноярском крае находится один - Ачинский, принадлежащий на 75%

"Роснефти". В этой ситуации войти на рынок нефтедобычи, когда издержки огромны, а единственный завод принадлежит конкуренту - невозможно. В странах Европы и США ситуация абсолютно противоположна. В этих странах уровень добычи компаний, входящих в первую пятёрку не превышает и 40%. В России "Роснефть", "Лукойл" и "Сургутнефтегаз" по сути и делят 90% всего рынка. Остальное за несколько менее крупными, но всё равно сильными региональными игроками - "Башнефть" и "Татнефть".

Другой пример монополии так же действует на территории Красноярского края - "Норникель". Эта компания стала монополистом в общем-то по тем же причинам что и "Роснефть", та же трудность входа на рынок в силу огромных издержек, монопольное владение местами добычи и т.д.

На долю "Норникеля" приходиться

металлы	От Российского, %	От мирового, %
Никель	96	12
Платина	100	11
Кобальт	95	5
Медь	55	2

По сути, эта компания контролирует весь отечественный рынок никеля, платины и кобальта. При этом, изменить ситуацию обычными методами не удастся, ведь ни одна компания просто не сможет выйти на рынок своими силами (огромные издержки, и т.д.), а просто разбить "Норникель" на более мелкие не получиться, из-за большой значимости компании на мировом рынке цветных металлов, а следовательно и части Российского бюджета. Не для кого не секрет, что он во многом строится на уклоне в экспорт сырья.

Итак, рассмотрев проблему, перейдём к её непосредственному решению. Как в современной России происходит борьба с монополями? Очевидно, что стандартные методы борьбы с монополями, а тем более Европейские в России особого эффекта не дадут. В Европе монополии связаны в основном со сферой услуг и финансами, а их компании не несут столь важного значения для мирового рынка нефтепродуктов, например. Однако и нашего собственного опыта часто не хватает, что не редок превращается в "самоловушку".

Так, в российском законодательстве кроется фундаментальное противоречие экономической сущности антимонопольных отношений. Так, Федеральный закон "О защите конкуренции" гласит, что монополистическая деятельность - это использование субъектом своего доминирующего положения на рынке. В свою очередь доминирующего положения - это возможность одного или нескольких субъектов влиять на условия обращения товара на рынке и мешать выходу и работе других субъектов на данном рынке. При этом, в том же законе, уже в п.10 ст.4 подразумевается два способа использования доминирующего положения на рынке - законное и незаконное[5. с.12].

И одновременно с законом "О защите конкуренции", действует и закон "О естественных монополиях" суть которого - естественные монополии не совершают монополистических действий. В этом противоречии, и кроется главная проблема антимонопольного законодательства. Буква закона не может ответить на вопрос, где же проходит граница естественных монополий и обычной монополистической деятельности.

Кроме того, не стоит забывать, что большинство крупных российских монополий - естественные, поэтому радикальные меры к ним применять нерационально. Очевидным примером может стать "РЖД". Эта компания - абсолютный монополист в сфере железнодорожных перевозок. Специфика этой отрасли диктует особые условия её реформирования. Прежде всего, должно соблюдаться безусловное сохранение структурной целостности ж/д транспорта. Регулирование такой системы не должно нарушать трафик железнодорожных перевозок, особенно с учётом их межнациональной направленности и огромных территорий. При реформировании естественных монополий, так же стоит учитывать недавний опыт реструктуризации в странах Центральной и Восточной Европы, который доказывает: эти процессы должны проводиться в определенной последовательности.[4. с.144]

Надо сказать, российские компании идут по этому пути, потому как большинство естественных монополий имеют капиталоемкие производства требующие больших заемных денежных средств, при этом, внутренний рынок их обеспечить не может. В следствии чего компаниям пришлось избавляться от непрофильных активов. Для повышения конкурентоспособности компаний

прибегают к узкой специализации своего производства. Но и здесь не без изъянов. Не редки случаи, когда например, нефтедобывающие компании отдают на подряд перевозки персонала и ремонтных машин, при этом сама техника предоставляется этими самыми компаниями, а как было указано выше - состояние их основных фондов не всегда идеально. Таким образом, новообразованные "дочки" вынуждены терпеть убытки, и являются по сути просто способом не за свой счёт обновить парк машин или оборудования.

Подведём итог вышесказанному. Российские монополии отличаются от монополий других стран и более всего походят на те, что были в США в начале XX века, перед "великой депрессией" и ранее. Однако, отечественные к тому же играют важную бюджетообразующую роль и значимы на мировом уровне. Следовательно никакие радикальные действия в такой ситуации не предпринять. Значит, у России есть два варианта. Или искать новый и уникальный способ реформирования естественных монополий. Или убирать причины их важности для экономики. Иными словами - поднимать уровень экспорта промышленных товаров, повышать их конкурентоспособность. Тем более что не пройдёт 15-20 лет и совершившаяся новая научная революция, которая принесёт огромное количество новых возможностей и не факт, что мы не останемся одни со всеми своими залежами ископаемых. Поэтому возможно стоит продавать сырьё пока его покупают по высокой цене, а развивать финансовый, кредитный сектора. Развивать инфраструктуру, и научные производства, чтобы в наступающем будущем не остаться с устаревшей экономикой, как это было в XIX-XX веке.

Список литературы:

1. Федеральный бюджет Российской Федерации за 2017 // <https://www.mfin.ru/tu/statistics/fedbud/>
2. Бюджет Красноярского Края за 2017// <http://mfin.krskstate.ru//openbudget//law//zakon17>
3. Малкина М. Ю. Анализ особенностей функционирования естественных монополий в современной России/ М. Ю. Малкина, О. Ю. Абросимова// Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 12 (267). – С. 56–64
4. В.Л. Уланов, О путях реформирования естественных монополий / В.Л. Уланов // ЭКО. – 2011. – № 6. – С. 139-146.
5. РыженковА.Я. Понятие монополии в российском законодательстве и правовой доктрине // Вестник Волгоградского ГУ. - 2015. - № 2. - С. 10 - 15.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ПОДСОЛНЕЧНИКА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Ишутин А.А.

Научный руководитель: старший преподаватель Жарковская И.Г.

*Воронежский государственный аграрный университет
им. Императора Петра I, Воронеж, Россия*

Подсолнечник является одной из важнейших технических культур, возделываемых в Российской Федерации. На него долю приходится 75% посевных площадей всех масличных культур и до 80% производимого растительного масла [4]. Особую значимость его выращивание приобрело в условиях рыночной экономики.

Государственная программа Воронежской области «Развитие сельского хозяйства, пищевых продуктов и инфраструктуры агропродовольственного рынка» предусматривает среднегодовой темп роста продукции сельского хозяйства до 2020 года не менее 1,7%. В отрасли растениеводства достижение этих показателей намечено обеспечить в основном за счет внедрения новейших прогрессивных технологий возделывания зерновых и технических культур. Важное место в ней уделяется повышению эффективности производства подсолнечника [1]. В последние годы продукция его переработки стала широко востребована как в нашей стране, так и за рубежом.

На предприятиях агропромышленного комплекса региона за последний трехлетний период резко возросла тенденция по наращиванию его объемов. Это, в первую очередь, обусловлено тем, что в Аннинском, Павловском, Новохоперском и некоторых других районах области за счет вложения государственных и частных инвестиций построены и реконструированы мощные предприятия по

переработке маслосемян. Вследствие чего значительно увеличились потребности в их закупках. Растительное масло стало широко использоваться в пищевой, медицинской промышленности и ряде других производств. Исходя из этого, существенно возрос ее спрос на внутреннем и на внешнем рынках.

Поскольку подсолнечник является высокорентабельной культурой, для многих аграриев его производство получило стратегическое направление. Около 70% его площадей в Воронежской области засевается в сельскохоз организациях и около 30% в крестьянских (фермерских) хозяйствах[3].

В настоящий период для его возделывания сельхоз товаропроизводители широко используют прогрессивные технологии, базирующиеся на новом поколении сельскохозяйственной техники, применяют интегрированные подходы к системе защиты растений и удобрений, осуществляют посев перспективными высокоурожайными сортами и гибридами. Все это позволяет в последнее время стабильно наращивать в регионе объемы производства подсолнечника. Основной его прирост получен за счет увеличения урожайности. Так, за истекшие 3 года ее динамика в хозяйствах всех категорий Воронежской области имела только возрастающее значение. Если в 2014 году с каждого гектара было получено по 21 ц/га маслосемян, то соответственно в 2015 году – 23 ц/га, в 2016 году – 25 ц/га [2]. В то же время в сельхозпредприятиях области урожайность этой культуры за последние два анализируемых года практически не изменилась и составила соответственно 23,7-23,5 ц/га.

Более углубленный анализ показывает, что во многих районах области имеются еще значительные резервы повышения продуктивности пахотных земель. Если в сельхозорганизациях Аннинского района в 2016 году урожайность подсолнечника составила 31,2 ц/га, Павловского - 25,4 ц/га, Терновского района – 23,3 ц/га, то в сельхозпредприятиях Новохоперского района только 18,5 ц/га (табл. 1). Конечно, для таких различий имеются и объективные факторы. Отрицательное воздействие природно-климатических условий в АПК северной и восточной зон Воронежской области значительно выше, чем в южных и центральных районах. Однако же здесь необходимо шире использовать систему страхования посевов, способствующих ее устойчивому развитию и снижению рисков.

Внедрение оптимальной структуры посевых площадей в соответствии с зональной системой земледелия позволяет засевать подсолнечником не более 12,5-14,3% пахотных земель (необходимо возвращать на прежнее поле в севообороте через 7-8 лет). Вследствие этого его посевые площади в сельскохозяйственных предприятиях региона уменьшились и составляли в истекшем периоде 269,7 тыс.га.

Таблица 1 - Динамика показателей эффективности производства подсолнечника в сельхозорганизациях Воронежской области и отдельных муниципальных районах в 2014 -2016 гг.

Показатели	Воронежская область			Аннинский район			Павловский район			Терновский район			Новохоперский район		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Площадь посева, га	311 195	306 792	2793 81	112 49	915 9	890 7	142 17	157 09	130 71	657 1	610 9	574 6	130 28	155 44	121 69
Площадь убранная, га	309 692	305 991	2696 79	112 38	914 7	889 6	142 17	157 09	129 81	595 1	610 9	564 4	130 28	155 44	112 41
Доля убранных площадей, %	99, 5	99,7	96,5	99, 9	99, 9	99, 9	100 ,0	100 ,0	99, 3	90, 6	100 ,0	98, 2	100 ,0	100 ,0	92, 4
Валовой сбор, тыс. ц	612 2,4	724 3,04	6348 ,6	288 ,5	311 ,8	278 ,0	271 ,5	349 ,8	329 ,6	120 ,5	186 ,1	131 ,6	234 ,4	336 ,5	208 ,6
Урожайность,	19, 8	23,7	23,5	25, 7	34, 1	31, 2	19, 1	22, 3	25, 4	20, 2	30, 4	23, 3	18, 0	21, 6	18, 6

ц/га															
Реализовано продукции, тыс. ц	541 5,5	591 6,1	5981 ,9	272 ,4	279 ,9	264 ,1	227 ,5	287 ,2	132 ,3	91, 3	143 ,0	151 ,2	184 ,1	284 ,4	178 ,1
Уровень товарности, %	88, 5	81,7	94,2	94, 4	89, 8	95, 0	83, 8	82, 1	40, 1	75, 8	76, 9	114 ,9	78, 6	84, 5	85, 4
Полная себестоимость 1 ц, руб.	836 ,7	993, 8	1056 ,5	836 ,7	813 ,5	103 3,7	929 ,1	104 5,1	115 8,6	763 ,6	847 ,6	140 3,1	103 7,9	145 5,8	161 0,7
Цена реализации 1 ц, руб.	130 6,5	217 6,8	2083 ,7	121 1,2	215 6,9	215 7,2	156 4,5	240 2,0	257 1,7	124 6,9	223 5,1	219 7,7	128 9,9	216 2,8	212 8,9
Прибыль, млн. руб.	254 3,9	699 8,6	6144 ,1	102 ,0	376 ,0	296 ,7	144 ,6	389 ,7	187 ,0	44, 1	198 ,4	120 ,1	46, 4	201 ,1	92, 3
Прибыль на 1 га, руб.	817 5	228 12	2199 2	906 7	410 53	333 11	101 71	248 07	143 06	671 1	324 77	209 01	356 2	130 21	758 5
Уровень рентабельности, %	56, 1	119, 0	97,2	44, 8	165 ,1	108 ,7	68, 4	129 ,8	122 ,0	63, 3	163 ,7	56, 6	24, 3	48, 6	32, 2

Эффективность производства подсолнечника за последний трехлетний срок (2014-2016 гг.) в среднем по хозяйствам Воронежской области и отдельным ее районам имела тенденцию к росту. В регионе существенно возрос объем реализованного подсолнечника и его товарность в 2016 г. составила 94,2%. Этот показатель по сравнению с 2014 годом увеличился на 5,7 п.п. Рост спроса на подсолнечник значительно повысил его доходность. Цена реализации культуры в 2016 году в среднем по области составила 2083,7 руб./ц, что в 1,6 раза выше уровня 2014 года.

Увеличение товарности подсолнечника, снижение затрат на его возделывание, оптимальная закупочная цена позволили аграриям Воронежской области в истекшем году получить с каждого гектара его посевной площади по 22 тыс. руб. прибыли, что превысило доход 2014 года на 13,8 тыс. руб. Соответственно уровень рентабельности за этот период возрос с 56,1% до 97,2%.

Анализ производства подсолнечника в разрезе отдельных муниципальных районов Воронежской области свидетельствует об имеющихся неиспользованных резервах повышения его экономической эффективности. В отдельных сельхозпредприятиях нерационально используются материально-денежные ресурсы, что не позволяет получать высокую урожайность маслосемян. Вследствие этого, себестоимость 1 ц подсолнечника в хозяйствах Новохоперского района в 2016 году превысила среднеобластной показатель на 554,2 руб., а Терновского района – на 346,6 руб.

Еще более существенные контрасты имелись в получении прибыли по муниципальным районам. Если в сельхозпредприятиях Аннинского района с каждого гектара посевной площади подсолнечника получено по 33,3 тыс. руб. прибыли, то в хозяйствах Новохоперского района – на 25,7 тыс. руб., а Павловского района – на 19 тыс. руб. меньше.

В целом производство подсолнечника в Воронежской области эффективно, что обуславливает высокий уровень дохода у сельскохозяйственных организаций и положительно влияет на экономическое благосостояние региона.

Список литературы:

1. Об утверждении государственной программы Воронежской области "Развитие сельского хозяйства, производства пищевых продуктов и инфраструктуры агропродовольственного рынка" [Электронный ресурс]: постановление Правительства Воронежской обл. от 13.12.2013 № 1088: ред. от 22.12.2016 [№ 976](#)(с изменениями на 29.09.2017) //Собрание законодательства Воронежской области. - 2013. - № 35. - Доступ из справ.-поиск. системы «КонсультантПлюс».
2. Воронежский статистический ежегодник [Электронный ресурс] / Воронежстат. – Воронеж, 2017.
Режим доступа:http://voronezhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/voronezhstat/ru/publications/official_publications/electronic_versions/.
3. О ходе сева в Воронежской области в 2017 году [Электронный ресурс]/ Воронежстат. – Воронеж, 2017.–Режим доступа:http://voronezhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/voronezhstat/ru/statistics/enterprises/agriculture/.
4. Смирнова В.В. Современное состояние производства и переработки подсолнечника в условиях Белгородской области [Электронный ресурс] / В.В. Смирнова, Н.А. Сидельникова // Современные проблемы науки и образования. - 2015. № 2 (часть 3). - 277 с. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=23709>.

ПРОГНОЗЫ ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ

Карасев И.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Сабиржанова З.Т.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Под инфляцией понимают положение, когда покупательная способность денежной единицы падает, что происходит в результате возникновения избыточной денежной массы. Соответственно, цены растут, деньги обесцениваются, экономика дезориентируется. Особенно это наблюдается в периоды политических потрясений, экономических кризисов и войн.

Исходя из уровня инфляционных ожиданий экономисты рассчитывают различные пособия, субсидии и т. д. Для обычных граждан от этого фактора зависит, на сколько изменится уровень цен на основные продукты питания, услуги ЖКХ, другие товары и услуги, в целом уровень жизни в стране.

По результатам 2016 года уровень инфляции составил 5,4%, ключевая ставка при этом была равна 10%. Эта инфляция является самой низкой за всю историю страны. По сравнению с 2015 годом снижение произошло практически в 2 раза, так как в 2015 году уровень ее был 12,9% [2].

Что касается прошлых лет, то в 2012 году уровень инфляции составлял 6,58%, дальше он практически не изменился. А в 2014 году был равен 11,36%. С января по май 2017 года инфляция замедлялась, а уже в конце мая составила 4,1%. Таким образом, прогноз Банка России был верным. В июне уровень ее немного повысился, процент стал 4,4%. Причиной тому — повышение стоимости фруктов, мороженого и овощей [2].

Основные факторы, которые влияют на уровень инфляции сегодня:

- структурные перекосы в экономике;
- ускоренное развитие производства отдельных товаров;
- значительные социальные обязательства, заложенные в бюджете;
- нерегулируемые монополии в основных секторах промышленного производства, что приводит к неэффективному ценообразованию на ресурсы естественных монополий;
- неоптимальная организация труда на производстве;
- внешнеполитическая неустойчивость;
- недостаточный уровень развития банковского сектора и доступность кредитных ресурсов;
- политика в области бюджетного дефицита.

Ценовые тенденции (дефляторы) крайне важны при оценке вероятных сценариев развития экономики в целом и инфляции, в частности. На официальном сайте Министерства экономического развития можно найти подробно расписанные ожидания по ценам на многие категории товаров и услуг на 2018 год и дальнейшую перспективу [1].

Министерство экономического развития оптимистично предполагают, что уровень инфляции в ближайшие два года (2018 и 2019 гг.) будет сохраняться на уровне примерно 4 процентов. Соответственно Центробанк при этом должен будет вести умеренно жесткую денежно-кредитную политику, чтобы не допустить нестабильности рубля.

Специалисты Минэкономразвития считают, что период спада экономики останется в прошлом, в 2018 году нас ждут положительные макроэкономические тенденции. Рост основных макроэкономических показателей в свою очередь обязательно позитивно отразится и на индексах инфляции. Аналитики ожидают и стабильный курс нефтяных котировок, а соответственно, отсутствие резких скачков стоимости валют. В сумме эти меры должны поддерживать стабильный уровень цен, инфляцию в запланированных границах. Конечно, если не случится форс-мажорных обстоятельств.

Министерство финансов и Центробанк придерживаются подобной позиции, но дают более широкий диапазон цифр, примерно от 4 до 4,8 процентов. Центробанк рассчитывает уже в 2018-м восстановить потребительский спрос и стабилизировать национальную валюту. Эти же задачи являются приоритетными и в финансовых планах государственного развития на 2017–2019 годы.

Fitch Ratings, рейтинговое агентство международного масштаба, ожидает инфляцию в России в 2018 году на уровне 5,5%. Экономический рост в России в 2018 году агентство предполагает примерно около 2%. Потребительские расходы планируются также в плюсе, правда незначительным, около 0,5% в 2018 году.

Международный валютный фонд настроен достаточно пессимистически, ожидает сохранение или усиления кризиса в экономике России. Соответственно, и нестабильность курса рубля, а также рост инфляционных ожиданий. Положение ухудшится учитывая такие тенденции, как заморозка заработных плат и ряда социальных пособий.

Аналитики Департамента по вопросам экономики ООН не доверяют данным официальной статистики России. По их исследованиям, уровень инфляции в России реально составил 15,9% в 2015 году, а в 2016-м снизился до уровня 10,5%. Исходя из того, что в ближайшее время санкции не отменят, а котировки валют и цены на энергоносители не стабильны, постоянством не отличаются, отсюда вывод, что ВВП России останется без изменения, нулевой экономический рост, а инфляция отметится на уровне 7,1%.

Государство активно применяет антиинфляционную политику для борьбы с инфляцией, которая включает в себя различные тактические и стратегические мероприятия. Снижение темпов инфляции до относительно безопасного уровня стало возможным лишь благодаря увеличению эффективности производства и совершенствованию качества управления.

В дальнейшем целями антинфляционной политики должны стать:

- прогнозируемость динамики инфляции;
- усиление антинфляционных действий;
- меры регулирования роста цен отраслях монополистах;
- ограничение доли доходов посредников в конечных ценах потребительских товаров;
- поддержание процентных ставок на том уровне, которые превышают темпы инфляции;
- расширение системы государственных ценных бумаг для населения;
- ограничить уровень дефицита бюджета.

Сегодня усилия ЦБ направлены на стабилизацию положения и удержание темпов роста инфляции.

Список литературы:

1. <http://my-biz.ru/prognozy-i-analitika-v-biznese/prognoz-inflyacii-2018>. (18.03.18).
2. <https://infinica.ru/inflyatsiya-v-2018-godu-prognoz.php>. (18.03.18).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Качкаев Я.Е.

Научный руководитель: доцент Киян Т.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Количество банков в России за последние годы постоянно снижается. Это подтверждает заключения экспертов, которые уже давно говорят, что в ближайшие годы в России останется около 500 банков. В соответствии с данными Банка Российской Федерации по состоянию на 01.01.2018 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляет – 561, из которых 230 (41%) относятся к крупным банкам. На 01.01.2017 года количество коммерческих банков и не банковских организаций в России составляло – 623, из них - 246 (39,5%) можно уверенно отнести к крупным и соответствующим требованиям по величине уставного капитала[3].

Из общего количества банков и не банковских коммерческих организаций на начало 2018 года - 277, или 49,4% зарегистрированы и имеют головной офис в Москве.

Количество банков на начало 2018 года составило 561, то есть за прошедший 2017 год сократилось на 62 банка (623-561). В 2016 году количество банков сократилось на 110 единиц, а в 2015 году - на 101 единицу. Общее количество банков, начиная с 2008 г., сократилось на 575 банков (1 136 -561), что составляет 50,6%, быстрыми темпами происходит сокращение банков практически по всем Федеральным округам.

Эксперты считают, что главным событием 2017 года можно признать крах таких крупнейших частных банков, как «Открытие», Бинбанк и Промсвязьбанк. Падение банков такого размера невозможно объяснить частными причинами. Последовательная передача Банком России на санацию двух системно значимых кредитных организаций свидетельствует о системной проблеме банковского сектора.

В 2018 году тенденция сокращения банков продолжается. На 02 февраля 2018 года Банк России отозвал лицензии на осуществление банковских операций еще у двух коммерческих банков: ООО «РКБ» и АО ПартнерКапиталБанк[2].

Ситуация в российской банковской системе свидетельствует о существовании серьезных дисбалансов внутри российской банковской системы, переход банков под контроль государства в 2018 году может принять необратимый характер, об этом заявляют эксперты Высшей школы экономики.

Позиция председателя Банка России Эльвиры Набиуллиной на происходящие процессы в банковской сфере диаметрально противоположная. Она заявляет, что регулятор не проводит политики огосударствления банков, есть временные вхождения государства в капитал санируемых банков.

С ней согласно и правительство РФ, считающее, что риска огосударствления банковской системы нет. Во-первых, 30% капитала российской банковской системы владеют иностранцы. Во-вторых, если лицензии у банков будут отзываться такими темпами, как сейчас, консолидация будет проходить десятилетие. Наконец, идет процесс приватизации государственных банков. ВТБ и

Сбербанк стоят в планах приватизации на более близкий срок, чем может произойти консолидация банковского сектора путем отзыва лицензий, слияний и поглощений.

Процессы «очищения банковской системы» России сопровождаются дальнейшими структурными ее преобразованиями. В следствии происходящих процессов в банковском секторе в трудном положении оказалось Агентство по страхованию вкладов, которое все время вынуждено обращаться за новыми кредитами к Банку России, с целью покрыть долги перед вкладчиками. В результате регулятор решил реализовать принципиально новый подход: создание Фонда консолидации банковского сектора.

Президент Российской Федерации в 2017 году подписал закон о создании фонда консолидации банковского сектора. Фонд формируется за счет средств Банка России направляемых для финансирования санации банков в рамках мероприятий по предупреждению их банкротства. Закон вводит новый механизм, предусматривающий санацию проблемных банков непосредственно Банком России. Банк России будет финансировать проблемные банки через создаваемые им фонд консолидации банковского сектора и управляющую компанию этого фонда. Управляющая компания от имени Банка России будет способствовать предупреждению банкротства банков с использованием средств фонда консолидации банковского сектора.

Предполагается, что это даст возможность регулятору самостоятельно через фонд инвестировать в капитал санируемых банков деньги, необходимые для обеспечения их стабильности. После завершения санации банков будет происходить их продажа новому владельцу на открытом аукционе. Аукционы должен проводить Банк России. Фонд консолидации банковского сектора будет капитализировать банки за счет средств регулятора, таким образом, чтобы вложенные деньги можно было вернуть. Механизм кредитной схемы санации предполагает выдачу Банком России проблемным банкам через посредничество фонда бесплатного или льготного кредита.

Агентству по страхованию вкладов оставят возможность санировать банки, в отношении которых механизм оздоровления был введен еще до момента вступления закона в силу. Банк России имеет право на срок до пяти лет продлевать действие договоров о предоставлении АСВ необеспеченных кредитов, средства из которых идут на выплаты вкладчикам проблемных банков.

Финансовые аналитики считают, что ведение нового механизма санации банков через фонд консолидации банковского сектора позволит сократить затраты финансового оздоровления российской банковской системы примерно на 30%. Создание фонда консолидации банковского сектора в рамках нового механизма санации изменит модель финансового оздоровления банков с нынешней кредитной на акционерную, так как деньги от регулятора напрямую будут направляться в капитал санируемого банка. Банк России и Минфин ожидают, что новый механизм санации позволит не только уменьшить затраты на санацию проблемных банков, но и проводить ее в более сжатые сроки.

Происходящие в последние годы процессы в банковском секторе российской экономики привели к сокращению числа малых и средних банков. Банк России объясняет это тем, что необходимо освобождать банковскую систему от полукриминальных и слабых банков.

В случае, когда банки нарушают законодательство, занимаются отмыванием денег, другими криминальными и полукриминальными операциями, лицензию следует немедленно отзывать. Однако, часто банки вынуждены, прибегать к такого рода операциям. Требования Банка России зачастую сильно забюрократизированы и постоянно ужесточаются, и это способствует снижению рентабельности банковского бизнеса. По оценкам специалистов, примерно половина сотрудников любого банка, не считая технических, занимается контролем операций и составлением разного рода отчетов, сообщений, ответов на запросы регулятора, налоговой службы, следственных органов. Этим занимаются квалифицированные и хорошо оплачиваемые кадры. В результате, мелкие банки вынуждены осуществлять разного рода полукриминальные операции, с целью повысить свою рентабельность.

Открытым остается и вопрос о том, стоит ли причислять многие малые и средние банки к слабым и поддающимся для отзыва лицензии. Большинство из этих банков изначально более устойчивы, чем крупные банки. Просто критерии, по которым тем или иным банкам разрешается доступ к бюджетным средствам и государственным программам по субсидированию процентных ставок, зачастую странные и часто противоречат логике. Например, банки, которые не обращаются за средствами государственной поддержки, относят к неустойчивым, по сравнению с крупными банками, которые постоянно пользуются помощью государства.

Ликвидация мелких и средних банков приводит к проблеме выполнения программы поддержки малого бизнеса и сельского хозяйства. Во всех странах, это, как правило, сфера интересов

небольших банков. Крупным банкам она неинтересна: значительно проще выдать один большой кредит крупному государственному или полугосударственному заемщику, чем иметь дело с десятками тысяч мелких заемщиков. Малые и средние банки успешно работают с такими клиентами. Однако, когда дело доходит до субсидирования процентных ставок, то власти заявляют, что в таких программах могут участвовать только крупные банки.

Таким образом, многие банки, у которых были отозваны лицензии, просто не имели возможности воспользоваться государственным льготным финансированием. На поддержку крупных банков государство в последние десять лет выделяет миллиарды рублей, в то время как малые и средние банки в рамках антикризисных программ не могут рассчитывать даже на минимальную поддержку. Таким образом, Банк России и министерство финансов сами создают неравные условия конкуренции и в результате уничтожают здоровую конкуренцию в банковском секторе экономики. В конечном итоге страдает потребитель. Известно, когда есть конкуренция, например, в предоставлении кредитов малому бизнесу или ипотечных кредитов, банки улучшают условия, снижают ставки, уменьшают первоначальные взносы. А если борьба за клиента отсутствует и есть только два-три банка, разделивших между собой рынок, то потребителю будут диктоваться те условия, которые они считают выгодными для себя[1].

Серьезный дисбаланс в банковской системе России можно разрешить мирным способом путем ускорения здорового экономического роста, под которым следует понимать рост частного сектора экономики. Это приведет к соответствующему росту клиентской базы частных банков - как крупных, так и средних и мелких, что позволит избежать дальнейшей волны их разорения.

Список литературы:

1. 1. Оформление кредита на развитие сельского хозяйства.<http://moneybrain.ru/kredit/kredit-na-razvitie-selskogo-hozyaistva>/Современное состояние деятельности банков в РФ.
2. http://studbooks.net/1261760/bankovskoe_delo/sovremennoe_sostoyanie_deyatelnosti_bankov
3. Количество банков в России - динамика за 2007-2018 годы, уставной капитал и количество банков в разрезе регионов.<https://bankirsha.com/kolichestvo-bankov-v-rossii-na-konec-goda-finansovyi-krizis-ustavnoi-kapital-i-chislennost-bankov.html>

ОПЫТ УЧАСТИЯ БОГОТОЛЬСКОГО КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ В КРАЕВОЙ ГРАНТОВОЙ ПРОГРАММЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА

Кежина А.Е.

Научный руководитель: д.б.н., профессор Лесовская М.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Развитие рыночной экономики неразрывно связано с изменениями в социальной сфере, среди элементов которой наиболее чувствительными и наименее защищенными оказываются учреждения культуры, в первую очередь музеи. Это связано с двойственностью их социальной функции, обязывающей, с одной стороны, сохранять культурные традиции и ценности, а с другой – откликаться на происходящие социально-экономические изменения и адаптивно реагировать на актуальные вызовы. При этом учреждения лишены возможности опираться на накопленный десятилетиями управленческий опыт, т.к. он был сформирован в условиях административно-командной экономики и безнадёжно устарел [5].

В условиях многообразия и несбалансированности новых рынков труда, капитала, принципиального изменения информационных ресурсов возрастает роль социального партнёрства как конструктивного способа взаимодействия общественных структур. Предприятия, профессиональные союзы и ассоциации работодателей, административные структуры оказываются перед необходимостью формировать новые взаимоотношения, поскольку размываются границы между потребителями культурных ценностей и источниками их материальной поддержки [9].

В современном понимании социальное партнерство представляет собой распределенную деятельность базовых элементов социума. Результатом этой деятельности становятся позитивные результаты, необходимые для дальнейшего существования всем участникам процесса. Социальное партнёрство не сводится к благотворительности, меценатству, бизнес-спонсированию, волонтёрству или краудфандингу (веб-технология сбора средств на инициативные проекты), так как предполагает не только равноправие участников, но и равную степень их заинтересованности в позитивной

деятельности на благо общества в целом, а не отдельных групп интересантов [8]. В то же время социальное партнёрство не связано с инвестиционной деятельностью, которая характеризуется наличием инвестора, прибыли, коммерческой нацеленностью, включением основных фондов в ресурсную базу и продолжительным сроком реализации [2]. Адекватным управленческим решением, соответствующим форме и содержанию социального партнёрства, является фандрайзинг (от англ. *fund-raising*). Это комплексная технология менеджмента, состоящая в привлечении средств на реализацию социальных проектов, используемая на уровне организаций в силу высокой общественной значимости этих проектов [1].

На федеральном уровне существуют программы и фонды для поддержки создания и развития музеев как открытых общественных институтов и центров просвещения. Этот кластер существует под эгидой Международного совета музеев, организованного в структуре ЮНЕСКО в 1946 году [10]. Его структура в России включает не менее одиннадцати элементов (рис. 1).



Рис. 1. Основные компоненты российского кластера ИКОМ (Международный совет музеев), оказывающего грантовую поддержку отечественным музеям

Однако чтобы получить поддержку от этих фондов, организация должна иметь крупный масштаб и гарантировать высокий социально-экономический эффект. Поэтому грантовые условия оказываются в состоянии выполнить только самые крупные, в основном столичные, музеи страны [4]. Вне поля деятельности кластера заведомо оказываются многочисленные провинциальные музеи, находящиеся в ведении муниципальных административных органов. При этом именно небольшие музеи оказываются опорными центрами общественного сознания и культурной самоидентификации и занимают важное место в социокультурном менеджменте.

Таким центром является Боготольский краеведческий музей. В его архивах сосредоточено более шести тысяч артефактов и документов по вековой истории сибирского города, возникшего на одном из наиболее значимых транспортных узлов и поэтому концентрирующего уникальные сведения по развитию магистрального сообщения, экономических и межкультурных обменов, эволюции быта, ремёсел и промыслов сибирской глубинки. Экспонируемые образцы ремесленного творчества имеют непреходящую ценность не только для сбережения культурных кодов, но и для гуманизации профессионального обучения [7]. С самобытными экспозициями и коллекциями изделий штучной работы в настоящее время знакомятся не менее пяти тысяч посетителей ежегодно, и при соответствующих условиях эти фонды могут представлять высокий интерес в рамках этнического туризма, тем более что не снижается приток новых поступлений от жителей города и края [6].

Не оставляя традиционных видов работы, музей осваивает современные формы деятельности, связанные с переходом от краткосрочных акций и локальных кампаний к основательному и перспективному социальному партнёрству. Для этого имеются соответствующие социально-экономические условия. Существующее противоречие между значением и обеспечением музеев призваны устранять региональные и муниципальные программы поддержки музеевого дела. Так, в Красноярском крае действует грантовая программа «Социальное партнёрство во имя развития» под патронажем Агентства молодёжной политики и реализации программ социального развития [3]. В рамках данной программы Боготольский музей разрабатывает идеи и реализует проекты, выполняя

высокой социокультурной миссии передачи молодому поколению лучших традиций народа с помощью современных технологий и методологии мультикультурного арт-пространства.

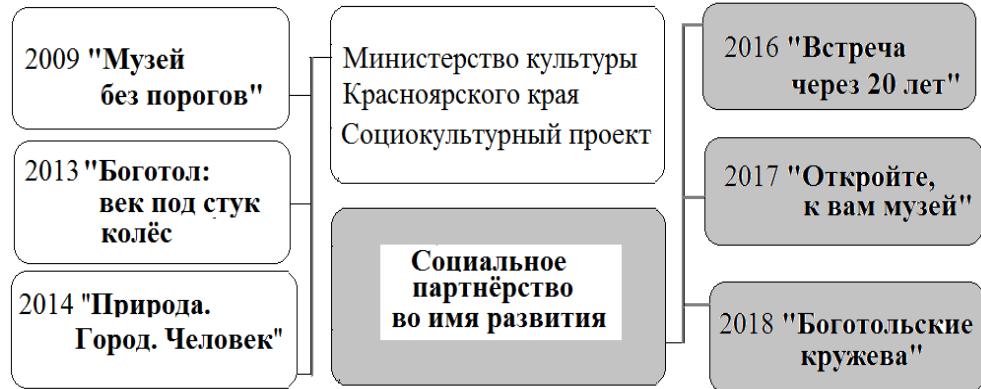


Рис. 2. Проекты в рамках конкурсных программ развития региона

За последние 10 лет Боготольским краеведческим музеем накоплен богатый опыт фандрайзинга для реализации социокультурных проектов сначала при поддержке Министерства культуры Красноярского края (2009–2014 гг.), затем в рамках программы социального партнёрства (рис. 2).

Проект «Музей без порогов» был связан с созданием музеиного медиацентра для работы с детьми, ограниченными в передвижении. В инфраструктуру музея были внедрены современные элементы, повышающие доступность среды, сценарии экскурсий были скорректированы с учётом посетителей, имеющих ограничения по зрению и особенностями эмоционального реагирования. Осуществление проекта «Боготол. Век под стук колёс» создало возможность обновления контента и оборудования экспозиций по истории города, формирующего крупный узел Транссибирской магистрали. В ходе реализации проекта «Природа. Город. Человек» музей пополнил материальную базу за счёт приобретения современных дивайсов (интерактивная доска, интерактивный пол), что обеспечило удвоение контингента посетителей в основном за счёт детей и подростков, т.е. целевой аудитории организации.

Проект «Встреча через 20 лет» был направлен на актуализацию в молодёжной среде литературного наследия знаменитого земляка В.П. Астафьева. Эта идея получила развитие в рамках проекта «Откройте, к вам музей», который заключался в организации интерактивной передвижной выставки для расширения доступности музейной среды для детей с проблемами здоровья и пожилой части аудитории.

Проект «Боготольские кружева» позволил ознакомить посетителей с богатой историей местных ремёсел, особенностями быта поликультурного социума Причулымя, национально-этнической спецификой и раритетами прикладного искусства местных умельцев.

Таким образом, в условиях рыночных отношений развитие социокультурной деятельности уже невозможно представить без использования современных технологий менеджмента, например таких, как фандрайзинг. Боготольский краеведческий музей имеет опыт успешного участия в программах социокультурного партнёрства, что позволяет организации поддерживать и усиливать свои финансовые позиции и репутационный статус в объективно изменчивых экономических условиях.

Список литературы:

1. Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. С. 5–6.
2. Ганиянц М. Новое финансирование музеев: самостоятельность пополам с зависимостью. М-лы сайта РИА Новости. 07.03.2012. [Электронный ресурс] / <https://ria.ru/culture/20120307/586584403.html>
3. Грантовая программа Красноярского края "Партнерство". М-лы официального портала Администрации Красноярского края [Электронный ресурс] / <http://www.krskstate.ru/kraygrants/partner>

4. Даничев а. Три проблемы музеиного дела в рф стали основой «вешенского манифеста». М-лы сайта риа.ru: культура 27.09.2012. [электронный ресурс] / <https://ria.ru/culture/20120927/760490223.html>.
5. [зайко м.а.](#) традиции и инновации в культуре // [серия “symposium”: инновации и образование](#). Вып. 29 / сборник материалов конференции [санкт-петербург: санкт-петербургское философское общество](#), 2003. – с.443–446.
6. Ильина Е.В., Смирных Л.Л. [Малые музеи: мифы, реальные проблемы и способы их разрешения](#) [Электронный ресурс] <http://kfr.karelia.pro/index.php/novosti/156-malye-muzei-mify-realnye-problemy-i-sposoby-ikh-razresheniya>.
7. Лесовская М.И. Традиции ремесла как источник гуманизации профессионального обучения /// Современные проблемы науки и образования. 2016. - №4; URL: <http://www.science-education.ru/article/view?id=24995> (дата обращения: 22.07.2016).
8. Лесовская М.И., Шапорова З.Е., Максимова Н.В. Инновации как основа обеспечения экономической безопасности / Инновационные идеи молодых исследователей для агропромышленного комплекса России: сб. м-лов международной научно-практической конференции молодых ученых. Пенза, 2016. – С. 145–148.
9. Проблемы российских музеев. М-лы сайта В музее [Электронный ресурс] / <http://vmusee.ru/2017/02/17/problema-rossijskih-muzeev-otsuts/>
10. Российские программы поддержки музеев. М-лы сайта ИКОМ-Россия [Электронный ресурс] / <http://icom-russia.com/data/konkursy-i-granty/rossiyskie-konkursy/>

СУЩНОСТЬ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ КРИПТОВАЛЮТ

Кирнос А.В., Тюнис К.В.

Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Криптовалюта — разновидность [цифровой валюты](#), создание и контроль за которой базируются на [криптографических](#) методах. Как правило, учёт криптовалют децентрализован. Функционирование данных систем основано на таких технологиях как [блокчейн](#), [направленный ациклический граф](#), консенсусный реестр и др. Информация о [транзакциях](#) обычно не шифруется и доступна в открытом виде. Для обеспечения неизменности базы [цепочки блоков транзакций](#) используются элементы [криптографии](#) ([цифровая подпись](#) на основе [системы с открытым ключом](#), последовательное [хеширование](#)). Криптовалюты создаются либо для заработка создателя, либо для решения конкретных задач [1].

Термин привился после публикации статьи о системе Биткойн «Crypto currency» (Криптографическая валюта), вышедшей в 2011 году в журнале Forbes. Сам же автор биткойна, как и многие другие, применял термин «электронная наличность» (англ. electronic cash). Единицей измерения в этой системе являются «коины» (буквально – «монеты»). Криптовалюта не имеет никакого по сути выражения типа металлических монет или бумажных банкнот. Эти деньги бывают только в цифровом виде [2].

Значительной чертой, различавшей криптовалюты от настоящих, является способ их возникновения в цифровом пространстве. Так, настоящие платежные средства желательно вначале вложить на предназначенный счет или электронный кошелек, а криптовалютные единицы открываются уже в электронном виде.

Следующее главное отличие от обычновенной валюты состоит в децентрализации выпуска. Выпуск электронной валюты представляет собой формирование математического кода с очередной электронной подписью [3].

Имеются всякие способы получения криптовалюты, например: майнинг, форжинг, ICO. Майнинг и форжинг являются технологиями создания современных блоков в блокчейне, за что создатели награждаются неким количеством криптовалюты. ICO представляет способ привлечения криптовалюты. В начале криптовалюту получают те, кто сделал обговоренные условия (майнинг, форжинг), после оставшиеся желающие могут приобрести вышедшую криптовалюту от тех, кто её уже имеет — в обмен на обычновенные деньги, либо в обмен на разрешенные товары или услуги,

либо в качестве благотворения. Обмен можно выполнять только между заинтересованными лицами без посредников или с помощью какой-то из массовых площадок обмена цифровых валют.

Власти России изучают вариант узаконить в 2018 году операции с криптовалютами в пределах борьбы с незаконными денежными переводами. Об этом 11 апреля 2017 года заявил заместитель министра финансов Российской Федерации Алексей Моисеев.

Банк России предложил распознать криптовалюты в роли цифрового продукта и внедрить их налогообложение. Такое предложение одобрили Минфин России, Минэкономразвития России и «силовые ведомства», с которыми Банк России проводил совещания.

Общая капитализация цифровых денег на начало 2018 года достигнет рекордной отметки в 100 миллиардов долларов, при том, что на начало 2017 года сумма была всего 15 миллиардов. Всего на сегодняшний день известно 904 криптовалюты, 303 из которых имеют капитализацию больше \$1 млн [5].

Преимущества криптовалют:

1. Получить такие деньги с помощью майнинга может любой человек. Потому что нет единого эмиссионного центра и никаких контролирующих этот процесс органов, поэтому никто не может запретить преобретать криптовалюты в интернете обычным гражданам.

2. Все транзакции с криптовалютами осуществляются абсолютно анонимно. Известно только номер кошелька владельца.

3. Невозможна избыточная эмиссия и в отношении криптовалют не бывает инфляции.

4. Криптовалюта защищена неповторимым кодом в виде [электронной подписи](#), ее невозможно подделать.

5. При транзакциях практически отсутствует комиссия, потому что при проведении действий не нужна роль третьей стороны, то есть банков.

Недостатки криптовалют:

1. Если пользователь потерял пароль от своего электронного кошелька, то он теряет все средства, находящиеся на том кошельке. Потому что никто не контролирует за проведением транзакций и никто не поручается за их сохранность.

2. Стоимость криптовалюты невозможно предугадать.

3. В отношении криптовалют могут предприниматься попытки различных негативных действий со стороны национальных регуляторов денежного обращения.

4. Поскольку со временем процесс приобретения криптомонет все больше усложняется, то майнинг при помощи оборудования отдельных пользователей становится все менее рентабельным [3].

Лидер среди криптовалют - биткоин. Очень сложная схема майнинга для новичка, т.к. нужны большие вычислительные мощности. Текущий курс 1 Биткоин равен 528 тыс. 326 руб.

В январе 2017 года 1 Биткоин стоил от 48 655 тыс.руб до 58 416 тыс.руб, а к концу 2017 года, в декабре курс 1 Биткоина вырос и стал стоить от 582 730 тыс.руб. до 1 125 301 млн.руб.

Один из самых первых конкурентов Bitcoin по уровню капитализации – это Эфириум или Ethereum, за вторую половину 2017 года, валюта показала колоссальный рост в цене. На сегодня курс 1 Эфириум равен 39 тыс. 682 руб. В январе 2017 года 1 Эфириум стоил от 501 руб., а декабре 2017 вырос до 48 тыс. 341 руб.

Одна из немногих цифровых наличностей, называемая Ripple, которая заключила контракты с крупными банками, всвязи с чем у валюты хорошее будущее. Система позволяет совершать денежные переводы между банками по сети в реальном времени. Курс 1 Риппл на сегодня составляет 45 руб. 07 коп. В начале 2017 года курс 1 Риппл стоил 0 руб. 38 коп., а к концу 2017 года, в декабре 1 Риппл составил 163 руб. 60 коп.

Таким образом, криптовалюта – это современное и актуальное слово в экономике. Ее создание определяется с пройденными годами. Вопреки тому, что криптовалюты не имеют материального выражения, они в действительности могут быть наравне с классическими валютными единицами и могут принимать участие в разных процессах на рынке.

В основном криптовалюта, по своим данным, в некотором схожа с обычными деньгами, но все же, обладает и ряд важных отличий, которые допускают электронным деньгам все больше достигать известность в сегодняшнем информационном мире. Возможно, в скором будущем, электронные деньги и вовсе заменят, нам привычную, денежную систему.

Список литературы:

1. Как зарабатывать. Список топ-5 новых криптовалют 2017-2018 года и как на них заработать. [электронный ресурс]. - url: <http://kakzarabativat.ru/finansy/novye-criptovalyuty/#more-17988> (дата обращения: 20.03.2018)
2. Криптовалюта. <Http://procrypto.network/2017/10/02/criptovalyuta/> [электронный ресурс]. - url: (дата обращения: 19.03.2018)
3. Как зарабатывать. Что такое криптовалюта простыми словами: виды, плюсы и минусы криптовалют. [электронный ресурс]. - url: <http://kakzarabativat.ru/finansy/chto-takoe-criptovalyuta/>(дата обращения: 16.03.2018)
4. Перспективные криптовалюты. [электронный ресурс]. - url: https://cc-mining.ru/_threads/perspektivnye-criptovaljuty-2018.2696/(дата обращения: 15.03.2018)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАСШТАБОВ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Коновалов Н.А.

Научный руководитель: доцент Киян Т.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Теневая экономика – это деятельность в экономической сфере и полученный от нее доход, которые находятся за пределами системы государственного регулирования, налогообложения или надзора. Масштабы теневой экономики в России по итогам 2016 года составляет 33,6 трлн рублей, или 39% от размера ВВП страны. Это данные из нового отчета Ассоциации дипломированных сертифицированных бухгалтеров (ACCA). По их мнению, по этому показателю Россия занимает четвертое место в мире. По оценкам тех же экспертов, самый значительный объем теневого сектора экономики по соотношению к ВВП страны - в Азербайджане (66,12%). Далее следуют экономики Нигерии (46,99%) и Украины (46,1%). Пятое место принадлежит экономике Шри-Ланка с показателем 36,46%. Минимальными показателями масштабов теневого бизнеса в мире по итогам 2016 года характеризовались экономики США (7,8% ВВП), Японии (10%) и Китая (10,2%). Доля теневой экономики в мировом ВВП составила по итогам прошедшего года 22,66%. По оценкам специалистов, в дальнейшем ее доля будет снижаться: до 22,5% в 2017 году, до 22,1% в 2020 году и до 21,4% в 2025 году.

Данные Росстата по масштабам теневого сектора экономики существенно отличаются от выше озвученных цифр. В марте 2017 года Росстат заявил, что доля теневого сектора в России составляет около 10-14%. Есть секторы, где до 50% неконтролируемой экономики. К ним относятся сельское хозяйство, в котором невозможно учесть доходы от личных подсобных хозяйств и операции на рынке недвижимости. Нелегальная сдача квартир в аренду занимает приблизительно 50% данного рынка. На третьем месте находится строительство, порядка 16-18% его доля в теневом бизнесе. В торговле - примерно 10-11%; в образовании около 5-6% - это, в основном, репетиторство. В целом доля теневого бизнеса в России не превышает 10-14%[1].

Для определения масштабов теневой экономики экономическая наука выработала несколько подходов.

Монетаристский подход - в основе этого подхода лежит постулат о том, что все проводимые расчеты осуществляются только наличными деньгами с использованием крупных купюр. Таким образом, показателем роста теневого сектора экономики следует считать рост объема наличных средств и банкнот с высоким номиналом в общей структуре денежной массы. Этот постулат был взят за основу при проведении российскими властями денежной реформы в 1991 году. Обмен банкнот с высоким номиналом был осуществлен в трехдневный срок для изъятия нелегального капитала.

Итальянский подход "Палермо" - главной особенностью этого подхода является сравнение величин заявленного дохода с масштабами покупок товаров и услуг на уровне страны или отдельного ее региона. Использование этого подхода позволило к началу 2000-х годов государственным органам России установить контроль над поставками крупных объемов недвижимости, драгоценностей, акций и т.д.

Анализ занятости - этот подход связывает уровень неофициальной безработицы с размерами занятости в теневом бизнесе. При помощи этого анализа эксперты предполагают, что высокий уровень незарегистрированных в службе занятости безработных, которые достаточно длительное

время не ищут работу, может свидетельствовать об их возможной занятости в сфере теневого сектора экономики.

Метод с использованием технологических коэффициентов. Применение этого метода заключается в соотношении полученных данных о потребительской динамике электроэнергии и данных, которые представлены в соответствующие органы, о количестве произведенной продукции и оказанных услуг. По официальным отчетам к началу 2015 года задекларированное производство товаров и услуг в российской экономике сократилось на 35%, в то время как потребление электроэнергии уменьшилось на 20%. Эти показатели, по мнению экспертов, указывают на наличие теневой сферы экономики.

Исходя из того, что объемы и составляющие элементы теневого сектора экономики в основном имеют зависимость от проводимой экономической политики со стороны государства, а высокие темпы его развития несут серьезный ущерб всему обществу, государственная власть должна обращать особое внимание на сокращение уровня теневой экономики до безопасных размеров. Основным структурным элементом проведенных мероприятий выступает деятельность по выводу из "тени" неформальной части теневой экономики. Результатом этого должна послужить уплата налогов предпринимателями, которую следует воспринимать как социальные значимые услуги, полученные от государства.

Задача государственных органов управления состоит в создании благоприятной атмосферы ведения легального бизнеса, а именно: упрощение механизмов администрирования; приемлемый уровень налогообложения; предоставление гарантов на частную собственность и т.д.

Список литературы:

1. Объем теневой экономики РФ составил 39% от ВВП-
<https://www.newsru.com/finance/30jun2017/shadoweconomy.html>

БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ ВЫПУСКНИКОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В РОССИИ

Коновалова Л.Е., Григорьева С.Н

Научный руководитель: доцент Плотникова С. П.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Мы часто слышим в средствах массой информации о процентном соотношении безработицы. С каждым годом она уменьшается по всей стране, но средства массовой информации дают нам общие сведения по стране, региону или округу, при том что без работными могут быть люди разных возрастных категорий.

В России безработица среди молодых людей составляет 21,5 % (на 2017г) от общего числа нетрудоустроенных. Далеко не каждый может найти себе работу после окончания ВУЗа, т.к работодатели неохотно трудоустраивают людей без практических навыков. Было проведено анкетирование среди сотрудников и учащихся Красноярского ГАУ по четырем возрастным группам.

Проанализировав результаты анкетирования можно сделать вывод, что в первой возрастной группе 16-19 лет студенты руководствуются выбором заработной платы (50%) и возможностью карьерного роста (50%), вторая группа 20-24 лет руководствуется заработной платой (71%), третья группа 25-29 лет руководствуется интересом к работе (50%) и возможностью карьерного роста, четвертая группа 30 и более лет при выборе работы руководствуется интересом к работе 35%, размером заработной платы 28%, возможностью договорного графика работы и 14% карьерным ростом.

Безработица – это состояние национальной экономики, при котором часть экономически активного населения не имеет работы. Безработными считается тот человек, который желает и ищет, но не может найти работу.

Не работают по профилю от 40 – 60 % выпускников, получившие такие специальности, как технология производственных товаров, металлургия и машиностроение, сельское и рыбное хозяйство. Потому что им негде работать, или их не устраивает их заработка плата. К примеру, из выпускников 2016 года Красноярского ГАУ института пищевых производств не трудоустроены 17%, а в 2017 -10%. В январе 2018 года органами службы занятости оказано 512,3 тыс. государственных услуг по Красноярскому краю. Отрицательные последствия безработицы проявляются как на уровне общества, так и на каждом конкретном человеке, оставшемся без работы, и членах его семьи. Издержки Безработицы влияют как на экономическое обеспечение как страны, так и региона.

Последствия безработицы:

1. Недополученный выпуск продукции- отклонение фактического ВВП от потенциального в результате неполного использования совокупной рабочей силы (чем выше уровень безработицы, тем больше отставание ВВП).

2. Сокращение доходной части федерального бюджета в результате уменьшения налоговых поступлений и снижения выручки от реализации благ

3. Прямые потери в личных располагаемых доходах и снижениях уровня жизни лиц, ставших безработными, и членов их семьи.

4. Рост затрат общества на защиту работников от потерь, вызванных безработицей: выплату пособий, реализацию программ по стимулированию роста занятости, профессиональную переподготовку и трудоустройство безработных и тд.

В январе 2018 органами службы занятости оказано 512,3 тыс. государственных услуг^[1]:

Проинформированы о положении на рынке труда 24,5 тыс. человек и 3,1 тыс. работодателей.

Получили услугу по профессиональной ориентации (выбор профессии) 6,6 тыс. человек, из них 1,4 тыс. безработных граждан.

Трудоустроены 4,5 тыс. человек, из них 1,4 тыс. безработных граждан.

Получили консультации по организации собственного дела 560 человек.

Приступили к профессиональному обучению или дополнительному профессиональному образованию 491 человек, из них 383 безработных гражданина, 96 женщин в период отпуска по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет и 12 незанятых граждан, которым назначена трудовая пенсия по старости и которые стремятся возобновить трудовую деятельность.

По состоянию за январь 2018 в органах службы занятости^[1] :

- Зарегистрированы 14,5 тыс. безработных граждан
- Уровень безработицы к численности экономически активного населения в целом по Красноярскому краю составил 1,0 %

(наиболее низкий уровень безработицы зарегистрирован в городах: Ачинске, Дивногорске, Железногорске, Зеленогорске, Красноярске, Лесосибирске, Назарово, Норильске, поселке Солнечный, Сосновоборске и Ачинском, Березовском, Богучанском, Большемуртуком, Емельяновском, Козульском, Назаровском, Партизанском, Рыбинском, Северо- Енисейском районах)

Наиболее высокий уровень безработицы зарегистрирован в Бирюсинском районе

- Потребность в работниках составляет 50,1 тыс. вакансий, из них 33,6 тыс. вакансий по рабочим профессиям.

За 2017 год уровень безработицы к численности рабочей силы составляет: по Российской Федерации – 1,0%, по Сибирскому Федеральному округу – 1,4 %, по Красноярскому краю- 1,0%

Для того чтобы молодые специалисты имели возможность найти работу по специальности необходимы устойчивость и поддержка государства. В прошлом наше государство нашей страны находило решение практически всем проблемам труда, гарантировало ему полную занятость, кроме того труд был обязательен.

Список литературы:

1. Трудовые ресурсы, занятость и безработица, уровень безработицы . Официальный ресурс Государственного комитета статистики РФ// Официальный сайт [Электронный ресурс]. - www.gks.ru., (дата обращения: 16.03.2018)

ПРИЧИНЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ И СНИЖЕНИЕ ЕЕ УРОВНЯ

Коробкин А.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Сабиржанова З.Т.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Проблема безработицы волнует общество и государство постоянно и с давних времен. Она представляет макроэкономическую проблему с которой сталкивается каждый из нас. Потеря работы для многих людей ведет не только к снижению жизненного уровня, но и порождает значительные социальные проблемы в обществе. Поэтому проблема безработицы для любой страны и для России в частности всегда остается актуальной и своеобразной.

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 отмечался в декабре 2017 г., он составлял 5,1% [1].

Анализ данных Росстата на конец 2017 года показывает, что уровень безработицы в России составил 3,9 млн. человек, экономически активное население – 52% или 76,3 млн. человек. Росстат подвел итоги выборочного обследования рабочей силы по состоянию на вторую неделю января 2018 года. Численность рабочей силы в январе 2018 г. составила 75,8 млн. человек, а уровень безработицы – 5,2% (рис.).

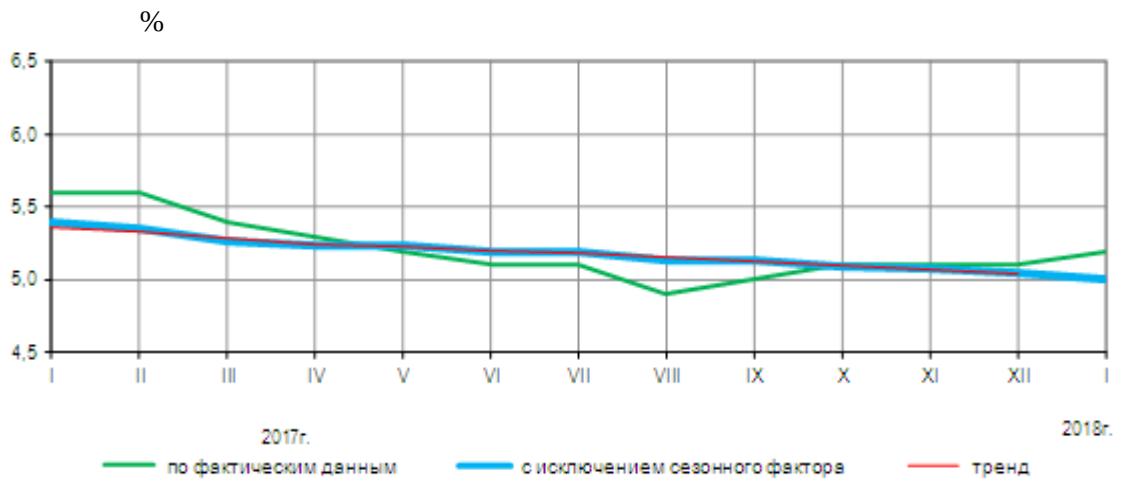


Рис. Уровень безработицы населения в возрасте 15-72 лет.
(в % к численности рабочей силы)

Уровень занятости населения (отношение численности занятого населения к общей численности населения в возрасте 15 лет и старше) в январе 2018г. составил 59,3%.

Общая численность безработных, классифицируемых в соответствии с критериями МОТ, в 5,0 раз превысила численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения. В конце января 2018г. в органах службы занятости населения (по данным Роструда) состояло на учете в качестве безработных 778 тыс. человек, что на 0,3% больше по сравнению с декабрям 2017г. и на 13,3% – меньше по сравнению с январем 2017 года.

Среди безработных доля женщин в возрасте 15 лет и старше в январе 2018г. составила 46,7%, городских жителей – 63,7%, молодежи до 25 лет – 20,1%, лиц, не имеющих опыта трудовой деятельности – 23,4%.

Уровень безработицы среди сельских жителей (8,1%) превышает уровень безработицы среди городских жителей (4,3%). В январе 2018г. это превышение составило 1,9 раза [3].

Основными причинами безработицы в России являются: незначительные темпы роста экономики, демографический кризис, невысокая производительность труда, структурные диспропорции в экономике, низкий спрос на рынке занятости и другие различные экономические и социальные причины. Причин много, при этом они носят характер как объективный, так и субъективный.

Для последних лет развития экономики в России характерны в основном циклическая и структурная виды безработицы. Связано это как со структурными сдвигами в экономике, так и еще усиливающими международными санкциями. Положительной особенностью является то, что в экономике создаются новые рабочие места, через открытие новых 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 27,1%, 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].

Согласно данным мониторинга основных показателей, характеризующих рынок труда крупных городов СФО, Красноярск показал самый низкий уровень безработицы – 0,38%. Об этом говорят показатели на 1 октября 2017 г. Далее расположились Новосибирск – 0,41%, Омск и Иркутск – 0,42% и Томск – 0,68%. Замыкает шестерку Кемерово, где уровень безработицы в областном центре

составил 1,16%. В прошлом году уровень безработицы в Красноярске составлял 0,6% и он занимал четвертую строчку рейтинга. В центре занятости населения улучшение позиций связывают с ростом числа предложений работы для горожан [4].

В 2017 году в центр занятости за содействием в подборе кадров обратились 4,1 тыс. работодателей (в 2016 г. это были 3,7 тыс. предприятий). Они заявили 41,4 тыс. вакансий постоянного характера, что превышает значение прошлого года на 2,9 тыс. единиц. За 3 года в Красноярском крае планируется потратить около [6 млрд руб. на борьбу с безработицей](#) [4].

Безработица в Красноярском крае в основном носит 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 [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 периодом времени.

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 поддержке доходов населения в сельской местности. Одной из мер станет возрождение сельскохозяйственной кооперации и максимальное облегчение доступа крестьян на городские рынки [2].

Безработица является тяжелой социальной и экономической проблемой. В то же время она постоянное явление в рыночной экономике. Уровень естественной безработицы не является критическим и не мешает развитию экономики. Несмотря на то, что уровень безработицы в России высок, он не критичен. Поэтому главной задачей государства в этой области – принять меры, которые помогут сохранить этот показатель на том же уровне или, в лучшем случае, снизить его.

Список литературы:

1. Интернет ресурс: <http://www.gks.ru/>.
2. 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.
3. Интернет ресурс: <https://nangs.org/analytics/rosstat-zanyatost-i-bezrabititsa-v-rossijskoj-federatsii>.
4. Интернет ресурс: <http://tvk6.ru/publications/news/30243/>.

МОЛОДЁЖНЫЙ ЦЕНТР КАК ДРАЙВЕР СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ В РЕГИОНЕ

Кулакова С.М.

Научный руководитель: д.б.н., профессор Лесовская М.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Молодёжь не только символизирует общественное будущее, но и является действующей силой настоящего времени, активно взаимодействуя с социальным окружением и занимая при этом нижние этажи общественной иерархии. Жизнеспособность «социального организма», по выражению Г. Спенсера [3], определяется согласованностью функций всех её составных частей, наиболее сильной и динамичной из которых, конечно, является молодёжь.

Поиск механизмов активизации экономического роста предполагает обращение к понятию «драйверы роста», которым обозначают движущие факторы развития управляемой системы. Молодёжь, бесспорно, способна выполнять функции драйвера, однако тренд этого развития неоднозначен. Напротив, пренебрежение вопросами развития, самореализации и досуга молодёжи

способствует её саморазрушению и усиливает деструктивные тенденции в социуме. Поэтому создание условий для успешной социализации и профессионального самоопределения молодых людей необходимо для устойчивого развития всего общества в целом.

Не являясь пассивным объектом воспитания, молодёжь располагает энтузиазмом, бурым темпераментом, свободой воли и выбора. Однако чтобы этот выбор был полностью обоснован, необходим достаточный запас знаний и культуры, который у молодых людей объективно отсутствует. Формирование общей культуры, воспитание культуры мышления имеют чрезвычайно инерционную природу и отложенный эффект.

Результат достигается трудной и кропотливой работой, но ещё большее значение имеет принцип открытой системы. Чтобы произвести в системе качественные изменения, надо выйти за её пределы [6]. Применительно к вопросам социального драйвинга это означает необходимость создания такой поликультурной среды, в которой молодые люди получили бы как можно больше степеней свободы для развития социального кругозора, раскрытия способностей, пробы сил и самое главное, для приобретения мотивации к конструктивной работе.

Богатый опыт российского образования предоставляет немало идей в сфере организационных форм молодёжных объединений по интересам, не реализованных ранее или способных проявить новые грани в изменяющихся условиях общественной жизни [4]. Развитие личности современного юношества уже невозможно представить без постоянной погружённости в информационный обмен, тем более что технологическая обеспеченность позволяет умножать и варьировать круг социальных связей.

Традиционные формы клубной деятельности на новом информационном фоне выглядят архаично и непривлекательно, зато идея получает творческое развитие в виде молодёжных центров на базе учебных учреждений с учётом объективной картины актуальных предпочтений, социальных установок и ИТ-арсенала молодёжи.

Исследованиями Института социологии РАН установлены преобладающие предпочтения современных тинейджеров на фоне поколения «отцов» в области форм досуговой деятельности (рис. 1). Из круговых диаграмм можно видеть отражающие общее возрастание социальной активности молодых людей, особенно в сфере общения и развлечений. Позитивно выглядит сокращение доли пассивного отдыха. В то же время не может не насторожить сокращение таких форм досуговой активности, как развитие и социальная активность [7].



Рис. 1. Динамика соотношения различных видов досуговых практик у современных поколений «отцов» и «детей»

Современные тинейджеры в несопоставимо большей степени, чем взрослые, стремятся к реализации индивидуальных предпочтений вне дома, используя возможности как физической, так и виртуальной реальности [1]. При этом они используют дистанционное общение для демонстрации своих достоинств и достижений, нередко мнимых, для получения подтверждённого одобрения, внимания, восхищения. В конечном итоге это необходимо для повышения собственной самооценки, причём тем более востребовано, чем меньше общественного внимания получает субъект в формальных и неформальных социальных группах и чем более обоснованными являются предъявляемые успехи. Невозможность раскрыть свои способности, продемонстрировать реальные достижения, дефицит единомышленников, разочарование в кумирах влечёт многообразные деформации личности (детские суициды, «группы смерти», наркомания, алкоголизм, вооруженная агрессия школьников и др.) [8, 9]. Следовательно, если не направлять бурлящую энергию подростков в социально позитивное русло, она будет выплескиваться во всё более асоциальные формы.

Инфраструктура досуговой сферы хорошо развита в крупных городах региона, но слабо представлена в сибирской глубинке, в частности в городе Лесосибирске. Это относительно молодой

сибирский город, в населении которого велика доля молодых людей [2] со вполне естественным стремлением иметь доступ к современным культурным ценностям. В городе имеются учреждения культуры (музей леса, выставочный зал, художественные и музыкальные школы), к сожалению, не способные охватить ни запросы, ни контингент всех желающих. Интересно, что четыре из пяти домов культуры работают именно в то время, когда подростки заняты учёбой, а в самое востребованное время (18.00–22.00) уже закрыты.

В результате подросткам остаётся только заглядывать через экран компьютера, как через окно, в жизнь своих сверстников в России и за рубежом, и завидовать насыщенной и яркой жизни, где есть не только незнакомые ранее формы досуга (медиа-проекты, чирлидинг, модные стили в музыке и танцах), но и привлекательные своей новизной профессии и ремёсла. Это неизбежно формирует острое противоречие между реальным и идеальным положением дел и ощущение невозможности управления собственной жизнью.

Преодолеть это противоречие можно с помощью системной последовательной работы по социокультурному развитию региона. Одним из практических шагов является проект молодёжного центра «МолодёЦ» на базе технологического техникума Лесосибирска. Актуальной чертой этой организационной формы является её коммуникативная составляющая, – общение на базе совместной конструктивной деятельности, исключающее принуждение и связанное с будущей профессиональной сферой [5]. Проект предусматривает включение в структуру центра одиннадцати наиболее востребованных направлений молодёжного досуга с профессиональной перспективой (рис. 3).



Рис. 1. Структура проекта молодёжного центра на базе Технологического техникума г. Лесосибирска

Таким образом, проект создания молодёжного центра в г. Лесосибирске предполагает создание условий для поощрения и развития интереса молодёжи к социально позитивным направлениям внеучебной профессионально перспективной деятельности, позволяющим людям направлять свою энергию в созидательное русло. Подобных центров в структуре техникумов г. Лесосибирска ранее не было. Центр охватит наиболее современные и привлекательные направления молодёжного досуга, которые создают основу для раннего профессионального самоопределения и успешной социализации молодёжи, следовательно, будет служить одним из драйверов социокультурного развития региона.

Список литературы:

1. Нежебицкая И. А. Влияние виртуальной реальности на подростков // Молодой ученый. – 2017.– №51. – С. 259–262. – URL <https://moluch.ru/archive/185/47493/> (дата обращения: 02.03.2018)
2. Дворцы и дома культуры в Лесосибирске: м-лы сайта «Справочник организаций» [Электронный ресурс] / <http://lesosibirsk.jsprav.ru/dvortsyi-i-doma-kulturyi/>
3. Коломийцев В.Ф. Социология Г. Спенсера // СоцИс. – 2004, №1. – С. 37–44.
4. Лесовская Л.В. Новое – это плохо усвоенное старое // Вестник Красноярского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2001, № 1. – С. 44–47.
5. Луговцева А., Барановская М. Молодёжный центр как форма работы: отечественный и зарубежный опыт // Адукатар. 2005, №2(5). – С. 12–17.
6. Маланьин А. Г. Эволюция сознания. Челябинск: Цицеро, 2011. С. 33.

7. Молодежь новой России: ценностные приоритеты: Научный доклад. М-лы сайта Института социологии РАН. [Электронный ресурс] / http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_7_2.html
8. Полушкина А.В., Лесовская М.И. Суициды в подростковой среде как мольба о помощи // Современные научно-практические технологии. 2013, №7-2. – С. 153–155.
9. Случай нападений в российских школах в 2017–2018 годах. Досье. М-лы сайта Информационное агентство России Tass.ru [Электронный ресурс] / <http://tass.ru/info/4885783>.

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ДОХОДОВ И ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Торощина К.Г.

Научный руководитель к.э.н., доцент Шадрин В.К.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Президент Российской Федерации В.В. Путин несколько лет назад сказал о том, что Россия - богатая страна бедных людей. Действительно, в стране, обладающей огромными природными ресурсами, с многовековой культурой, с международно-признанным уровнем интеллектуального потенциала её граждан, бедность значительной части населения на протяжении нескольких лет продолжает оставаться одной из главных социально-экономических угроз благополучному развития общества. Именно бедность определяет ограниченность доступа большей части населения нашей страны к ресурсам развития: высокой оплате труда, качественному образованию и здравоохранению, возможности успешной социализации детей и молодежи.

В связи с тем, что в рыночной экономике основная часть потребительских благ реализуется за деньги, уровень потребления населения определяется главным образом уровнем доходов.

В странах с развитой рыночной экономикой все доходы подразделяются на две группы: доходы, полученные от работы и предпринимательской деятельности (заработка и прибыль), и так называемые нетрудовые доходы, приобретенные на законном основании (проценты, дивиденды, арендная плата и др.).

Следует отметить, что произошло узаконение большей части средств из теневой экономики, в связи с чем наряду с уменьшением уравнительности в текущих доходах населения наблюдается их прогрессирующая дифференциация. Несмотря на то, что существуют общие принципы образования доходов, сохраняются и условия их дифференциации, а следовательно, разнится уровень жизни.

Официальная статистика не может дать точных сведений о действительных доходах наиболее бедных и наиболее богатых доходных групп населения. Часть лиц, которые относятся к категории получающих низкие доходы, имеет дополнительные неофициальные доходы. В первую очередь это относится к безработным женщинам, молодым пенсионерам, живущим в больших городах, и к жителям сельской местности и небольших городов, получающих дополнительные доходы за счёт приусадебных участков. Но в целом по стране дополнительные доходы имеют около 20% россиян, и только 6% - постоянные дополнительные доходы.

Особенно низка заработка плата работников социальной сферы и науки, а также в сельском хозяйстве. Низкие доходы занятых в сельском хозяйстве связаны с разладом управления этой отраслью, с невысокой покупательной способностью большей части населения (она сдерживает цены). Кроме того, несвоевременная оплата поставленной продукции, невыполнение обещаний о выделении кредитов под посевную или уборочную кампанию, вызывает искусственный дефицит финансовых средств.

Постоянно снижается оплата труда в машиностроении, где сосредоточен наиболее квалифицированный штат сотрудников. На большинстве предприятий отрасли образовалась колоссальная разница в доходах руководителей высшего звена и других работников. В результате неправильных экономических мероприятий в годы реформ были уничтожены оборотные средства у предприятий, уменьшился внутренний спрос, из-за обеднения основной группы потребителей и прекращения инвестирования. Всё это привело к деградации многих производителей промышленной продукции и, как следствие, к снижению уровня жизни работников, занятых в обрабатывающей промышленности.

Постоянно увеличиваются территориальные различия в уровне доходов. Так, в сырьевых районах с экспортной ориентацией (Тюменская, Кемеровская, Мурманская, Камчатская, Читинская области, Татарстан и Коми) уровень средних доходов сравнительно высок. Относительно высок уровень доходов в Москве и Санкт-Петербурге, где сосредоточены финансовые и посреднические организации. Население России можно разделить на четыре группы по доходам. 2-3% населения – богатый узкий слой лиц, участвующих в организации посредническо-перекупочной, финансово-кредитной деятельности и криминальной сфере, а также руководство некоторых предприятий. Более широкая прослойка – часть творческих работников, люди, занятые в финансово-кредитной сфере, телевещании, торговле и сфере услуг, ориентированной на высокодоходные слои населения, работники нефтедобывающей и газовой промышленности. Крайне низкими являются доходы лиц, занятых в обрабатывающей промышленности, социальной сфере и сельском хозяйстве. И самые низкие доходы у неработающих пенсионеров.

К причинам неравенства в распределении доходов прежде всего относятся различия в способностях, уровень образования, профессиональные вкусы, владение собственностью, степень рыночной власти, а также удача, личные связи, несчастья и дискrimинация. Следует отметить, что различия в уровне доходов могут не зависеть от самого работника и качества его труда. К таким факторам относятся размер семьи, соотношение количества работающих и иждивенцев в семье, состояние здоровья, природные условия и др.

По мнению американских экономистов П.Самуэльсона и В.Нордхауса, уровень бедности можно определить так: бедность – это уровень дохода, достаточный для того, чтобы поддерживать прожиточный минимум. Подчеркну, что речь идет не о физиологическом уровне, не о границе выживания, а о некотором минимальном уровне стандарта жизни, который различный в разных государствах.

По данным Федеральной службы государственной статистики за последние несколько лет, около 30% общего объема денежных доходов россиян приходится на долю 10% самых богатых людей, а 2% доходов – на долю 10% наименее обеспеченных жителей страны. Выходит, самые состоятельные россияне в 15 раз богаче самых бедных.

Такая неравномерность распределения доходов характеризуется рядом существенных причин.

Во-первых, уровень дохода во многом зависит от того, в географическом положении находится то или иное предприятие (фирма). Это обусловлено тем, что в разных регионах требуются работники с разной трудовой квалификацией. Но и среди работников одной профессиональной сферы труд может оцениваться по-разному. Традиционно, более высокую среднюю заработную плату получают жители центральных регионов.

Во-вторых, встречаются существенные различия в уровнях оплаты труда по видам экономической деятельности. По официальным данным Росстата лидерами по величине получаемой средней заработной платы являются работники, занятые в финансовой сфере деятельности (66 605 рублей в месяц), в сфере производства и распределения полезных ископаемых (57 080 рублей в месяц), производства нефтепродуктов (67 580 рублей в месяц). Наименее оплачиваемым является труд работников, связанных с обработкой древесины и производством изделий из дерева (10 947 рублей в месяц), сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства (9 619 рублей в месяц), а также текстильного и швейного производства (9 020 рублей в месяц).

В-третьих, тип местности, в котором проживает человек. Среднедушевой уровень дохода в городской местности выше того же показателя в сельской местности. В среднем, в городе 1 член домохозяйства располагает ресурсами в 13465,9 рублей в месяц, в то время, как в селе этот показатель составляет 7786 рублей в месяц.

В-четвертых, уровень образования. В современном обществе это очень важный показатель и критерий принятия на работу. Те, кто имеют высшее профессиональное образование могут рассчитывать на более престижную работу, нежели выпускники средних учебных заведений. Также веское значение имеет положение оконченного ВУЗа в общем рейтинге ВУЗов. Сегодня многие крупные российские компании принимают на работу только выпускников престижных ВУЗов.

В-пятых, возраст. Работодатели не заинтересованы в молодых сотрудниках без опыта работы (студентах, выпускниках вузов), а также в людях пенсионного возраста из-за проблем с освоением современных технологий. Им трудно найти работу в крупных компаниях, поэтому

приходится соглашаться на менее высокооплачиваемую работу, что отражается на их доходах. Следует отметить, что наибольшими доходами обладают люди в возрасте 25-35 лет.

В-шестых, пол. Традиционно труд мужчин ценится больше, чем труд женщин и статистика это подтверждает: средний месячный доход мужчины составляет 30 946 рублей, женщины – 26 639 рублей.

В силу целого ряда причин, на начальном этапе радикальных экономических преобразований в России основной упор был сделан на финансовое оздоровление экономики и макроэкономическую стабилизацию. Социальная сфера и ее проблемы были отодвинуты на второй план. В результате население России столкнулось с резким падением жизненного уровня на фоне усиления социальной дифференциации общества, в том числе и по заработной плате. Обострилась ситуация на рынке труда, ухудшилась демографическая ситуация, началось абсолютное сокращение населения страны, снизилась продолжительность жизни.

Список литературы:

1. Объем теневой экономики РФ составил 39% от ВВП-
<https://www.newsru.com/finance/30jun2017/shadoweconomy.html>

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

Тунников И.И.

Научный руководитель: ст. преподаватель Тимошенко Н.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Качество жизни, как термин и экономическая категория появилась в общественных науках сравнительно недавно, в середине XX в. Качество жизни выступает обобщающей комплексной характеристикой экономических, политических, социальных, идеологических, экологических и другие факторов, определяющей положение человека в обществе и условия его жизни [1]. Повышение уровня и качества жизни, основного показателя успешности и экономической стабильности страны, является приоритетным направлением любого прогрессивного общества.

Выделяют основные компоненты качества жизни: уровень здоровья, продолжительность жизни населения, уровень жизни и образ жизни населения. В мировой практике уровень здоровья и продолжительность жизни ставится на первое место при оценке условий жизни, так как это рассматривается как главное условие его жизнедеятельности.

Уровень жизни выражает степень удовлетворенности материальных и культурных потребностей людей, обеспеченности их потребительскими благами, состояние социальной защиты населения. Обеспеченность потребительскими благами оценивается в абсолютных единицах (среднедушевой доход, количество бытовой техники на семью, расходы на питание в рублях и т.п.) и в относительных, по степени удовлетворенности имеющимся объемом и качеством этих благ.

Образ жизни включает такие аспекты жизнедеятельности, как социальная активность личности, отношение населения к труду, к политике властей, к семье и браку, к законности и правопорядку и т. п.

В мировой практике используются ряд показателей, позволяющих количественно оценить качество жизни страны, региона. Важнейшим инструментом оценки достижений страны в области развития качества жизни, служит индекс развития человеческого потенциала (с 2013 года индекс человеческого развития), разработанный в 1990 году группой экспертов во главе с пакистанским экономистом Махбубом уль-Хаком. Традиционная практика оценки общественного развития по национальному доходу дополнялась достижениям в области здоровья и образования, которые поддаются измерению в большинстве государств. С 1993 года в «Отчетах о развитии человеческого потенциала» Программы ООН ежегодно публикуется международный рейтинг стран по индексу человеческого развития. При подсчете ИЧР учитывается:

- ожидаемая продолжительность жизни при рождении;
- достигнутый уровень образования населения, определяемый показателями грамотности и долей учащихся среди детей и молодежи в возрасте от 7 до 24 лет;
- уровень жизни, рассчитанный в валовом национальном доходе на душу населения в долларах США по паритету покупательной способности [2].

На основе этих трех показателей исчисляются совокупный показатель ИЧР в диапазоне от 0 до 1. В итоговом рейтинге государства подразделяются на четыре группы в соответствии с показателем индекса:

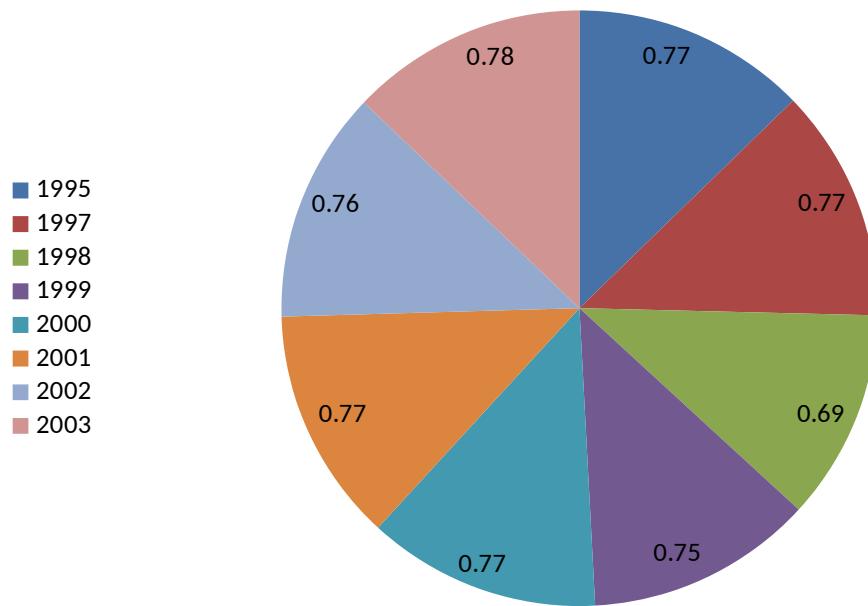
- > 0,8 – очень высокий уровень развития;
- 0,700-0,799 – высокий уровень развития;
- 0,550-0,699 – средний уровень развития;
- < 0,550 – низкий уровень развития.

Так как при расчете ИЧР используются статистические данные средние по стране, и не учитывается внутреннее неравенство, с целью корректировки в 2010 году введены три новых индикатора: Индекс человеческого развития, скорректированный с учетом социально-экономического неравенства (ИЧРН), Индекс гендерного неравенства (ИГН) и Индекс многомерной бедности (ИМБ).

Тенденции изменения ИЧР свидетельствуют, что не существует явной взаимосвязи между состоянием экономического процветания и процессом развития человека, у стран с одинаковым значением ИЧР могут быть совершенно разные уровни доходов. Но все-таки, если рейтинг страны по ИЧР выше, чем по размеру ВВП, значит, стране удалось направить экономические блага в такие области, как здравоохранение, образование, социальная обеспеченность и повысить качество жизни населения.

Для анализа изменения индекса человеческого развития России, рассмотрим его динамику за 1995-2017 гг.

Год	1995	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
оказатель	,771	,766	,693	,747	,766	,771	,763	,779



Год	2004	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016	2017
оказатель	,795	,755	,766	,784	,804	,719	,755	,784	,788	,798	,800	,804

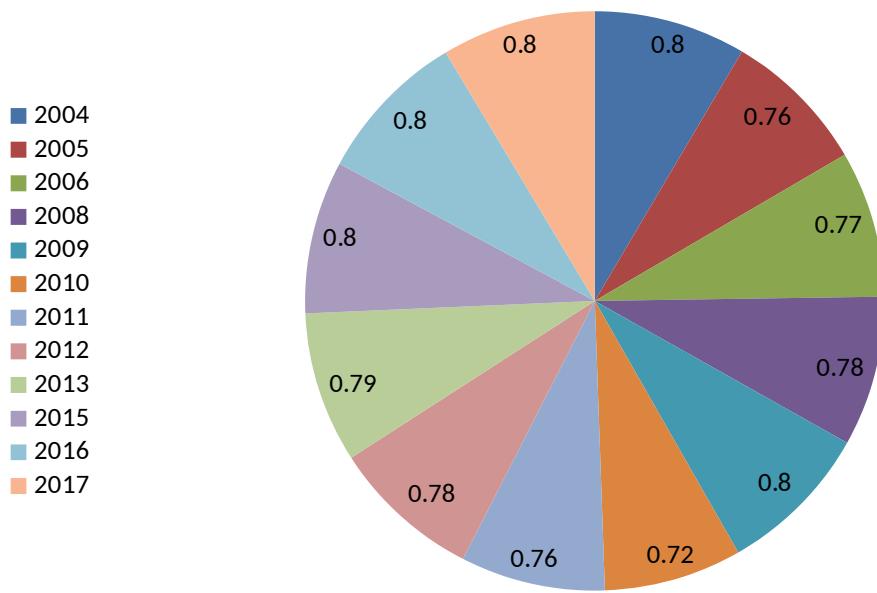


Рисунок 1 – Динамика развития индекса человеческого потенциала
Источник: составлено автором на основе данных [3]

Необходимо отметить, что обработка статистических данных и составление отчетов требует два года, поэтому уровень ИЧР не соответствует тому году, в котором выходит отчет

Статистика по динамике индекса развития человеческого потенциала за анализируемый период показывает циклический характер изменений. После непродолжительного подъема, через каждые четыре года происходит резкое падение. Несмотря на скачкообразное движение графика, прослеживается положительная тенденция, а с 2011 года наблюдается медленный, но стабильный рост.

Самой благоприятной страной для жизнедеятельности на сегодняшний день является Норвегия, поскольку ее показатель ИЧР превосходит показатели всех других стран и составляет 0,949. В 2017 году Россия по итогам подсчетов находится в группе с очень высоким уровнем развития, занимая 49-е место в общем рейтинге среди 188 стран. В РФ один из самых высоких показателей по уровню образования, в рейтинге стран занимает 34-е место. За рассматриваемый период возросла ожидаемая продолжительность жизни с 64,52 лет в 1995 году до 72,7 лет в 2017 году, следует отметить, что это наибольшая продолжительность жизни за всю историю страны, включая советское время. Валовой национальный доход на душу населения по ППС составил 25700 доллара США , в рейтинге стран, это 55-е место. В 2017 году ВНД на душу населения снизился по сравнению с предыдущим годом на 1,5%.

Несмотря на значительную распространенность и авторитетность методика расчета ИЧР включает не все составляющие, формирующие качество жизни. В целях совершенствования ИЧР и повышения его эффективности как индикатора конкурентоспособности национальной экономики можно включить показатели занятости и безработицы, денежные поступления по социальным программам, количество дипломированных специалистов, расходы на досуг, культуру и здравоохранение, уровень преступности, заработная плата населения, условия проживания населения, экологическую ситуацию, развитие рынка труда и тому подобное [4].

Список литературы:

- Буркова, О.С. Оценка качества жизни населения на основе международных индексов / О.С. Буркова //Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам VIII междунар. науч.-практ. конф. М.: 2017.-№6. - с. 45-49.
- Прищепова А. О. Статистическое исследование индекса человеческого развития /А.О. З. Прищепова // Вопросы экономики и управления.- 2016.- №3 - с. 114-117.
- [3. http://gtmarket.ru/news](http://gtmarket.ru/news)
- [4. https://cyberleninka.ru/article/n/integralnye-otsenki-kachestva-zhizni-naseleniya](https://cyberleninka.ru/article/n/integralnye-otsenki-kachestva-zhizni-naseleniya)

ОСОБЕННОСТИ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ

Шульц Д.М.

Научный руководитель: доцент Плотникова С.П.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Являясь одной из основных макроэкономических проблем в большинстве стран, инфляция и ее сдерживание на определенном уровне выступает важнейшей задачей государственной политики [1]. В связи с тем, что высокий уровень инфляции провоцирует целый комплекс негативных экономических и социальных последствий, его минимизация необходима для обеспечения экономического роста и развития.

В большинстве развитых стран антиинфляционная политика осуществляется центральными банками и правительством, которые оказывают решающее влияние на темпы инфляции в целом, денежное обращение и величину денежных масс в частности. При этом причины инфляции кроются не только в диспропорциях денежного обращения и на финансовых рынках, из-за чего антиинфляционная политика указанных структур не всегда оказывается достаточной и эффективной [3]. Наряду со сдерживанием темпов инфляции к задачам денежно-кредитной политики государства относится обеспечение благоприятных финансовых условий для экономического роста, что идет вразрез с задачами минимизации инфляционных процессов. Это обуславливает сложность научной и практической задачи выбора типа антиинфляционной политики, ее целей и методов. В условиях современной рыночной экономики особую актуальность приобретает анализ инфляционных процессов, поскольку именно инфляция негативно сказывается на экономических и социальных процессах любого государства.

Неуправляемая инфляция выступает одной из главных проблем регулирования экономики на уровне государства, потому что эффективная борьба с ней поддерживает стабильность социально-экономической, финансовой и банковской политики [2]. Антиинфляционная политика в обязательном порядке должна проводиться государством в целях сдерживания инфляционных процессов и уменьшения их негативного влияния на экономику.

Динамика инфляции в РФ за период 2005 – 2017 гг. представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Динамика инфляции в РФ за период 2005 – 2017 гг. [5]

Инфляция в России в декабре 2017 г. составила 0,4% после 0,2% в ноябре и октябре. Таким образом, инфляция за весь прошлый год оказалась равной 2,51% – это минимум в истории России. Причин победы над инфляцией несколько. Прежде всего, это заслуга Банка России, главный фактор – его жесткая монетарная политика. ЦБ РФ перешел к инфляционному таргетированию и плавающему валютному курсу в конце 2014 года. Мегарегулятор не стал держать реальные ставки на ультравысоких уровнях продолжительное время. Это связано с тем, что инфляционный шок (17% в марте 2015) был временным и был вызван немонетарными факторами. Действительно, уже с ноября

2015 года инфляция быстро пошла на спад. За это же время инфляция стремительно приближалась к цели, составив 3,9% в июле 2017 года.

Важную роль в снижении инфляции сыграла политика ЦБ РФ по поступательному снижению ключевой ставки. Так в декабре 2015 года она составляла 17%. Такое значение ключевой ставки делало практически невозможным кредитование реального сектора экономики, повышало стоимость кредитов, что в итоге сказывалось на росте цен, особенно на фоне падения валютного курса рубля. После стабилизации ситуации на валютном и фондовых рынках ЦБ РФ начал снижать ключевую ставку: в сентябре 2016 она достигла значения в 10%, в июне 2017 – 9%, в декабре 2017 года – 7,75%.

Можно предположить, что снижение ключевой ставки обеспечит снижение уровня инфляции в целом по РФ за счёт того, что в нашей стране воздействие инфляции предложения значительно выше уровня инфляции потребления в реальном секторе экономики. В случае уменьшения банками процентных ставок по депозитам и кредитам произойдет оживление деловой активности в реальном секторе экономики. Многие эксперты прогнозируют снижение ключевой ставки до 6,5%. Очевидно, что данная политика ЦБ РФ вполне способна обеспечить таргет инфляции в 4%.

Помимо всего, экономика РФ нуждается в разработке ценовой политики, которая будет основана на принципах, обеспечивающих снижение немонетарных ценовых компонентов инфляции. Они должны состоять из демонополизации экономики, контроля над ростом тарифов, стимулирования конкуренции, эффективного регулирования таможенных пошлин на импорт и экспорт товаров [4].

В целом можно сделать вывод, что, управление инфляцией является важнейшей проблемой денежной и экономической политики государства. Важно учитывать многосложный и многофакторный характер инфляционных процессов, в основе которых лежат как монетарные, так и другие факторы. С учетом важности сокращения расходов из государственного бюджета, сжатия денежной эмиссии необходимо проведение масштабного комплекса антиинфляционных мероприятий. Политику Банка России по таргетированию инфляции в целом можно признать успешной, так как в годовом измерении официальная инфляция снизилась с 12,91% (2015 год) до рекордно низкого уровня в 2,51% (2017 год). Подчеркнем, что это касается официальных данных, субъективно население способно ощущать более высокий уровень инфляции. Поэтому, несмотря на успехи в проведении денежно-кредитной политики, Банку России можно рекомендовать и дальше совершенствовать управление инфляцией, своевременно выявлять и устранять угрозы проявления макроэкономической нестабильности.

Список литературы:

1. Благих И. Новый подход к исследованию инфляции / И. Благих // Экономист. — 2015. — № 9. — С. 94-96
2. Глазьев С. О таргетировании инфляции / С. Глазьев // Вопросы экономики. — 2015. — № 9. — С. 124-135
3. Криворучко С. В. Структурные элементы режима таргетирования инфляции / С. В. Криворучко, Е. М. Свирина // Банковское дело. — 2015. — № 4. — С. 15-20
4. Рубцов, Е.С., Токорева, Г.В. Российская инфляция: особенности и тенденции // Научное сообщество студентов XXI столетия - М.: Экономические науки, 2016. - С.98-102.
5. Федеральная служба статистики // Официальный сайт [Электронный ресурс]. - URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/tariffs/# (дата обращения: 16.03.2018).
6. Официальный ресурс Центрального Банка РФ// Официальный сайт [Электронный ресурс]. - URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 16.03.2018)

ПОДСЕКЦИЯ 7.3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Безденежных М.А.

Научный руководитель: доцент Михеева Н.Б.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Конкурентоспособность производства сельскохозяйственного предприятия опирается на эффективность служб данного предприятия, находится в тесной связи с повышением уровня экономической безопасности объекта. «Функциональные составляющие экономической безопасности предприятия: финансовая, интеллектуальная, кадровая, информационная, политико-правовая, силовая, экологическая, все эти составляющие являются совокупностью основных направлений, существенно отличающихся друг от друга».

В целом повышение конкурентоспособности производства предполагает:

- эффективность финансовой деятельности;
- независимость;
- развитость;
- организация управления;
- жесткий отбор кадров;
- экологическим стандартам;
- информационной безопасности;
- работников;
- сохранность их и профессиональных .

Такие ученые, как А. В. и И. Д. Аникина, считают, что производственного потенциала с учетом состоит в способности самостоятельно разрабатывать и производственную стратегию, в неизвестной и среды. При этом, безопасность представляет такое состояние , которое:

- обеспечить финансовое , стабильность, платежеспособность и предприятия в долгосрочном ;
- удовлетворяет предприятия в финансовых для устойчивого расширенного предприятия;
- обеспечивает финансовую предприятия;
- способно существующим и возникающим , которые стремятся финансовый предприятию или изменить желанию структуру , или принудительно ликвидировать ;
- обеспечивает гибкость при принятии решений;
- защищает интересы владельцев ».

Конкурентоспособность необходимо рассматривать как гармонизации во времени и экономических интересов с интересами внешней среды. «В условиях полностью деятельность предприятия от воздействия среды, невозможно, внешняя среда оказывать и положительное на функционирование ».

Таким примером выступать современные преобразования, изменения в предприятием, оказывают огромное на конечный результат предприятия. Предприятие или могут эти переустройства в реализации, а и отказаться от них, но, потребность в расчет какие новшества быть связано с причин. В результате инноваций в производственном сельскохозяйственного появляются новые производства, которые активному освоению их для выпуска и того же вида .

Другая сторона – разнообразие форм производства и . Необходимость учитывать различного рода, как в процессе, так и в производственном возможностью издержек производства, а территориального расширения деятельности на рынке.

это, можно значительного повышения конкурентоспособности хозяйствующего , укрепления конкурентных на рынке, а, , добиться повышения финансовой безопасности. нужно помнить о том, что инновационной и деятельности становится устойчивого жизненного предприятия в современных .

Важным обеспечения финансовой экономической безопасности является контроль за сторонами его деятельности с точки повышения текущей бизнеса, а также его роста.

и инновации могут в качестве стратегических , как инструментов или элементов в управлении циклом предприятия. и инвестиционные стратегии важным фактором предприятия при дефиците ресурсов, его положение в условиях борьбы за удержание реализуемой , и конкурентной позиции на .

Имеющиеся методические в области регулирования конкуренции предприятия, на сегодняшний , недостаточно разработаны как с , так с организационно-правовой точки .

Представляется, что стратегии экономической сельскохозяйственных предприятий, в свое содержание «конкурентоспособности» как фактора их развития, учитывать следующие .

Во-первых, конкурентоспособность предприятий им ведущую роль на , по сравнению с конкурентами.

, конкурентоспособность сельскохозяйственных охватывает две :

- производственную конкурентоспособность;
- производимой продукции.

В-третьих, обретение конкурентоспособности дает возможность сельскохозяйственным предприятиям избежать бесполезного расхода ресурсов, а также наладить производство такой номенклатуры продукции, которая не только удовлетворяла бы имеющиеся рыночные потребности, но формировалась бы новые потребности и новый спрос.

В-четвертых, достижение конкурентоспособности является результатом выхода теории и практики обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий на качественно новый уровень.

Список литературы:

1. Гукова А. В. Роль финансовой безопасности предприятия в системе его безопасности / А. В. Гукова, И. Д. Аникина // Образование и общество. – 2016. – № 3. – С. 98-102
2. Бурланков С.П. Статья Методы оценки конкурентоспособности
3. Оковкина Н. Н. Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Экономический журнал. 2012. № 19.
4. Шелудько Е. Б. Конкурентоспособность предприятия: сущность, факторы и принципы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № S6. – С. 100–105. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/76080.htm>.
5. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ

ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА (НА МАТЕРИАЛАХ СПК «МАЙСКИЙ» ИРБЕЙСКОГО РАЙОНА)

Беренгилова Е.И.

Научный руководитель: д.э.н., доцент Озерова М.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Экономическая безопасность предприятия – это состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия [2,с.79].

Неотъемлемым элементом исследования экономической безопасности предприятия является выбор ее метода.

Существуют наиболее распространённые методы оценки уровня экономической безопасности:
-индикаторный;
- ресурсно-функциональный;
- программно-целевой [3,с.81].

Индикаторный метод заключается в расчете показателей, отражающих финансово-экономическую безопасность хозяйствующего субъекта с пороговыми значениями ее индикаторов. С помощью данного метода определяется уровень финансово-экономической безопасности предприятия, который достигается при условии, если вся совокупность индикаторов находится в пределах пороговых значений, а пороговое значение каждого индикатора достигается не в ущерб другим.

Для оценки состояния финансово-экономической безопасности предприятия для индикаторного метода применимы следующие показатели: ликвидности, деловой активности, финансовой устойчивости и рентабельности [1,с.51].

Существует и иной метод оценки уровня экономической безопасности предприятия, который называется ресурсно-функциональным. Ресурсно-функциональный метод предполагает определение уровня экономической безопасности с помощью оценки эффективности использования ресурсов предприятия.

Для оценки и анализа экономической эффективности использования производственных ресурсов применяются обобщающие показатели. К ним относятся: трудоёмкость, материалаотдача, материалоёмкость продукции, фондоотдача, фондоёмкость, капиталоотдача, капиталоёмкость и фондовооруженность. Однако отметим, что данные показатели характеризуют лишь отдельные стороны финансово-хозяйственной деятельности, и не указывают уровень экономической безопасности предприятия[22,с.90].

Еще одни методом оценки экономической безопасности предприятия является программно-целевой, который базируется из совокупности индикаторного и ресурсно-функционального методов. В результате проведенного анализа вышеупомянутых методов выявлены недостатки, которые могут негативно повлиять на определение уровня экономической безопасности предприятий, так же выявлены настоящие и потенциальные угрозы хозяйствующего субъекта.

Для изучения применения методов оценки уровня экономической безопасности были использованы данные СПК «Майский» Ирбейского района.

В ходе проведения анализа интегральным методом, с помощью коэффициентов по выявлению платежеспособности предприятия главной угрозой экономической безопасности предприятия можно считать не ликвидность предприятия. Отсутствие ликвидности на предприятии означает, что у компании могут быть проблемы с исполнением своих обязательств, поскольку, ее активы не являются ликвидными. Появляется возможная угроза существованию предприятия, что накладывает отпечаток на предстоящие решения.

Для предприятия СПК «Майский» было предложено мероприятие для восстановления платежеспособности с помощью финансового оздоровления, а именно введение внешнего управления. При введении финансового оздоровления разрабатывается план, подготовленный членами кооператива, который утверждается собранием кредиторов и должен предусматривать способы получения должником средств, необходимых для удовлетворения требований кредиторов в соответствии с графиком погашения задолженности в ходе финансового оздоровления. Графиком погашения задолженности должно предусматриваться погашение всех требований кредиторов, включенных в реестр требований кредиторов, не позднее, чем за месяц до даты окончания срока финансового оздоровления, а также погашение требований кредиторов первой и второй очереди не позднее чем через 6 месяцев с даты введения процедуры финансового оздоровления. В результате финансового оздоровления у предприятия есть шансы продолжить свою деятельность и восстановить платежеспособность с помощью введения внешнего управления, в этом случае на покрытие всех обязательств будет дано не больше 2 лет.

Также было предложено разработать свою кредитную политику, которая должна быть направлена на исключение из числа партнеров предприятий-дебиторов с высоким уровнем риска. Для этого необходимо:

- собрать информацию о покупателях тщательно проанализировать ее;
- принять решение о предоставлении или отказе в кредите.

Деятельность предприятий характеризуется многообразием финансовых процессов, множественностью показателей финансового состояния, различием в уровне их критических оценок, поэтому целесообразно определение комплексной оценки надёжности дебитора с применением метода баллов.

Сущность методики заключается в классификации клиентов по уровню надёжности, в зависимости от набранного количества баллов, по фактическим значениям отобранных критериев. Клиенты позиционируются по следующим категориям надёжности: перспективный, стабильный, нестабильный и новый.

Представленные предложения позволяют предприятию выйти из кризисной ситуации и сформировать необходимый уровень экономической безопасности.

Список литературы:

1. Авамилева, Т.А. Оценка уровня экономической безопасности предприятия / Т.А. Авамилева //

бизнесинформ – 2009. - №2(3). – С.86-87.

2. Бабанов, А.В. Оценка финансового положения предприятия и определение оптимальной модели вероятности банкротства предприятия / А.В. Бабанов // Эффективное антикризисное управление. – 2015. - №5(92) – С.76-80.

3. Бадаева, О.Н. Оценка финансовой безопасности малых и средних предприятий / О.Н. Бадаева, Е.В. Цупко // Российское предпринимательство. - 2013. - №14. – С.71-83.

4. Бехтина, О.Е. Современные проблемы прогнозирования банкротства предприятия. / О.Е. Бехтина // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. – 2017. - №1. – С.11-19.

ФОРЕНЗИК В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Диденко Т.А.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Озерова М.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время внедрение современных технологий в развитие экономических отношений повысило рост числа случаев финансового мошенничества, хищений материальной и интеллектуальной собственности. Это привело к возникновению реальной потребности коммерческих и государственных организаций в услугах квалифицированных специалистов, которые смогут обеспечить экономическую и информационную безопасность на предприятиях. Для обеспечения безопасности в своих организациях многие руководители прибегают к помощи независимых и профессиональных специалистов, которые оказывают услуги форензик.

Термин «форензик» произошел от латинского *forensis*. Его этимология берет своё начало в древнем Риме, где в процессе спора обвинитель и обвиняемый должны были привести ряд аргументов в защиту своей позиции. Приоритет отдавался тому, чьи аргументы были наиболее убедительными.

«Форензик» в широком смысле обозначает деятельность по обнаружению, расследованию, рассмотрению и урегулированию ситуаций, когда присутствуют конфликты и разногласия между сторонами по финансовым, коммерческим, правовым, управленческим и другим вопросам, которые содержат существенные экономические риски, когда действия сотрудников или участников общества не соответствуют действующему законодательству, принципам и этическим нормам компании.

В современном понимании «форензик» - это разработка комплекса мер системы контроля. С одной стороны данные меры направлены на недопущение совершения неправомерных действий, которые осуществляются должностными лицами компании, а также на пресечение злоупотребления служебным положением. С другой стороны, они направлены на расследование фактов мошенничества, вследствие которых репутации компании был нанесен ущерб или же это повлекло за собой значительные финансовые потери.[1]

Целью «форензик» является выявление несоответствий в финансовой отчетности компании, обнаружение незаконных действий ответственных лиц, которые связаны чаще всего с той или иной формой хищения. Не стоит забывать, что поводом к искажению данных, может быть мошенничество. Независимое экономическое расследование призвано обнаружить такие факты.

Расследование проводится различными методами. Например, это может быть оценка документации находящейся в открытом и закрытом доступе или анализ контрагентов компании. Возможно проведение экспертизы ведения судебных споров контрагентом. Проверка истории компании на наличие конфликтов, связанных с легализацией незаконных доходов, дочерних и зависимых обществ, которые находятся за рубежом, в том числе в офшорных зонах. Также можно проанализировать контрактные обязательства или выявить значительную кредиторскую задолженность.[2]

Сложившиеся подходы к проведению форензик можно разделить на следующие этапы.

Первый, предварительный, этап включает в себя следующие действия:

1. Предварительная экспертиза состояния дел клиента. Компании, оказывающей услуги по финансовым расследованиям, для начала следует изучить историю функционирования фирмы, направленность ее деятельности, отрасль функционирования, размер предприятия.

2. Анализ взаимоотношений клиента с контрагентами и проверка конфликтов. Перед тем как форензик-специалисты приступят к работе, заинтересованной организации следует проверить существующие связи и прояснить возможные конфликты. Затем нужно представить соответствующий отчет.

3. Подготовка специального письма клиенту. Письмо представляет собой набор обязательных элементов, которые содержат необходимые данные о предприятии: название организации, набор предоставляемых услуг, ценовая политика, отчеты аудиторских проверок и иные данные, которые могут попросить предоставить эксперты финансового расследования.

4. Согласование схемы взаимодействия с клиентом. Стороны подробно обговаривают условия, которые необходимы экспертам для начала финансового расследования.

5. Соглашение о платежном цикле. Компания, которая оказывает услуги по финансовым расследованиям, скорее всего, заранее не предоставит счет за выполнение своих услуг, форензик-сервис в основном использует платежный цикл, т.е. оплату за конкретный этап проделанной работы или определенный период времени.

Аналитический этап.

На этом этапе собирается и анализируется информация, которая была получена от клиента. На данном этапе последовательность действий, которые осуществляет форензик, выглядит следующим образом.

1. Проведение интервью с сотрудниками предприятия. Когда специалисты форензик приступают к выполнению своей работы, обязательно проводится интервью с сотрудниками экономического субъекта. Проведение интервью требует от форензик-специалистов высокой подготовки, поиск подходящего стиля и манеры общения.

2. Выполнение аналитических и интуитивных процедур. После того как форензик-эксперты получили нужную информацию, они приступают к сложной и достаточно долгой стадии аналитических процессов. Среди множества проводимых аналитических и интуитивных процедур можно выделить три основные группы:

анализ политик и положений экономического субъекта;

анализ основных бизнес-процессов;

анализ системы внутреннего контроля. [1]

Аналитические процедуры уже давно считаются одним из самых эффективных методов расследования. Данные процедуры действительны для большинства видов экономических преступлений, и, соответственно, специалист форензик часто сталкивается с расследованиями, в которых они необходимы.

По мере того, как продвигается расследование, и становятся понятны схемы мошенничества, аналитические процедуры могут также использоваться для определения областей дальнейшего расследования. Аналитические процедуры могут быть сосредоточены на отдельных элементах финансовой отчетности, которые могли быть искажены в результате мошенничества.

Таким образом, аналитические методы в сочетании с интуитивными процессами и суждениями специалистов форензик создают логическую основу для обнаружения признаков мошенничества.

Оценочный этап.

На данном этапе выявляются и оцениваются недостатки в системе внутреннего контроля, изучаются основные составляющие данной системы: контрольная среда, оценка рисков и контроль деятельности.

Специалист форензик должен изучить факторы контрольной среды и понять ее слабости. В процессе финансового расследования оцениваются целостность среды управления, этические ценности, компетентность персонала организации, стиль работы руководства, подход руководства к назначению полномочий и ответственности, а также политика развития и организации работы сотрудников предприятия.

Оценка рисков является важным элементом, поскольку компании необходим эффективный метод оценки рисков, чтобы определить, как управлять рисками и контролировать их. Изучение экспертами экономического климата, в котором находится предприятие, отраслевых условий, а также операционного цикла необходимо для вынесения рекомендаций по улучшению механизма управления рисками при помощи органов внутреннего контроля.

Контроль деятельности происходит в рамках всего предприятия на всех уровнях и во всех функциях, что позволяет соблюдать на должном уровне политику, процедуры и другие указания управления. Экспертам нужно будет оценить эффективность внутрифирменных нормативных актов, проведения проверок, сверок, а также контроль деятельности сотрудников. Также они исследуют все информационные потоки внутри предприятия и связи с внешними сторонами, такими как клиенты, поставщики, регулирующие органы, инвесторы, и другими заинтересованными лицами. В результате этой оценки специалисты форензик оценивают качество существующих связей, могут ли они

создавать почву для возникновения мошенничества, и подготавливают предложения по регулированию процесса обмена информацией.

После оценки системы внутреннего контроля, а также на основе результатов проведения интервью, аналитических процедур и исследования баз данных, эксперты форензик могут осуществить обзор первичных документов для определения первых признаков искажений, а также принять решение о необходимости назначения экспертизы, с помощью которой можно выявить подделки и установить факт подлога. Проведение этих мероприятий способствует получению достаточных доказательств обвинения в мошенничестве.

Итак, после проведения первых трех этапов финансового расследования форензик-специалисты должны определить факт мошенничества сотрудников организации или указать на такие стороны функционирования экономического субъекта, где могут возникнуть финансовые преступления. После этого эксперты приступают к завершающим этапам.

Предоставление рекомендаций.

После определения фактов мошенничества на предприятии и обнаружения угрозы появления финансовых преступлений, наступает этап разработки рекомендаций по внесению изменений в систему внутреннего контроля для устранения мошенничества.

На этом этапе форензик-специалисты создают особенную систему управления рисками мошенничества, предлагают способы совершенствования работы с программными продуктами. Также форензик-эксперты моделируют возможные сценарии возникновения финансовых преступлений и обращают внимание на потенциально ошибочные действия, которые могут быть совершены руководством предприятия при подозрении сотрудников в мошенничестве.

Заключительный этап.

Форензик-сервис для экономического субъекта завершается отчетным этапом. Специалисты финансового расследования по итогам проделанной ими работы должны документально зафиксировать все действия, которые предпринимались в процессе предоставления услуг, а также результаты этих действий и вынесенные рекомендации. Важно отметить, что специалисты обязаны представлять отчетные документы руководству по мере выполнения определенного этапа форензик.

Таким образом, можно заметить, что использование «форензик» очень актуально при выявлении финансового мошенничества, осуществлении крупных сделок, заключении контрактов. С помощью экономического расследования компания может разработать компьютерные системы собственной безопасности, получить представление о финансовой деятельности потенциальных партнеров и доказательства мошенничества, которые могут быть использованы в дальнейшем в суде. Также с его помощью предприятие может составить независимую экспертную оценку своей документации, использовать данные независимой экспертизы в судебных спорах и выявлять лица, которые осуществляют мошеннические операции на предприятии.

Список литературы:

1. Бауэр Г., Проведение финансовых расследований и урегулирование споров. Коммерческая разведка и информационная поддержка бизнеса / Г. Бауэр, А. Мешков – 2014.
2. Попадюк А., Форензик: расследования случаев мошенничества в ритейле / А. Попадюк – 2015.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Десинова Е.О.

Научный руководитель: д.э.н., доцент Озерова М.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Обеспечение экономической безопасности предприятия требует создания на предприятии собственной системы безопасности или применения широкого спектра инструментов и методов обеспечения экономической безопасности предприятия, среди которых все более важное место отводится конкурентной разведке. Последняя заключается в накоплении, систематизации и анализе информации о состоянии внешнего окружения компании с целью выявления угроз его экономической безопасности и обоснования системы мероприятий по их устранению и предупреждению.

Технология конкурентной разведки заимствована в зарубежной практике обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов и еще не получила широкого применения на российских предприятиях. Сущность, методика и особенности применения инструментария конкурентной

разведки являются достаточно новым предметом изучения отечественных исследователей. В научных трудах российских экономистов А.Н. Быстровой, Я.В. Бузанова, Г.Э. Лемке, Ю.С. Сахно, Е.Л. Ющук, В.И. Ярочкина и др. рассмотрены отдельные аспекты конкурентной разведки, однако не представлен комплексный подход к реализации технологии конкурентной разведки в системе экономической безопасности предприятия, а также не нашли отражения отраслевые особенности ее осуществления. Между тем, в условиях освоения новых подходов к стратегическому управлению в сельскохозяйственной отрасли значительный интерес представляют вопросы адаптации приемов и методов конкурентной разведки на предприятиях сельского хозяйства. Этим обусловлена актуальность настоящего исследования и его цель.

На основании изложенного, целью настоящего исследования является обоснование мероприятий по устранению угроз экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия на основе применения инструментария конкурентной разведки.

Изучение материалов научных исследований по проблемам конкурентной разведки свидетельствует о том, что на западе понятие «конкурентная разведка» имеет вполне чёткое и устоявшееся значение, однако в России имеют место его интерпретации. По мнению исследователей, данная проблема связана с трудностями перевода термина competitive intelligence (CI), который в свою очередь состоит из двух слов: competitive – конкурентный, конкурентоспособный; intelligence – разведывательный, умственный [5]. Среди российских специалистов распространение получил дословный перевод – конкурентная разведка, а вместе с этим и подход к ее пониманию как интеллектуальной деятельности, направленной на анализ конкурентоспособности компании и конкурентной среды в целом.

Конкурентную разведку следует понимать как регулярный процесс сбора, верификации и анализа информации о конкурентной среде для выявления угроз и возможностей в целях принятия организацией оптимальных управленческих решений. Такую деятельность следует осуществлять в соответствии с нормами действующего законодательства и этики, с соблюдением необходимого уровня скрытности.

Одним из важных аспектов осуществления конкурентной разведки в системе экономической безопасности предприятия является ее нормативно-правовое и методическое обеспечение.

Следует признать, что в российском законодательстве отсутствует специальный закон, регулирующий деятельность по осуществлению конкурентной разведки. Между тем, целый ряд норм российского законодательства могут применяться в отношении мероприятий конкурентной разведки. Так, обладая признаками частной детективной деятельности, конкурентная разведка подпадает под действие норм Закона от 11 марта 1992 г. № 2487-І «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации» [1]. При проведении конкурентной разведки в отношении юридического лица приобретает значение соблюдение норм закона от 29.07.2007 №98-ФЗ «О коммерческой тайне», которым определено понятие коммерческой тайны, как «режим конфиденциальности информации, позволяющий ее обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду»[2]. Наряду с вышеуказанными, конкурентная разведка подлежит регулированию нормами других законодательных активов, на основании чего обоснованным представляется вывод о важности проведения конкурентной разведки в рамках действующего правового поля при неуклонном соблюдении морально-этических норм.

Методическую основу конкурентной разведки формирует модель «пяти сил» Майкла Портера, которые воздействуют на уровень конкуренции в отрасли, а так же влияют на конкурентную среду в целом. Кроме того, применяется инструментарий, направленный на мониторинг и анализ информации конкурентной среды, в частности, мониторинг контрагентов с целью выявления рисков. Важной особенностью современного инструментария конкурентной разведки в системе обеспечения экономической безопасности является переход от ручного сбора данных из официальных источников к информационно-аналитическим системам, работающим по принципу одного окна. В настоящее время выбор таких систем на российском рынке достаточно обширен, но к наиболее популярным можно отнести: СПАРК, Интегрум, Глобас-і, Контур-Фокус, Дельта Безопасность[6]. Большинство подобных систем генерируют индексы, с помощью которых можно получить вероятностную оценку риска взаимодействия с конкретной компанией. В целом, применимый инструментарий конкурентной разведки в системе определяется кругом задач, которые требуют решения на предприятии.

Практические подходы к применению инструментов конкурентной разведки в системе обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий исследованы на примере ЗАО АПХ «АгроЯрск», которое специализируется на разведении крупного рогатого скота и выращивании зерновых и зернобобовых культур. Среди наиболее значимых угроз экономической безопасности было определено развитие тенденций финансовой нестабильности вследствие получения чистого убытка по результатам деятельности и высокой доли заемных ресурсов в структуре источников финансирования имущества. По

результатам операционного анализа прибыли предприятия установлена низкая доля маржинального дохода и недостаточный запас финансовой прочности (табл. 1).

Таблица 1 – Расчет порога рентабельности и порога финансовой прочности ЗАО АПХ «АгроЙарск» за 2014-2016 гг.

Показатель	На конец года			Изменение
	2014	2015	2016	
Выручка от реализации продукции, работ и услуг, тыс. руб.	31617 6	36428 2	405749	89573
Себестоимость реализованной продукции, работ и услуг, тыс. руб.	29279 4	33783 7	371125	78331
Прибыль от реализации, тыс. руб.	23382	26445	34624	11242
Сумма переменных затрат, тыс. руб.	19910 0	21621 6	228242	29142
Сумма постоянных затрат, тыс. руб.	93694	12162 1	142883	49189
Сумма маржинального дохода в выручке от реализации, %	0,37	0,41	0,44	0,07
Порог рентабельности, тыс. руб.	25303 1	29922 0	326605	73574
Запас финансовой прочности:				
тыс. руб.	63145	65062	79144	15999
%	20,0	17,9	19,5	-0,5

По результатам анализа ценовой политики в отношении основных видов сельхозпродукции предприятий-конкурентов в регионе обоснованы выводы о том, что ценовая политика ЗАО АПХ «АгроЙарск» не удовлетворяет интересам собственников общества и не способствует достижению целей развития хозяйствующего субъекта. На этом основании следует рассмотреть резервы повышения выручки и прибыли предприятия в случае повышения отпускных цен на основные виды продукции до уровня среднерыночных (последние рассчитаем как средний показатель исходя из ценовых предложений конкурентов). Результаты расчетов среднерыночных цен на продукцию представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Расчет среднерыночных цен на сельхозпродукцию

Наименование товара	Цена ЗАО АПХ «АгроЙарск»	Уровень цен, руб.			Среднерыночная цена	Резерв повышения цены, руб.	
		ОАО Племзавод «Таежный»	СПК «Шилинский»	«Учхоз Миндерлинское»		руб.	в %
Зерно, руб. за кг	10	11,5	12	11	11,5	1,5	15,0
Молоко, руб. за л	28,28	34	32	30,5	32,2	3,9	13,7
мясо, руб. за кг	62,37	72	79	68	73,0	10,6	17,0

Рассчитаем выручку и прибыль предприятия от реализации указанных видов продукции по новым отпускным ценам (табл. 3). В результате, предприятие получит возможность повысить рентабельность продаж по исследуемым видам продукции. При этом, средний уровень рентабельности составит до 24%, в том числе, рентабельность реализации зерна составит 20%, молока – 26,1%, мяса – 25,7%.

Таблица 3 – Расчет финансовых результатов от реализации продукции ЗАО АПХ «АгроЙарск» по новым отпускным ценам

Вид продукции	Объем реализации, нат	Цена, руб.	Выручка, тыс. руб.	Себестоимость, тыс. руб	Прибыль от продаж, тыс. руб.	Рентабельность продаж, %
Зерно, кг	17076,0	11,5	196374	157099	39275	20,0
Молоко, л	9639,2	32,2	310061	228981	81080	26,1
Мясо, кг	448,9	73,0	32770	24358	8412	25,7
Всего	x	x	539205	410438	128766	23,9

Для расчета эффективности предложенных мероприятий сопоставим полученные показатели с фактическими (табл. 4).

Таблица 4 – Эффективность мероприятий по оптимизации ценовой политики ЗАО АПХ «АгроЙарск»

Вид продукции	Выручка, тыс. руб.		Себестоимость, тыс. руб.	Прибыль от реализации, тыс. руб.		Рентабельность продаж, %		Изменения (+,-)	
	факт	проект		факт	проект	факт	проект	прибыли, тыс. руб.	рентабельности, %
Зерно, кг	170760	196374	157099	13661	39275	8,00	20,00	25614	12,00
Молоко, л	272597	310061	228981	43615	81080	16,00	26,15	37464	10,15
Мясо, кг	27998	32770	24358	3640	8412	13,00	25,67	4772	12,67
Всего	471354	539205	410438	60916	12876	12,92	23,88	67850	10,96

На основании представленных расчетов, повышение цен на основные виды продукции до уровня среднерыночных позволит предприятию получить дополнительную прибыль от реализации продукции в сумме 67850 тыс. руб. Получение дополнительной выручки и чистой прибыли позволит улучшить показатели эффективности использования активов, в частности их оборачиваемости и рентабельности. Кроме того, за счет ожидаемой чистой прибыли возможно оптимизировать структуру источников финансирования предприятия, что позволит стабилизировать его финансовое состояние и тем самым предотвратить наиболее вероятные угрозы экономической безопасности предприятия.

Список литературы:

1. Об акционерных обществах [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ от 26 декабря 1995 г. №208-ФЗ – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. О коммерческой тайне : Федеральный закон РФ от 29 июля 2004 г. N 98-ФЗ. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Доронин А.И. Бизнес-разведка / А.И. Доронин. – М.: Ось-89, 2006. – 496 с.
4. Кузнецов И. Н., Бизнес-безопасность. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. — 416 с.
5. Подоляк О.О. Конкурентная разведка. Учебное пособие / О. О. Подоляк, Е. Ю. Кузнецова. Екатеринбург: УрФУ, – 2012. – 93 с.
6. Ющук, Е.Л. Интернет-разведка. Руководство к действию [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://cirazvedka.com/Invisible_Web.html

ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Зотин В.М.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Ермакова И. Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Нестабильная экономическая среда Российской Федерации, внутри которой действуют предприятия, предполагает необходимость систематического анализа финансового состояния, с целью выявления финансовых рисков, которые оказывают большое влияние на финансовую безопасность предприятия. Финансовая безопасность это функциональная составляющая экономической безопасности предприятия, следовательно, финансовые риски оказывают большое влияние на экономическую безопасность предприятия. Управление финансовыми рисками также актуально из-за развития рыночных отношений в Российской Федерации и увеличением конкуренции.

Теоретическое раскрытие темы рисков и их влияния на экономическую безопасность предприятия рассмотрено в трудах Абдукаримова И.Т., Атаманчук Г.В., Бланк И.А., Безуглая Н.С., Ванкович И.М., Гаврилюка Т.Ю.

Для того чтобы определить финансовые риски, необходимо рассчитать коэффициенты платежеспособности, оборачиваемости, финансовой устойчивости. Также требуется расчёт вероятности банкротства.[1]

Влияние рисков на экономическую безопасность было рассмотрено на материалах ЗАО АПХ “АгроЯрск”. Предприятие специализируется на производстве молочной продукции, предприятие является средним по размерам.

В результате финансового анализа можно сделать вывод, что предприятие может гасить свои текущие обязательства за счёт своих оборотных средств. Предприятие имеет нерациональную структуру капитала, преобладают заёмные средства, коэффициент собственности на 2016г. Равен 0,17. На фоне увеличения собственных средств, снижается коэффициент финансовой зависимости на 1,41 в 2016г. По отношению к 2014г. Очень низкие значения показателя коэффициента финансирования в 2016г. равен 0,2, коэффициент инвестирования в 2016 имеет значения 0,3, эти два показателя находятся в значениях гораздо меньше нормативных, из чего можно сделать вывод, что собственные источники покрывают лишь малую часть производственных инвестиций. Финансовая устойчивость удерживается за счёт долгосрочных обязательств. Коэффициенты оборачиваемости имеют тенденцию к росту, основываясь на этом можно сделать вывод, что предприятия использует свои ресурсы эффективней. Больше всего увеличилась скорость оборота краткосрочных и долгосрочных инвестиций, скорость инвестированного капитала изменилась на 27,4%. Самое крупное значение показателя имеет оборачиваемость собственного капитала в 2016г. он имеет значение 3,97. За отчётный период в 2014 и 2015 годах была высокая вероятность банкротства, но в 2016 году вероятность банкротства снизилось до очень низкого значения, рейтинговое число больше 1.

На основе анализа предприятия были выявлены угрозы, которые представлены в таблицы 1 - угрозы экономической безопасности хозяйствующего субъекта и мероприятия по их устранению.

Таблица 1. Угрозы экономической безопасности хозяйствующего субъекта и мероприятия по их устраниению

Перечень угроз	Мероприятия по их устроению
Внутренние угрозы	
Риск потери платежеспособности за счёт преобладания заёмных средств в структуре капитала.	Свести структуру капитала под Российскую модель ЗК – 50% и СК – 50%. Увеличить нераспределённую прибыль.
Риск потери платежеспособности в краткосрочном периоде, низкие показатели коэффициента быстрой ликвидности.	Увеличение краткосрочных финансовых вложений. Избавление от готовой продукции.
Риск появления сомнительной дебиторской задолженности, в виду того, что сбыт осуществляется через сетевые продуктовые ретейлы, дистрибуторов.	Открытие собственной торговой точки для сокращения посредников в товарообороте.
Внешние риски	
Инфляционный риск	Составлять договора на поставку кормов на долгосрочный период. Заняться производством кормов собственного производства.

Оптимизация структуры капитала является одной из наиболее важных и сложных задач, решаемых в процессе финансового управления предприятием. Оптимальная структура капитала представляет собой такое соотношение использования собственных и заемных средств, при котором обеспечивается наиболее эффективная пропорциональность между коэффициентом рентабельности собственных активов и коэффициентом финансовой устойчивости предприятия, т.е. максимизируется его рыночная стоимость, увеличивается уровень экономической безопасности.

Для минимизации этого риска было разработано мероприятия по увеличению выручки при небольших затратах. Проект представляет собой продажу цельного молока в физическом виде через автоматы с молоком в крупных ритейлерах г. Красноярск.

Продажа молока из автомата. Средняя цена на продажу молока из автомата составляет 50 рублей. Сейчас цена, по которой ЗАО АПХ “АгроЯрск” продаёт молоко цельное в физическом виде равна 26,98руб/л.

Стоимость одного автомата для продажи молока = 260 000 рублей. Планируется приобретение 8 автоматов с молоком. Инвестиционные затраты составят 2080000 рублей. Деньги на эти вложения будут взяты с нераспределённой прибыли за 2016 год. Арендные места планируются быть у крупных ритейлеров. Примерная цена арендного места под автомат с молоком 3000 рублей/месяц. В отличие от бочек, автоматы могут работать круглый год, они не являются

сезонным бизнесом. Для того чтобы продавать молоко через автоматы, согласно техническому регламенту таможенного союза "О безопасности молока и молочной продукции" (ТР ТС 033/2013)*О). Нужно иметь заключение лаборатории о проведении экспертизы, а также довести до потребителя, что молоко нужно кипятить (на каждом молокомате должно висеть соответствующее объявление) и все. Если эти два пункта соблюдены то СЭС к вам не может иметь никаких законных претензий, только незаконные.

Таблица 2. Затраты на проект.

Затраты на мероприятия	Сумма, руб.
Затраты на аренду за год	288000
Затраты на зарплату за год	480000
Отчисления с заработной платы за год	185328
Себестоимость планируемого объёма продаваемого молока за год	11520000
Амортизация за год	208000
Затраты на ГСМ	146400
Итог	12827728

Результаты, достигнутые при этих затратах, представлены в таблице 3.

Таблица 3. Результаты проекты

Показатели	Сумма, руб.
Выручка	28800000
Прибыль	13892272

После проведения мероприятия изменились значения проблемных показателей, изменения, представлены в таблице 4.

Таблица 4. Изменение показателей финансовой устойчивости

Показатели	2016	После проведенного мероприятия
Коэффициент финансирования	0.20	0.23
Коэффициент собственности	0.17	0.19

После проведённых мероприятий, значения показателей выросли, но пока они всё равно находятся в значениях ниже нормативных.

На основание всего этого можно сделать вывод о успешности данного проекта, а также отметить тенденцию к росту проблемных показателей, что не может не позитивно отражаться на экономической безопасности предприятия. Высокий уровень экономической безопасности предприятия достигается за счёт устранения проблем во всех функциональных составляющих экономической безопасности предприятия, данное мероприятие позволяет минимизировать риски, относящиеся к финансовой безопасности предприятия.

Список литературы:

1. Абдукаримов, И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: Учеб. Пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. — М.: ИНФРА – М, 2016.
2. Атаманчук, Г.В. Управление: сущность, ценность, эффективность: учеб. пособие для вузов / Г.В. Атаманчук. - М.: Академический Проект; Культура, 2012.
3. Бланк, И. А. Управление финансовыми рисками / И. А.Бланк. – К. :Эльга, Ника-Центр, 2006. – 445 с.
4. Безуглая, Н.С. Сущность экономической безопасности предприятия / Н.С. Безуглая —[Российское предпринимательство](#) / 2010. № 4-1. С. 63-67.
5. Гаврилюк, Т. Ю. Финансовые риски в системе управления финансовой безопасностью предприятия / Т.Ю Гаврилюк. — Молодой ученый. — 2013. — №3. — С. 204-207.
6. Официальный интернет портал: Федеральная служба государственной статистики режим доступа: <http://www.gks.ru>

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Иванова Е.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Лобкова Е.В

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В статье рассмотрена методология управления предприятием на основе сбалансированной системы показателей. Раскрыта методика формирования сбалансированной системы показателей по четырем социально-экономическим направлениям. Выявлены этапы подготовки и реализации проекта по внедрению сбалансированной системы показателей как основы стратегического развития компании. Сбалансированная система показателей рассматривается как инструмент повышения мотивации коллектива и достижения стратегических целей фирмы. Предпринята попытка формирования сбалансированной системы показателей для обеспечения экономической безопасности на уровнях предприятия. Особое внимание уделено методике оценки экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: система сбалансированных показателей, оценка экономической безопасности, экономическая безопасность, показатели оценки экономической безопасности, методика оценки экономической безопасности, производственные показатели.

Современные условия хозяйствования требуют нового подхода к управлению производственными предприятиями, которые позволили бы организации поддерживать свои конкурентные преимущества в долгосрочном периоде. В связи с этим обеспечение экономической безопасности производственного предприятия является приоритетной задачей любой формы организации. Решение данной включает не только устранение угроз появления кризисных явлений, но и поддержание устойчивого и максимально эффективного развития, а также формирование экономически безопасной траектории развития предприятия.

Предоставление высокой степени экономической безопасности предприятия напрямую корреспондирует с задачей стабильного прогрессивного и в то же время сбалансированного формирования различных аспектов деятельности предприятия, которое выражается в сбалансированности динамики различных стратегических, экономических и финансовых показателей.

Традиционная методика, ССП была разработана американскими исследователями Р. Капланом и Д. Нортоном в 1990 г. Ровно как полагают ученые, всю деятельность производственной структуры можно разделить на четыре следующих обширных блока, каждый из которых характеризуется системой взаимосвязанных показателей [1, с.24]:

- финансовая составляющая экономической безопасности (или финансовый блок);
- клиентская составляющая экономической безопасности (клиентский блок);
- составляющая (блок) внутренних процессов формирования предпринимательской структуры;
- составляющая (блок) обучения и развития.

Р. Каплан и Д. Нортон, характеризуя взаимосвязь четырех выделенных ими блоков в рамках ССП, отмечают: “Цели четырех составляющих связаны друг с другом причинно-следственными отношениями. Все начинается с гипотезы о том, что финансовые результаты могут быть получены только в том случае, если удовлетворена целевая группа клиентов. Предложение потребительной ценности клиентам описывает, как увеличить продажи и завоевать лояльность целевых клиентов. Внутренние процессы же создают и предоставляют клиенту это предложение. И в конечном итоге, нематериальные активы, поддерживающие осуществление внутренних процессов, представляют основание для стратегии. Приведенные в стратегическое соответствие цели всех составляющих – являются основным инструментом создания стоимости, а также сфокусированной и последовательной стратегии” [3, с.43].

И чтобы дать оценку управления экономической безопасности, на основании модели, предлагается методика на базе усовершенствованного методического инструмента, то есть системы сбалансированных показателей:

Этап 1. Выделение в рамках каждого из блоков соразмерных показателей трех наиболее значимых показателей, достаточно полно характеризующих различные аспекты функционирования данного блока и оказывающих влияние на уровень экономической безопасности производственных структур.

При отборе показателей, которые входят в состав каждого из блоков методики, следует руководствоваться принципами:

а) в соответствии с классическим вариантом системы соразмерных показателей Нортон-Каплана количество показателей по каждому блоку не может быть слишком большим, не более 3-4 показателей [2, с.54] с тем, чтобы избежать автокорреляции между ними;

б) с целью свершения миссии необходимо воспользоваться показателями, которые можно рассчитать на основании открытых источников информации, таких, в частности, как финансовая отчетность и годовой отчет перед акционерами ПС (к примеру, сведения о таком показателе, как фондоотдача могут быть получены из открытых источников информации, а данные о коэффициенте использования производственной мощности по большинству ПС являются закрытыми);

в) нежелательно использование качественных показателей, что в целом по ПС не вполне ясно, каким образом репрезентативно измерить количественно (например, существенным показателем развития любой производственной структуры является квалификация персонала; вместе с тем, проблематично рассчитать некоторый средний уровень квалификации по всем группам персонала ПС в форме единой конечной величины);

г) в методологии применены не абсолютные значения показателей, а темпы их изменения к предшествующему периоду, что же дает возможность изучать в общей системе координат различные по размерности показатели, определяющие различные нюансы экономической безопасности ПС. В рамках блока интеллектуального капитала предлагается выделить следующие основные показатели:

- затраты на воспроизводство человеческого капитала ПС (фонд оплаты труда, дополнительное материальное стимулирование персонала, затраты на обучение и развитие персонала, проведение корпоративных тренингов, систему специальных бонусов и опционов для менеджмента ПС и т.п.)

- затраты на информатизацию деятельности ПС (расходы на внедрение информационно-коммуникационных систем и технологий функционирования ПС).

- стоимость нематериальных активов (патентов, лицензий и т.п.), приобретенных или созданных собственными силами предприятия.

В рамках блока производственного потенциала предлагается выделить следующие основные показатели:

- фондотдача, руб. продукции на 1 руб. основных фондов;

- материалоемкость производства

- расходы на инновации

В рамках финансового блока развития ПС предлагается выделить следующие показатели:

- рентабельность

- коэффициент текущей ликвидности, представляющий собой отношение оборотных средств ПС к краткосрочным источникам финансирования ее деятельности и являющийся общим индикатором уровня платежеспособности

- коэффициент автономии, который рассчитывается как отношение собственных источников финансирования деятельности ПС к суммарным источникам финансирования и является основным индикатором уровня финансовой устойчивости.

В рамках блока развития рынка и конкурентной позиции ПС на рынке предлагается выделить следующие основные показатели:

- рост рынка в целом (или средний темп роста рынков сбыта, в рамках которых представлены отдельные СЗХ производственных структур)

- доля ПС на рынке

- затраты на осуществление маркетинговой и сбытовой деятельности ПС (расходы на маркетинговые исследования, реализацию комплекса маркетинга, организацию маркетинговой и сбытовой деятельности предприятия).

Этап 2. Оценка темпов роста показателей по каждому блоку. При этом для стоимостных показателей необходимо рассчитывать реальные темпы роста, то есть исключать искажающее влияние инфляционного фактора.

Этап 3. Оценка среднего темпа роста показателей по каждому из блоков системы уравновешенных показателей методом средней геометрической, который традиционно используется для вычисления средних значений темпов роста показателей.

Этап 4. Экспертная оценка значимости каждого из блоков ССП с точки зрения обеспечения экономической безопасности конкретной ПС, которая должна осуществляться в соответствии с общими требованиями к осуществлению процедуры экспертного оценивания. При этом итоговая экспертная оценка должна быть приведена к долям единицы с тем, чтобы суммарная оценка значимости каждого из блоков в рамках ССП составила единицу.

Этап 5. Оценка уровня экономической безопасности ПС, которую целесообразно производить в динамике за ряд периодов.

Этап 6. Исследование динамики уровня экономической безопасности ПС и единичных ее элементов:

- исследование тренда ЭБ в целом, выявление причин изменения ее уровня; - определение наиболее проблемных блоков ССП.

- обнаружение в рамках каждого из блоков тех показателей, по которым присутствуют минимально посредственные темпы изменения.

Этап 7. Создание организационно-экономических событий согласно увеличению степени экономической защищенности ПСв согласовании с итогами апробации улучшенной методики ССП. Более важнейшими будут те мероприятия и концепции событий по повышению уровня экономической безопасности ПС, что станут наставлены в усовершенствование динамики отдельных показателей и блоков показателей, что обладают минимально посредственные темпы изменения в исследуемом этапе. Введение блока рынков в качестве одного из блоков методики выявляет содержание уточненного определения настоящей экономической безопасности ПС.

Таким образом, усовершенствованная автором методика оценки экономической безопасности производственных структур, на основе системы уравновешенных показателей, дает возможность реализовывать сравнительное исследование тенденций изменения более важных показателей экономической безопасности, в разрезе блоков интеллектуального капитала, производственного потенциала, финансового блока и блока формирования рынка и конкурентной позиции производственных структур, оценивать динамику общего уровня экономической безопасности и раскрывать более важные резервы ее повышения.

Результативность процесса управления экономической безопасностью ПС в значительной мере обуславливается четким определением методического инструментария оценки уровня ЭБ. На основании методических подходов к исследованию экономической безопасности ПС, особое внимание уделено совершенствованию методической базы оценки ЭБ производственных структур.

Список литературы:

1. Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 336 с.
2. Каплан Р., Нортон Д. Стратегические карты. – М.: Олимп-бизнес, 2016. – 486 с.
3. Фирсова, О.Экономика государства./О.Фирсова.-М.:Дрофа,2017

РОЛЬ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Козуренко Я.Г.

Научный руководитель: Михеева Н.Б., доцент

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В настоящее время большое внимание уделяется составным элементам экономической безопасности организации: финансовой, информационной, технико-технологической, правовой, кадровой [3].

Кадровая безопасность имеет доминирующую позицию в этой системе, так как непосредственно направлена на работу с человеческими ресурсами, которые являются первичным звеном любой организации. Кадровая безопасность - это процесс предотвращения негативных воздействий на экономическую безопасность предприятия за счет снижения рисков и недопущения угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом [6].

Необходимо различать кадровые риски и угрозы как элементы кадровой безопасности [2]. Риск представляет собой потенциально возможный вред кадровой безопасности и существует в организации всегда, независимо от эффективности проводимой кадровой политики. Риски, которые возникают из-за ошибок при отборе и управлении персоналом и вероятность наступления которых максимальна, называют кадровыми угрозами. Залогом стабильного кадрового функционирования организации является недопущение кадровых угроз или минимизация их последствий.

Выделяют следующие виды угроз со стороны персонала:

- хищение имущества организации;[5]
- использование ресурсов предприятия в собственных целях;
- шантаж компетентностью и полномочиями;
- торговля коммерческими секретами;
- дисциплинарные нарушения;
- создание в коллективе невыносимого морально-психологического климата;
- подверженность сотрудников различным аддиктивным зависимостям.

Указанные угрозы напрямую связаны с особенностями кадровой политики и обычно эксперты выделяют два главных критерия типологии кадровой политики организаций.

1. Правила и нормы, лежащие в основе кадровых мероприятий и определяющие уровень влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации.

2. Принципиальная ориентация на собственный или внешний персонал, степень открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава.

По первому критерию можно выделить четыре типа кадровой политики - пассивная, реактивная, превентивная и активная кадровая политика.

Пассивная кадровая политика. Руководство организации не имеет выраженной программы действий в отношении персонала, а кадровая работа сводится к ликвидации негативных последствий.

Реактивная кадровая политика. В работе с персоналом осуществляется контроль за симптомами негативного состояния, причинами и динамикой кризисов. Руководство принимает меры по ликвидации кризисов, ориентировано на понимание их причин.

Превентивная кадровая политика. Руководство организации имеет обоснованные прогнозы развития ситуации, но отсутствуют средства воздействия на нее. Кадровые службы проводят не только диагностику персонала, но и краткосрочный и среднесрочный прогноз кадровой ситуации по совокупности количественных и качественных показателей.

Активная кадровая политика. Руководство располагает не только прогнозом, но и средствами воздействия на ситуацию.

По второму критерию различают два типа - открытая и закрытая кадровая политика.

Открытая кадровая политика. Организация прозрачна для потенциальных сотрудников на любом уровне - как низовых должностей, так и высшего руководства.

Закрытая кадровая политика. Организация ориентирована на включение нового персонала только с низшего должностного уровня, а замещения происходят только из числа уже работающих сотрудников.

Таким образом, кадровая безопасность является важнейшим неотъемлемым элементом экономической безопасности, и от степени её развития в организации зависит минимизация кадровых рисков и недопущение кадровых угроз, а главным инструментом обеспечения кадровой безопасности выступает совокупность приёмов и методов в области работы с персоналом, называемая кадровой политикой.

С целью обеспечения экономической безопасности организации необходимо совершенствовать ее кадровую политику. Для ликвидации угроз в области кадровой политики можно сформулировать следующие рекомендации:

1. Переход от пассивной кадровой политики, достигается путем диагностики кадровой ситуации в организации.

2. Разработка целевых кадровых антикризисных программ среднесрочных и долгосрочных прогнозов кадровых ситуаций.

3. Необходимо совершенствовать работу по отбору персонала, повышать его квалификацию и проводить персональную переподготовку.

4. Проводить воспитательную работу в коллективе, обеспечивать создание и развитие корпоративной культуры.

Применительно к Бархотовской птицефабрики нами предлагается:

1. Разработать подробные анкеты для собеседования при приеме на работу, что обеспечит более качественный отбор претендентов.

2. В рамках целевой кадровой программы разработать программы повышения квалификации и переподготовки персонала для различных категорий работников. Предлагается увеличить использование дистанционных форм обучения;

3. Совершенствование направлений развитий корпоративной культуры применительно к особенностям предприятия.

Список литературы:

1. Галяутдинова С. И., Ахмадеева Е. В. К проблеме понимания аддикции и зависимости отечественными и зарубежными исследователями // Вестник Башкирского университета. - 2013. - №1. - С. 232 – 235.
2. Егорова Л.С., Фролова П.С., Фролова О.Н. Риски и угрозы в системе кадровой безопасности организации // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. - 2013. - №6. - С. 144 – 148.
3. Крохичева Г.Е., Архипов Э.Л., Виноградова М.А., Деточка Д.Е. Кадровая безопасность в системе экономической безопасности // Интернет-журнал «Науковедение». - 2016.-№ 3. - С. 1 - 10.
4. ФЗ от 29.07.2004 № 98-ФЗ «О коммерческой тайне» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.base.consultant.ru/>
5. Что такое кадровая безопасность компании? [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/cto-takoe-kadrovaya-bezopasnost-kompanii>

ВЛИЯНИЕ СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ) НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ВОСХОД» ТАСЕЕВСКОГО РАЙОНА)

Корощенко М.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Ермакова И.Н.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

В наше изменчивое время в современных условиях происходят процессы глобализации и технологический прогресс, которые играют очень важную роль в проблеме обеспечения экономической безопасности предприятия. Влияние основных фондов на экономическую безопасность предприятия с каждым днем набирает все большую актуальность и привлекает внимание значительного круга ученых. Влияние основных фондов является значимым фактором экономической безопасности, т. к. может снизить или повысить производительность предприятия.

Предприятия и организации подвержены внутренним и внешним угрозам, что может привести к негативным последствиям для народного хозяйства и экономики страны в целом, поэтому обеспечение экономической безопасности предприятия является важным направлением в системе экономической безопасности России.

Экономическая безопасность предприятия – это наличие конкурентных преимуществ, обусловленных соответствием материального, финансового, кадрового, технологического потенциалов и организационной структуры предприятия, его стратегическим целям и задачам [1, с. 30].

Основные фонды являются одним из основных элементов производственного потенциала организаций [1, с.4].

Влияние состояния основных фондов на обеспечение экономической безопасности предприятия рассматривали ученые, такие как Дзюбанчук А.А. и Давыдова Ю.Ю., Животов Р.А., и Суглубов А.Е.. По их мнению, повышение эффективности использования основных средств предприятия заключается:

- в улучшении состава, структуры и состояния основных средств предприятия;
- в усовершенствовании планирования, а также управления и организации работы и производства [2];
- в снижении фондоемкости, повышении фондоотдачи и производительности работы на предприятии;
- в повышении и развитии материального и морального стимулирования работы [4].

Таким образом, любой комплекс мероприятий по улучшению использования основных фондов, предусматривает обеспечение роста объемов производства продукции за счет более полного и эффективного использования внутрихозяйственных резервов, и более полного использования машин и оборудования.

Влияние состояния экономической безопасности предприятия было рассмотрено на примере организация ООО «Восход», которая расположена в с. Тасеево, в Тасеевском районе Красноярского края.

Исходя из проведенного внутреннего анализа ООО «Восход» можно сказать, что производственное направление деятельности предприятия – растениеводческое, а специализация –

зерновая. Также отметим, что ООО «Восход» является платежеспособным, риск банкротства – отсутствует.

Экономическая эффективность использования основных фондов характеризуется путем сопоставления полученных результатов производства и их стоимостью. Обобщающие показатели эффективности использования основных производственных фондов включают: фондотдачу и фондоемкость [3]. Оценим эти показатели в таблице ниже.

Таблица 1 – Оценка эффективности использования основных средств на предприятии ООО «Восход».

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2016 г. к 2014 г., %
A	1	2	3	4
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	123836,5	154864	183984	148,57
Стоимость валовой продукции, тыс. руб.	106762	143431	161090	150,89
Фондоотдача, руб.	0,86	0,93	0,88	101,56
Фондоемкость, руб.	1,16	1,08	1,14	98,46

В ходе произведенных расчетов было выяснено, что фондотдача составила на 2016 год – 87,56 руб., что ниже уровня, достигнутого в 2015 году на 5,46%, а фондоемкость в 2016 году увеличилась на 5%, отсюда были выявлены угрозы – недостаточный уровень обновления основных фондов и снижение их годности, что в конечном счете, приводит к нарушению производственных процессов.

Рассмотрим таблицу угроз экономической безопасности и мероприятия по их устраниению.

Таблица 2 - Угрозы экономической безопасности, связанные с использованием основных фондов на предприятии ООО «Восход».

Перечень угроз	Мероприятия по устраниению и нейтрализации угроз
Внутренние угрозы	
Низкий уровень эффективности использования основных фондов	Повышение объемов производства на инновационной основе.
Недостаточность обновления основных фондов, снижение их годности	Приобретение новой, инновационной и энергосберегающей техники и оборудования
Внешние угрозы	
Конкуренция на рынке с.-х. продукции	Внедрения достижений НТП, с целью получения конкурентных преимуществ в виде снижения затрат и получения более качественной продукции
Рост цен на факторы производства, в т.ч. на технику и оборудование	Поиск оптимальных вариантов приобретения техники и оборудования с позиции ресурсосбережения производства.

Для устранения внешних угроз необходимо следить за научно-техническим процессом, тщательно обрабатывать информацию и выявлять преимущества и недостатки новой техники и оборудования.

Также предприятие подвергается внутренним угрозам, которые следует устраниить с помощью различных мероприятий, таких как своевременное техническое перевооружение производства и своевременно производить ремонт оборудования.

Так как у предприятия имеется достаточное количество тракторов и зерноуборочных комбайнов, но нехватка сеялок, то в этом случае для организации ООО «Восход» было предложено мероприятие по приобретению нового посевного комплекса «S300N», что благодаря более плотному расположению сошников обеспечивающих более равномерное распределение семян по площади питания и способствует улучшению развития растений, повышению густоты хлебостоя, снижению засоренности поля, даст повысить урожайность на 2-4 ц с га и позволит более качественно произвести посев урожая. Так же посевной комплекс «S300N» позволяет производить обработку

почвы одновременно с посевом, что приводит к существенной экономии расхода топлива и смазочных материалов, а также к снижению уплотнения почвы за счет сокращения количества проходов.

Данное мероприятие позволит предприятию увеличить фондотдачу на 8,35 % при одновременном снижении фондоемкости на 8 % производства, это означает, что производственные мощности используются рационально, их загруженность достаточно полная и предприятие эффективно использует оборудование, следовательно, идет положительная тенденция в развитии предприятия, что свидетельствует о повышении уровня экономической безопасности ООО «Восход».

Список литературы:

1. Велиева, С.Э. Теоретические аспекты несостоятельности и диагностики вероятности банкротства / С.Э. Велиева, Ю.П. Агеева // Символ науки. – 2016. - №8-1. – С.79-80.
2. Дзюбанчук, А.А. Оценка влияния основных фондов на экономическую безопасность предприятия/ А.А. Дзюбанчук // Символ науки. – 2016. - №8-1. – С.92-94.
- 3.Савицкая, Г.В. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности: краткий курс лекций – М.: ИНФРА-М, 2011. – 320 с.
4. Суглобов, А.Е. Экономическая безопасность предприятия / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: Юнити-Дана, 2013. – 272 с.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Кутухина Ю.И.

**Научный руководитель: д.э.н., доцент, зав.кафедрой Филимонова Н.Г.
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия**

Экономическими преступлениями являются общественно опасные и противоправные деяния, причиняющие ущерб экономическим и хозяйственным интересам предприятия. Преступления в сфере экономики, рассматриваются в качестве одного из основных факторов угрозы экономической безопасности. В настоящее время можно рассуждать, что преступления экономической направленности тесно связаны с организованной преступностью, мошенничеством и коррупцией.

Современное развитие агропромышленного комплекса имеет огромное значение для России. Эффективность деятельности структурных подразделений предприятия по борьбе с экономическими преступлениями во многом зависит от применения в ходе расследования данного вида преступлений специальных познаний в области финансов, налогового законодательства и бухгалтерского учета в форме строго контроля, анализирования, четкого прогнозирования, и организационного-проектирования. Производство в отношении дел, связанных с экономическими преступлениями в сельскохозяйственных организациях, имеет свою определенную специфику и проблематику. Сельское хозяйство (с точки зрения процесса производства) - одна из самых сложных отраслей хозяйства. Сельскохозяйственное производство, будучи многоотраслевым, включает не только такие специфичные для сельского хозяйства отрасли, как растениеводство и животноводство, но и промышленное производство, различные подсобные, вспомогательные, обслуживающие производства и хозяйства. В связи с этим в одной сельскохозяйственной организации функционирует несколько самостоятельных информационных потоков с соответствующей документацией.

С ростом масштабов сельскохозяйственного производства, внедрением новых форм управления, раскрытием экономических преступлений дел о хищениях, должностных и хозяйственных преступлениях, совершаемых в сельском хозяйстве, существенно усложняется и требует все более широкого применения специальных познаний, в том числе экономических. Роль последних усиливается в связи с тем, что крупные хищения, должностные и хозяйственные преступления обычно совершаются с участием материально ответственных и должностных лиц, по роду своей деятельности владеющих экономическими знаниями. Хищения и хозяйственные преступления нередко носят организованный и замаскированный характер, в связи с чем выявить их без исследования многих вопросов экономико-производственного характера порой просто невозможно.

Еще одной особенностью сельскохозяйственного производства является его сезонный характер, что в период массовой уборки урожая и реализации продукции порождает огромный поток первичной документации, в том числе произвольной формы. В это время выписывается большое количество реестров, ведомостей, квитанций, товарно-транспортных накладных и других документов. Для учетной работы на

сезон массовой сдачи продукции привлекаются временные работники, посторонние консультанты и аудиторы, из-за низкой квалификации которых в документах допускается много ошибок.

Анализ учета в сельскохозяйственном производстве представляет значительную трудность еще и потому, что здесь имеют дело с землей и живыми организмами (растениями и животными), а производственный цикл растянут во времени и длится намного дольше, чем в других отраслях. Производство мяса крупного рогатого скота занимает несколько лет, выращивание плодовых насаждений - многие годы, производство продуктов растениеводства носит сезонный характер. От одной культуры или вида скота получают несколько видов продукции. Все это отражается на организации учета и требует для проведения анализа соответствующих познаний.

При раскрытии и организационном рассмотрении дел о правонарушениях в сельскохозяйственных организациях, специалисты сталкиваются с необходимостью производства оперативных и организационных экспертиз различных видов. Необходимость назначения и производства экспертиз может определяться как спецификой сельскохозяйственного производства, так и особенностями хищений и иных правонарушений.

Хищениям имущества в сельском хозяйстве, кроме общих признаков, характерных для любой отрасли хозяйства, присуще многообразие способов совершения и сокрытия этих преступлений, что создает значительные трудности при расследовании экономических преступлений и разбирательстве дел этой категории. Для сокрытия хищений нередко используются различные подложные документы, установить недостоверность данных которых без знания особенностей производства, учета в растениеводстве и животноводстве нелегко. Очень важно тщательно исследовать во взаимосвязи все документы, которые могли быть использованы для создания неучтенных излишков: акты о списании в расход сельскохозяйственной продукции (о порче, усушке зерна и других культур), акты о падеже скота, документы, отражающие качество поступающей продукции, в которых часто указываются несоответствующие действительности сведения о сорте и качестве продукции (например, повышенная влажность и сорность зерновых, заниженная жирность молока или упитанность скота) и др.

В необходимых случаях в целях выявления возможных подчисток, дописок, исправлений и других признаков материального подлога, а также для установления принадлежности почерка или подписи определенному лицу сомнительные документы направляются на почерковедческую экспертизу или техническую экспертизу документов. Зачастую эксперт-бухгалтер может решить поставленные перед ним вопросы только при наличии соответствующих заключений экспертиз других видов.

Основными

видами экономических преступлений являются:

1.

Нецелевое расходование (хищение)
бюджетных

денежных

средств, выделенных
на развитие
отдельных сельскохозяйственных
предприятий и регионального
агропромышленного комплекса в
целом.

2. Незаконный

оборот земель
сельскохозяйственного назначения.

3.

Получение
доходов от
сельскохозяйственного производства.

кriminalных

Также в современной системе противодействия экономических преступлений существует модель организационно-экономического механизма противодействия экономических преступлений в агропромышленном комплексе



Рисунок 1 – Модель организационно-экономического механизма противодействия экономических преступлений в агропромышленном комплексе

Данная модель предусматривает проведение совместных проверок органов Экономической безопасности с контролльно-счетной палатой и контролльно-ревизионными управлениями. Распространенным видом контроля является наиболее действенный метод пресечения проникновения криминальной экономики в агробизнес. .

Также с целью повышения антикоррупционной компетентности должностных лиц при выполнении требований Федерального закона от 25.12.2008 № 272-ФЗ «О противодействии коррупции», а также во исполнение Закона Красноярского края от 07.07.2009 № 8-3610 «О противодействии коррупции в Красноярском крае» организовать курсы повышения квалификации работников агропромышленного комплекса на тему «Организация работы по противодействию коррупции на предприятии». Данные курсы будут актуальны для руководителей, заместителей и должностных лиц, ответственных за профилактику коррупционных и иных правонарушений, назначенных в учреждении в установленном порядке.

Освоение данной программы позволит правильно организовать эффективную работу по противодействию коррупционных проявлений на рабочих местах.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. - М.: Эксмо, 2016. - 944 с.
2. О противодействии коррупции [Текст]: ФЗ от 25 декабря 2008 г. № 273-ФЗ // Российская газета, 2008. №266.
3. Безденежных, В.М. Стандарт обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / В.М. Безденежных // Экономика. Налоги. Право. – 2014. - № 4.

4. Долгова, А.И. Реагирование на коррупцию: практика противодействия в России и направления оптимизации борьбы / А.И. Долгова // сборник коррупция: состояние противодействия и направления оптимизации борьбы. - 2015. - С.7-24.
5. Коррупция: природа, проявления, противодействие. Монография / отв. ред. академик РАН Т.Я. Хабриева. – М.: «ИД «Юриспруденция», 2012. – 688 с.
6. Селиванов, А.И. Противодействие легализации преступных доходов и коррупции: финансово-экономические аспекты / А.И. Селиванов // Вестник финансового университета. - 2014. - № 6.

**НОРМАТИЧНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(НА МАТЕРИАЛАХ СПК «МАЙСКИЙ» ИРБЕЙСКОГО РАЙОНА)**

Левочкина Е.Д.

Научный руководитель: д.э.н., доцент Озерова М.Г.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Экономическая безопасность предприятия – это состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия.

Функционирование предпринимателей должно быть полностью подкреплено нормативно-правовым обеспечением, как на уровне государства, так и на микроуровне, т.е. включая внутренние нормативные акты, положения и инструкции, в том числе касающиеся функционирования службы безопасности отдельного предприятия.[1,с.352]

Создание комплексной системы обеспечения экономической безопасности предпринимательской деятельности – это совокупность мероприятий организационно-правового характера, которые целесообразно осуществлять в целях защиты предпринимательства от реальных или потенциальных действий сторонних лиц, что может привести к существенным экономическим проблемам. Важной частью и одним из определяющих факторов системы обеспечения экономической безопасности является ее законодательная основа. Имеется в виду постоянное обеспечение соответствия деятельности предприятия действующему законодательству, что выражается в отсутствии претензий со стороны правоохранительных органов (или контрагентов) к предприятию. Кроме того, отсутствуют потери от сделок с внешними партнерами вследствие нарушения последними законодательства (умышленно либо неумышленно). Это обеспечивается юридической экспертизой всех осуществляемых операций и сделок, заключаемых договоров.[3,с233]

Эффективное правовое обеспечение предпринимательской деятельности также предполагает активное использование экономических способов воздействия на регулируемые отношения, т.е. создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности (совершенствование системы налогов и формирование специальных налоговых режимов, инвестиционная политика, предоставление льготных условий пользования землей и т.д.), что предопределяет соответствующую мотивацию правового поведения субъектов предпринимательской деятельности и способствует активному развитию результативного предпринимательства, в том числе, исходя из соотношения положительных результатов и допустимых затрат.[2,с.3-5]

В качестве объекта исследования анализа нормативно-правового обеспечения экономической безопасности выступил СПК «Майский» Ирбейского района.

СПК «Майский» является малым по своим размерам предприятием. На размеры производства непосредственное влияние оказывает специализация. В структуре выручки от реализации продукции СПК «Майский» преобладает доля растениеводства 84 %. Доля выручки от реализации зерновых культур в общем объеме выручки составляет 82 %. Таким образом, специализация сельскохозяйственного кооператива зерновая.

СПК «Майский» функционирует в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Налоговым кодексом РФ, Трудовым кодексом РФ, а также Федеральным законом «О сельскохозяйственной кооперации».

Предприятие является законопослушным субъектом хозяйствования, кроме того поскольку предприятие является малым формирование службы экономической безопасности считается не целесообразным, однако выполнение функций по ее обеспечению должны быть распределены между руководителем и ведущими специалистами..

В ходе проделанной работы предлагается регламентирующим документом экономической безопасности выбрать «Положение об обеспечении экономической безопасности СПК «Майский»», в котором содержатся задачи и функции работников, необходимые для обеспечения экономической безопасности на предприятии. Необходимость создания данного Положения обуславливается не только необходимостью обеспечения сохранности информации, но так же для формирования безопасности сотрудников. Разработка этого документа прежде всего необходима руководству предприятия для поддержания стабильного уровня экономической безопасности. Кроме того, в связи с принятием нового регламентирующего документа, разработаны так же Должностные инструкции главного бухгалтера и главного экономиста, они созданы с учетом выполнения функций по

обеспечению экономической безопасности СПК «Майский». В данном документе отражены круг должностных обязанностей, пределы ответственности, так же квалификационные требования.

В целом ввод предложенных документов усиливает безопасность предприятия от различного вида экономических угроз. Грамотное предупреждение позволит уберечь предприятие от потенциальных опасностей.

Список литературы:

1. Асаул, А.Н. Организация предпринимательской деятельности – СПб.: Питер, 2013. – 352с.
2. Абрамов, В.В. Теоретико-правовые проблемы понятия «безопасность» в гражданском праве / В.В. Абрамов, В.С. Бельых // Гражданское право. – 2012. - №2. – С. 3-5.
3. Колпаков, П.А Основные угрозы экономической безопасности фирмы и пути их предотвращения / П.А. Колпаков // Бизнес в законе – 2009. - №4. – С. 233-237.
4. Микун, Ю.В. Оценка и обеспечение экономической безопасности предприятия // ЭКОНОМИФО. – 2014. - №22. – С. 34-36.

ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ *Нелюбова А.В.*

Научный руководитель: к.э.н., профессор Филимонова Н.Г.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Обеспечение экономической безопасности – непрерывный тяжелый процесс, требующий привлечения значительных сил и средств, объединения и урегулирования усилий всех сторон, причастных в его благополучном протекании. Цель создания системы заключается в эффективной защите жизненно важных экономических интересов соответствующего объекта безопасности от угроз.

Высокоэффективное функционирование любого предприятия требует применения значительно новых методов управления, соответствующих рыночным условиям хозяйствования. Главным элементом управления рыночной системы является планирование, вызванное обеспечить функционирование аграрных формирований на основе создания и осуществления в длительной перспективе.

Планирование представляется важным элементом обеспечения экономической безопасности предприятия, инструментом минимизации угроз, постоянного финансового положения и экономического роста в длительной перспективе [4].

Планирование зависит от внутренних и внешних факторов. Внутренним фактором является: организационно-правовая форма предприятия; производственные технологии; размещение объекта; темпы роста и прироста; масштаб деятельности. К внешним факторам можно отнести следующие элементы: уровень инфляции, доступность заемных источников; состояние рынка ресурсов; присутствие конкуренции, состояние социальной и политической сферы.

Также необходимо осознать, что планирование представляет собой инструмент управления предприятия и носит поэтапный характер. Этапы планирования: разработка прогнозных вариантов финансовых отчетов на основе изменения оперативных планов, конкретизация потребности объекта планирования в финансовых средствах, прогнозирование структуры и источников финансирования, создание и поддержание системы управления различными ресурсами, разработка процедуры внесения изменений в оперативные планы[1].

Так же для планирования важны методы, при помощи которых реализуется процесс планирования и определяются определенные трудности.

В наше время разграничивают следующие методы планирования: балансовый, нормативный и технико-экономический.

Для осуществления планирования на уровне экономики применяют балансовый метод. Виды балансов:

1. материальные (баланс топлива, оборудования, электроэнергии, строительных материалов);
2. трудовые (баланс рабочей силы, баланс рабочего времени);
3. финансовые (баланс денежных доходов и расходов, бухгалтерский баланс, баланс кассовых операций и др.);
4. комплексные.

Нормативный метод описывает собой способ, при применении которого на предприятии во время планирования используется целая система нормативов и норм.

Для выполнения планирования продажи готовой продукции, программы производства и других плановых отраслей используется технико-экономический метод планирования.

Факторы, учитывающиеся при данном методе планирования:

1. введение современной техники и технологий, а так же инженерное перевооружение предприятия.

2. модернизация организации производства и труда;
3. изменение объема производства выпускаемой продукции;
4. рыночные (инфляция);
5. отдельные факторы, согласованные с индивидуальностью предприятия.

Еще планирование разделяется на технико-экономическое и оперативное. Технико-экономическое и оперативное планирование объединены между собой, что и определяет принцип единства, неизменности и совокупности процесса планирования в общем.[2]

Планирование финансово-хозяйственной деятельности, связано с восприятием уровня риска. Оценка риска рассматривается как фактор повышения эффективности производства. Понимание потенциальных рисков позволяет направлять финансовые ресурсы в те сферы деятельности, характеризующиеся наилучшим соотношением риска и доходности, что положительно влияет на предприятие.

Этапы оценки риска: выявление и группировка основных видов риска, расчет верной и легко трактуемой количественной меры рисков, принятие решения об уменьшении или увеличении выявленных рисков, разработка и реализация процедур контроля над текущими рисками. Финансовая независимость предприятия, его мобильность и стабильность, а также благополучное развитие и рост зависит от оценки риска.

Для повышения качества планирования на предприятии можно отобрать главные направления:

- использование достоверной информации;
- строгая обоснованность каждого элемента;;
- гибкость;
- необходимо иметь планирование основного и оборотного капитала;
- сбалансированность и пропорциональность показателей.[3]

Таким образом, именно планирование является основным механизмом управления предприятия. Сейчас часто меняются способы ведения бизнеса, поэтому растут требования к системе планирования. Достичь их можно с помощью выполнения выше представленных методов и учитывать их сильные и слабые стороны.

Список литературы:

1. Большухина И.С., Экономика предприятия // Учебное пособие. Ульяновск. 2007.
2. Васильченко М., Планирование на предприятии // учебное пособие. 2014.
3. Гелета И.В., Захарченко И.Э., Пути повышения конкурентоспособности предприятия // Гуманитарные научные исследования. 2015. №7.-2(47).С. 143-146.
4. Шалаев А.В., Стратегическое планирование в системе обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия // ТERRITORIЯ науки. 2017. № 3. С. 155-160.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Рыжикова Н.М.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Овсянко А.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Специалисты, исследуя конкурентоспособность предприятия, рассматривают ее как обобщающую комплексную характеристику всей деятельности предприятия на рынке, особое внимание уделяя конкурентным преимуществам. К таковым специалисты относят более эффективную по сравнению с конкурентами производственно-финансовую деятельность. В.А. Плотников описывает систему обеспечения конкурентоспособности экономического объекта как комплекс мероприятий планового, производственного, сбытового характера, которые направлены на

достижение экономической безопасности. Автор отмечает многогранность понятия экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия, указывая на прямую взаимосвязь с понятием конкурентоспособности сельскохозяйственного производства [2, С.77-86].

Признавая стратегию экономической безопасности в качестве составляющей общей стратегии устойчивого развития сельскохозяйственного предприятия, следует сделать вывод о том, что повышение уровня конкурентоспособности в целях экономической безопасности предприятия должна быть нацелена на реализацию «созидательной» функции.

В представленной НИР проведен анализ деятельности конкретного сельскохозяйственного предприятия. В анализе выявлено, что своевременное и запланированное создание рентабельных и конкурентоспособных производственных систем в рамках стратегии экономической безопасности зависит, прежде всего, от уровня организации производственного процесса на предприятии.

Структуру системы обеспечения конкурентоспособности предприятия в работе представлена внешним и внутренним окружением объекта исследования. Объект исследования – акционерное общество «Арефьевское».

Представляется крайне важным в современных условиях процессов импортозамещения обратиться к оценке конкурентоспособности именно сельскохозяйственного предприятия, а АО «Арефьевское» является одним лидеров отрасли Красноярского края.

Анализируя уровень конкурентоспособности производства АО «Арефьевское» проанализированы следующие составляющие деятельности:

- технологии, производственные мощности,
- сырьевую базу,
- персонал.

Анализ показал значительный уровень конкурентоспособности предприятия, что подтверждает тот факт, что АО «Арефьевское» присвоена группа «AAA», которая характеризует предприятие как организацию с высшим уровнем надежности. За показателями 9 ключевых критериев предприятие заняло «7» место в рейтинге по Красноярскому краю.

В качестве проблемы для исследуемого предприятия, которая влияет на экономическую безопасность можно назвать низкую мотивацию к освоению новых производств. Эта проблема не нова и характерна не только для исследуемого предприятия, для большинства предприятий новые производства не актуальны при условии сужения номенклатуры востребованной на рынке продукции. Для того, чтобы производство сельскохозяйственной продукции было рентабельным, как полагает действующее предприятие, необходимо увеличение объемов ранее освоенной номенклатуры продукции и сокращение затрат на производство единицы продукции. В целях повышения конкурентоспособности особую роль играет инвестирование и в условиях сельскохозяйственного предприятия при помощи инвестиций развивают производственные мощности, увеличивают их количество.

Однако, развитие производственной базы не единственное направление инвестирования, очень важна проблема производительности и для АО «Арефьевское» в данный период экономическая безопасность должна включать программу мероприятий по повышению производительности труда как главного фактора обеспечения безопасной и рентабельной хозяйственной деятельности.

Предприятию необходимо учитывать мнение А.Д. Хлуткова, отмечающего, что современные условия хозяйствования диктуют необходимость создания ряда условий экономической безопасности, таких как:

- производство, активно реагирующее на запросы потребителя,
- конкурентоспособность продукции предприятия,
- рентабельность производимой продукции.

Автор отмечает, что исключение из перечня какого-либо условия приводит к перерасходу ресурсов [4, С.34].

Не смотря на успехи в деятельности предприятия, необходимо рассмотреть его конкурентную позицию и разработать мероприятия для повышения уровня конкурентоспособности производства в системе экономической безопасности.

Анализ деятельности АО «Арефьевское» позволил сформировать программу мероприятий по повышению конкурентоспособности, к которым относятся:

- повышение эффективности использования имеющейся в хозяйстве АО «Арефьевское» сельскохозяйственной техники за счет оптимизации структуры машинно-тракторного парка,
- приобретение агрегатов большей производительности,

- оптимизация производственного процесса на основе совмещения числа операций.

Для деятельности исследуемого предприятия очень актуальна правильная регулировка, настройка и эксплуатация посевных и почвообрабатывающих машин. Руководители вполне обоснованно полагают, что от эффективности использования технического парка зависит урожайность сельскохозяйственных культур. В связи с этим, предлагаются конкретные мероприятия:

- оборудование регулировочных площадок;
- проведение стационарных регулировочных операций сельскохозяйственных машин до проведения полевых работ;
- выдержка установленных параметров в процессе эксплуатации.

Можно констатировать ряд проблем в деятельности сельскохозяйственных предприятий, которые характерны как для АО «Арефьевское», так и для других – менее успешных компаниях:

- формальный уровень государственной поддержки;
- дефицит современной техники в хозяйствах;
- отсутствие знаний и опыта работы в условиях рыночных отношений, приводящие к проблемам организационного порядка при эксплуатации имеющихся средств механизации и поддержании их в работоспособном состоянии.

Как показывает передовой опыт за рубежом и в России, эффективное использование технических средств позволяет повысить конкурентоспособность сельскохозяйственного предприятия, но с теоретической точки зрения представляется крайне важным обобщение этого практического опыта в целях формирования основных концептуальных положений повышения эффективности применения имеющихся в хозяйствах ограниченных технических средств для повышения экономической безопасности. Теоретические основы повышения конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия позволили сформулировать основные факторы для АО «Арефьевское» с учетом особенностей современного рынка являются:

- внедрение достижений науки и техники;
- привлечение высококвалифицированных специалистов;
- повышение качества товара при снижении издержек производства;
- расширение рынка сбыта продукции внутри страны и за ее пределами.

Несомненно, процессы развития сельскохозяйственного предприятия связаны с ростом научно-технического прогресса растут, так как потребности людей меняются, современный потребитель выдвигает новые, более сложные требования к продукции животноводства, к молоку и мясу. И основная задача АО «Арефьевское» - создавать новые товары или услуги, повышение качества уже имеющихся товаров.

В качестве итога деятельности предприятие должно ставить цель повышения экономической безопасности на основе реконструкции, модернизации и технического перевооружения действующих предприятий. Следует учесть факт создания новых производств, востребованных в условиях требований научно-технического прогресса, или по исчерпанию всех возможностей по наращиванию действующих мощностей.

Решая задачи роста производительности труда, экономии ресурсов, повышения качества продукции, производственные системы создают основу для сбалансированности усилий по обеспечению их производительности и конкурентоспособности. Представляется, что разработка стратегии экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий, включая в свое содержание понятие «конкурентоспособности» как важнейшего фактора их развития, должна учитывать следующие положения.

Во-первых, конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий обеспечивает им ведущую роль на рынке, по сравнению с конкурентами.

Во-вторых, конкурентоспособность сельскохозяйственных предприятий охватывает две составляющие:

- производственную конкурентоспособность;
- конкурентоспособность производимой продукции.

В-третьих, обретение конкурентоспособности дает возможность сельскохозяйственным предприятиям избежать бесполезного расхода ресурсов, а также наладить производство такой номенклатуры продукции, которая не только удовлетворяла бы имеющиеся рыночные потребности, но формировалась бы новые потребности и новый спрос.

В-четвертых, достижение конкурентоспособности является результатом выхода теории и практики обеспечения экономической безопасности сельскохозяйственных предприятий на качественно новый уровень.

Список литературы

1. Мазалов, Н. Е. Стратегия и техническая политика промышленных предприятий – Санкт-Петербург: Издательство СПбГУЭФ, - 2011. - 103 с.
2. Плотников, В. А. Обеспечение экономической безопасности и устойчивости экономического развития на основе стимулирования сельскохозяйственного производства // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2011. – № 6–1 (39). – С. 77–86.
3. Формы стратегического партнерства: модели взаимодействия в регионе / под ред. Ю. В. Вернаковой. Курск : Изд-во ЮЗГУ, 2013. – 298 с.
4. Хлутков А. Д. Роль службы безопасности предприятия в обеспечении экономической безопасности бизнеса // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. – № 2 (92). – С. 34–40.

ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ВОСХОД» ТАСЕЕВСКОГО РАЙОНА)

Хандогина Д.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Ермакова И. Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Безопасность организации в современных условиях зависит от совместного благоприятного воздействия на её финансово-хозяйственную деятельность множества факторов, как внешнего, так и внутреннего характера. [3, с.15]. Соответственно, основная деятельность сфере в экономической безопасности заключается в минимизации влияния внешних и внутренних угроз финансовой, материальной, информационной и кадровой природы[1, с.80].

В современных условиях проблема экономической безопасности (ЭБ) является актуальной, поскольку предприятия работают в условиях разных внешних и внутренних рисков, что может привести к негативным последствиям для народного хозяйства, поэтому обеспечение экономической безопасности предприятия (ЭБП) является важным направлением в системе ЭБ России.

В современной практике сложилась система различных методик, основанных на различных наборах показателей, с помощью которых определяют уровень экономической безопасности предприятия. Следует отметить, что пока нет общепризнанных методов оценки экономической безопасности, возникает проблема, связанная с определением подходов экономической безопасности предприятия.

Целью данной статьи является изучения разных подходов для определения и выявление проблем оценки уровня ЭБП

Экономическая безопасность - это состояние объекта в системе его связей с точки зрения способности к выживанию и развитию в условиях внутренних и внешних угроз, а так же действия непредсказуемых и трудно прогнозируемых [4, с.41].

Ученые Л.П. Гончаренко, Н.Н. Яркина, А.И. Примакин, В.В. Ефимов, Ю.А. Яниогло, О. Н. Сорокина, 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

В современной практике выделяют несколько подходов к оценке экономической безопасности предприятия, которые представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация подходов экономической безопасности предприятия.

№	Ученые	Подход	Сущность, характеристика
1	Н.Н. Яркина, А.Н. Вершинина	Индикаторный подход	Индикаторный подход предполагает оценку экономической безопасности предприятия на основе сравнения фактических показателей деятельности предприятия с индикаторами (пороговыми значениями)[7,с.300].

2	А.И. Примакин, Л.В. Большакова, О. Н. Сорокина.	Ресурсно-функциональный подход	В данном случае выделяют четырех групп показателей для оценки экономической безопасности предприятия платежеспособность и финансовая устойчивость, деловая активность, эффективность использования имущества.[5].
3	В.В. Ефимов	Интегральный подход	Подходы с вычислением интегрального показателя, который является обобщенным, комплексным показателем в котором воспроизводятся значения других показателей[2].
4	А. Яниогло	Расчет сводных коэффициентов экономической безопасности предприятия	Финансовая составляющая Производственно-сбытовая составляющая Технико-технологическая составляющая Кадровая составляющая Является комплексной оценкой экономической безопасности предприятия[6].

По нашему мнению, наиболее приемлемые подходы представили А. Яниогло и А.И. Примакин, Л.В. Большакова. Для того, чтобы рассчитать коэффициенты и оценить уровень экономической безопасности предприятия ООО «Восход», необходимо рассмотреть данные способы в комплексе, так как они охватывают ключевые факторы.

Эти подходы были использованы при оценке уровня экономической безопасности предприятия.

Предприятие ООО «Восход», расположенное в с. Тасеево, в Тасеевском районе Красноярского края, деятельность предприятия – растениеводческая, а специализация – зерновая.

1. Оценка уровня ЭБП ресурсно-функциональным подходом, представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Определение уровня ЭБП ресурсно-функциональным подходом

Показатели	годы			Нормативные значения
	2014	2015	2016	
1. Деловая активность:				
Оборачиваемость текущих активов, раз	1,04	1,32	1,14	
Оборачиваемость дебиторской задолженности, раз	62,60	33,61	25,76	
2. Расчет коэффициентов финансовой устойчивости				
Финансовая устойчивость	0,98	0,98	0,98	> 0,75
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,94	0,94	0,96	> 0,10
3. Платежеспособность (текущей и абсолютной ликвидности):				
Коэффициент текущей ликвидности	0,92	1,66	0,79	≥2,0
Коэффициент абсолютной ликвидности	34,52	19,34	22,75	≥0,2
Коэффициент соотношения суммы собственных оборотных средств, к сумме краткосрочных обязательств	35,52	20,34	23,75	≥1,0
4. Эффективность использования имущества				
Коэффициент мобильности	36	37	40	≥50%
Уровень экономической безопасности	средний	средний	средний	

В ходе расчетов ресурсно-функциональным подходом, можно сделать вывод, что данное предприятие ООО «Восход» данном случае является платежеспособным, с тенденцией к потере платежеспособности. За анализируемый период предприятие не имеет свободных ресурсов, формируемых за счет собственных источников. В целом финансовое состояние предприятия может быть охарактеризовано как устойчивое с тенденцией к потере устойчивости. На данный момент предприятие неспособно рассчитаться с кредиторами, так как низкая доля средств для погашения долгов. За анализируемый период, предприятию характерен средний уровень экономической безопасности.

2. Расчет сводных коэффициентов экономической безопасности предприятия, рассмотрен в таблице 3.

Таблица 3-Определение сводного коэффициента экономической безопасности ООО «Восход»

Показатели	Годы		
	2014	2015	2016
	Оценка (Оц) в зависимости от степени соответствия нормативу		
Финансовая составляющая	0,8	0,9	0,8
Производственно-сбытовая составляющая	0,5	0,63	1
Технико-технологическая составляющая	1	1	0,67
Кадровая составляющая	0,83	0,83	0,83
Сводный коэффициент экономической безопасности предприятия	0,78	0,84	0,83
Уровень экономической безопасности	высокий	высокий	высокий

Сводный коэффициент экономической безопасности предприятия: 0,76-1 – уровень экономической безопасности – высокий; 0,51-0,75 – средний; 0,26-0,50 – низкий; 0,025 – критический. Предприятию характерен высокий уровень экономической безопасности, но в 2016 году понизился 1,19 % по сравнению с уровнем достигнутым в 2015 году.

В ходе расчетов различных коэффициентов, по выявлению платежеспособности предприятия, главной угрозой экономической безопасности ООО «Восход» является тенденция к снижению финансовой устойчивости, но вероятность наступления банкротства – низкая.

На данное положение могли повлиять следующие причины:

- снижение прибыли;
- ошибки в управлении денежными потоками;
- чрезмерное злоупотребление заёмными средствами;
- нерегулярный анализ финансово-экономических показателей.

Таким образом, каждый подход имеет свои преимущества и недостатки. По нашему мнению, наиболее оптимальный подход предоставили А. Яниогло и А.И. Примакин, Л.В. Больщакова, потому что их способ оценки ЭБП охватывает все ключевые факторы, которые значимо влияют на предприятия и организации. Однако, данные подходы необходимо использовать в комплексе, потому что предлагаемые методы оценки уровня ЭБП являются поверхностными, т.е не углубляются в каждую функциональную составляющую ЭБ. Таким образом, оценка ЭБП является не точной, а предположительной.

Следовательно, рекомендуется предлагаемую методику А. Яниогло улучшить, дополнить различными коэффициентами и объединить с другими подходами, для более надежной оценки уровня ЭБП.

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, мониторинг и анализ уровня экономической безопасности предприятия необходим для обеспечения информацией принимаемых управленческих решений по укреплению экономической безопасности предприятия, при этом показатели должны быть увязаны с целями развития предприятия.

Список литературы:

1. Губина, Н.Г. Экономическая безопасность предприятия и управление рисками / Н.Г. Губина, К.В. Корелин // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. - №4(94). – С.79-81.
2. Ефимов, В.В. Комплексная оценка потенциала экономической безопасности хозяйствующего субъекта / В.В. Ефимов // Инновационное развитие экономики. – 2014. - №2(19). – С.59-68.
3. Никандрова, Л.К. Формирование учетной системы хозяйствующих субъектов: теория, методология и практика: дисс. докт. экон. наук / Л.К. Никандрова – М., 2011. – 145 с.
4. Сенчагов, В.К. Использование индексного метода для оценки уровня экономической безопасности / В.К. Сенчагов, С.Н. Митяков // Вестник академии экономической безопасности МВД России. - 2011. - №5. - С. 41-50.

5. Примакин, А.И. Модель оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.И. Примакин, Л.В. Большакова // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. - 2012. - №56. – С.139-145.
6. Яниогло, А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятий: дисс. докт. экон. наук / Ю.А. Яниогло – Кишинев, 2017. – 188 с.
7. Яркина, Н.Н. Формирование системы экономической диагностики металлургического предприятия как фактор обеспечения его экономической безопасности / Н.Н. Яркина, А.Н. Вершинина // Молодой ученый. - 2017. - №11. - С. 300-306.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ СОЗДАНИИ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ЗАО АПХ «АГРОЯРСК»)

Юсупова А.Р.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Филимонова Н.Г.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Система экономической безопасности предприятия — это единый организационно—технический комплекс управленческих, режимных, технических, профилактических и пропагандистских мер, направленных на качественную реализацию защиты интересов предприятия от внешних и внутренних угроз. Данная система имеет огромное значение, так как способствует поддержанию действующих финансовых, производственных, кадровых особенностей функционирования организации. Процесс обеспечения экономической безопасности на предприятии предусматривает эффективную работу каждой из составляющих.

Согласно Указу Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» одним из основных направлений реализации программы является создание экономических условий для разработки и внедрения современных технологий на предприятии, стимулирования инновационного развития [1]. Из этого следует, что решение проблем, связанных с обеспечением экономической безопасности предприятия возможно при наличии доступа к высоким технологиям, которые будут способствовать наиболее эффективному развитию предприятия. Поэтому для поддержания состояния на предприятии, когда ресурсы используются наиболее эффективно с целью обеспечения постоянного функционирования организации, а также предотвращения различных угроз деятельности предприятия необходимо применение современных технологий.

Существует множество подходов к категории «современные технологии». Согласно одному из них современные технологии — это совокупность приёмов применения современного научного знания для решения практических задач [4].

Основными видами технологий, которые внедряются на предприятии, являются информационные, производственные (технико — технологические) и новые производственные технологии государственного уровня.

Новые производственные технологии государственного уровня — это определенным образом очерченные области исследований и разработок, определенные с той или иной степенью детализации, направленной на создание системы национальной безопасности страны. С целью выявления приоритетов в области передовых производственных технологий среди России, США, Китая была составлена таблица 1.

Таблица 1 — Примеры приоритетов в области новых производственных технологий государственного уровня, реализуемых на предприятии

Россия	США	Китай
<ul style="list-style-type: none"> • Новые производственные процессы; • Адаптивные и «умные» производственные системы (умный дом, умное предприятие); • Ресурсоэффективное производство; • «Человеко—центричное» производство. 	<ul style="list-style-type: none"> • Технологии визуализации, информатики и цифрового производства; • Промышленная робототехника; • Производственные биотехнологии и биоинформатика. 	<ul style="list-style-type: none"> • Биоинженерия; • IT-индустрия нового поколения; • Биоинформатика; • «Умные» технологии (умный дом, умное предприятие, умные часы).

Согласно данным таблицы 1, передовые производственные технологии государственного уровня охватывают не только технико — технологическую сферу, но и информационную, социальную, кадровую. Это подтверждает то, что уровни всех приоритетов в таблице 1 комплексно, но не полно, отражают уровень национальной безопасности страны, далее — экономической безопасности страны. Следовательно, правильное и точное их определение способствует созданию эффективной системы экономической безопасности государства. Данный факт был закреплён и рассмотрен на уровне предприятия с целью создания системы экономической безопасности посредством применения современных производственных и информационных технологий.

В рамках исследования была проанализирована деятельность ЗАО АПХ «АгроЯрск» Сухобузимского района Красноярского края. Предприятие является крупным по размерам производства. Основной вид деятельности организации — растениеводство в сочетании с животноводством (смешанное сельское хозяйство). Технологический цикл включает в себя производство сырья, производство готовой продукции, хранение, сбыт. Специализация предприятия определена как молочная.

Обозначим алгоритм создания системы экономической безопасности предприятия с помощью современных технологий: оценка уровня экономической защищённости организации, оценка уровня применения современных технологий на предприятии, создание концепции системы экономической безопасности [3].

Было выявлено, что ЗАО АПХ «АгроЯрск» является зависимым от внешних источников финансирования, обладает низкой платёжеспособностью. В связи с этим исследуемое предприятие имеет недостаточный уровень применения современных технологий, несмотря на то, что оно использует производственную технологию, заключающуюся в инновационной безотходной переработке навоза крупного рогатого скота. Переработка предназначена для безотходной, экологически чистой переработки навоза крупного рогатого скота в газообразное топливо — биологический газ.

Не удается провести комплексный мониторинг состояния техники и свести результаты в комплекс данных.

Для определения наличия или отсутствия информационных технологий был проведён внутренний аудит информационной безопасности согласно ГОСТ Р ИСО/МЭК 27001–2006. С учётом отраслевой специфики ЗАО АПХ «АгроЯрск» для максимально рационального использования участка земли было предложено введение агрохимического обследования полей с помощью почвенных карт, для получения дополнительных источников энергии — технологию термохимической конверсии биомассы с помощью пиролиза, для получения чистого удобрения — технологию безотходного поточного производства удобрения.

Предложим меры по предотвращению угроз экономической безопасности предприятия с использованием современных технологий. Отметим, что были выбраны версии современных технологий с наименьшими затратами. Содержимое таблицы 2 будет являться составляющей концепции системы экономической безопасности предприятия.

Таблица 2 — Планирование системы обеспечения экономической безопасности предприятия посредством выявления угроз и мер по их предотвращению

Угрозы экономической безопасности предприятия 1	Меры по предотвращению угрозы 2	Современная технология
		3
Угрозы финансового характера		
• снижение платёжеспособности предприятия; • потеря доли рынка из-за высокой конкуренции	Контроль расчётов с поставщиками и покупателями Мониторинг финансового состояния организации Мониторинг информации о контрагентах	<ul style="list-style-type: none"> Система HumanResourcesManagement (с возможностью планирования HR — стратегии) Повышение информированности, реклама через программу «Instagram» (запуск акций)
Угрозы кадровой безопасности		
• промышленный	Мониторинг текучести кадров Контроль постоянства кадров	• Программа BrandAnalytics

	Проведение квалификационных тестов, курсов повышения квалификации	(отслеживание жизни сотрудников)			
• утечка кадров;	Угрозы информационного характера	• Краудсорсинг			
1	2	3			
• утечка информации					
	Контроль допуска конфиденциальной информации	<ul style="list-style-type: none"> • Применение программного обеспечения класса DLP • Создание документа согласно ГОСТ 15408 «Критерии оценки безопасности информационных технологий» (КОБИТ) 			
Угрозы технологического характера					
• устаревание оборудования (нарушение технологического процесса)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">Контроль за соблюдением процесса производства</td> <td style="padding: 5px;">Мониторинг рынка технических средств</td> <td style="padding: 5px;">• Использование навигационных систем для сельхозтехники</td> </tr> </table>	Контроль за соблюдением процесса производства	Мониторинг рынка технических средств	• Использование навигационных систем для сельхозтехники	
Контроль за соблюдением процесса производства	Мониторинг рынка технических средств	• Использование навигационных систем для сельхозтехники			

Данная концепция системы экономической безопасности предприятия была разработана посредством применения современных технологий с учётом финансово-экономического положения предприятия, а также в соответствии с угрозами, являющимися актуальными на данный момент.

Список литературы:

1. Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 г. №208 «О стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // Консультант Плюс: законодательство
2. Анисимов, Ю.П. Роль инновационного потенциала в системе управления экономической безопасностью предприятий [Текст]// Ю. П. Анисимов. — Вестник воронежского государственного университета инженерных технологий. — 2015. — №2(64). — С. 243—246
3. Валиуллина, Я.Р. Экономическая безопасность предприятия в условиях современных технологий [Текст]// Я.Р. Валиуллина. — Теория и практика современной науки. — 2017. — №3 (21). — С.150—153.
4. Ильмухина, И.Р. Экономическая безопасность функционирования предприятия [Текст]// И.Р. Ильмухина. — Экономика и социум. — 2017. — №5—1(36). — С. 576 — 579

ПОДСЕКЦИЯ 7.4. УПРАВЛЕНИЕ И МАРКЕТИНГ В АПК

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Андреева М.В.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Каменская Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Количественные и качественные исследования являются основным инструментом, с помощью которого проводится оценка эффективности маркетинговых. Выбор одного из типов исследования, его форм параметров в основном зависит целевой аудитории типа продуктов и поставленных задач.

Результат, полученный в ходе количественного исследования можно дополнить более глубоким анализом, который проводится в ходе качественного исследования. К примеру, опрос покупателей товаров определенной товарной категории в магазине можно дополнить глубинными интервью дилеров [2].

Практически всегда основной целевой аудиторией коммуникационной стратегии выступают конечные потребители.

Первый критерий эффективности это показатель известности марки, т.е. показатель того, насколько потенциальный покупатель знает о существовании товара. Этот показатель измеряют в трёх типах:

1. Известность марки без подсказки – с его помощью можно установить, насколько та или иная марка находится в активной части сознания покупателя. Обычно, данный показатель высок у тех марок, у которых рекламная компании проводится в данное время, либо у абсолютных фаворитов рынка.

2. Известность марки без подсказки. С помощью этого показателя демонстрируются все марки, которые пребывают в активной части сознания покупателя. Следовательно, чем дольше время выбора конкретной марки (покупатель делает выбор до прихода в магазин), тем больше вероятность выбора вашей марки, в том случае, если ваш показатель существенно выше чем у ваших соперников.

3. Известность марки с подсказкой – потенциальный клиент, изучая список марок, которые ему предоставлены, делает выбор в пользу известных ему. Присутствие продукта на витрине магазина является аналогом подсказки в исследовании в жизни. Таким образом, с целью увеличения степени познания марки и её сохранения необходима первоклассная дистрибуция продукта. В противном случае знание снизится.

Необходимо отметить, что показатель «известность марки», как и следующие показатели, нет смысла рассматривать без второго главного показателя - «имиджа марки». Хоть на покупку и влияет еще большое количество факторов (ценовая политика, промо-акции и т.д.), в долгосрочной перспективе вам необходимо будет дать ответ на два вопроса: «Что люди думают о вашем товаре?», и «Как много человек знает о существовании вашего товара?» [1].

Популярность марки напрямую зависит от показателя «известности рекламы». Популярность марки, равно как норма, ниже популярности рекламы, хотя в некоторых случаях может быть и наоборот. Скорее всего тогда ключевым звеном маркетинговых коммуникаций будет выступать не реклама, а широкая дистрибуция, BTL-акции и т.п.

Показатель известности рекламы влияет на показатель известности марки. Его необходимо оценивать только для того, чтобы понять, что в наибольшей степени влияет на популярность марки (широкая дистрибуция, недавно проведенная рекламная кампания, предыдущие кампании и т.п.).

Знание марки (brandawareness) – находит процент возможных потребителей, знающих или помнящих о существовании торговой марки. Существует 2 степени осведомленности: с подсказкой (пассивный) и спонтанный (активный). Когда необходима подсказка, то используется пассивная осведомленность. Этот показатель важен для новых брендов, т.к. старые бренды обычно имеют высокую узнаваемость. Активное знание марки определяется просьбой респондента рассказать о всех известных марках в определенной товарной категории.

Знание рекламы (Advertisingawareness – схож с показателем показателю brandawareness и характеризуется процентом потенциальных потребителей, слышавших или видевших рекламу. существует два уровня осведомленности о рекламе: пассивный и активный. Для брендов, которые активно поддерживаются рекламой, существует сильная взаимозависимость между знанием рекламы и знанием марки [3].

Дополнительных параметры, на которые необходимо обратить внимание при оценке эффективности рекламы:

1. Известность креативных концепций. Необходимо, чтобы каждая следующая реклама имела новую креативную концепцию. При опросах покупателей можно выяснить, показывая ему образцы предыдущих креативов, о какой рекламе он слышал или помнит. С точки зрения запоминаемости это поможет оценить эффективность рекламного креатива с.

2. Источники информации о марке. То есть это те каналы, с помощью которых покупатель узнал о вашей марке. Это могут быть такие опции, как: слышал / видел рекламу, видел / слышал у знакомых, видел на прилавках в магазине, читал статьи в журналах / газетах / интернете и т.д.

3. Источники знания рекламы. С их помощью можно определить, какой из рекламных носителей является наиболее эффективным. Также важно уточнить, на каких именно радиостанциях и телеканалах, а также в какой прессе покупатель видел или слышал рекламу.

4. Известность рекламных слоганов. При помощи данного параметра можно понять, насколько правильно был выбран слоган. Слоган должен быть хорошо запоминаем и нести в себе смысловую нагрузку.

Анализ соответствий (correspondence analysis) - это статистический инструментарий, с помощью которого разрабатываются разведочные и описательные методы анализа двухходовых и многовходовых таблиц, обуславливающих некоторую степень соответствия между столбцами и строками. В нашем случае этим методом будет являться статистическая методика, которая позволяет наглядно показать восприятие и имидж нескольких торговых марок.

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 определёнными и реалистичными.

Первоначальным шагом в разработке стратегии маркетинга — это выбор целевого сегмента. Второй шаг — определение целесообразного комплекса маркетинга для каждого целевого рынка. Комплекс маркетинга определяют с использованием компанией “4Р”: цена, продукт, продвижение и место.

Объединив качественную оценку имиджа и количественную оценку известности марки можно сделать выводы об уровне эффективности маркетинговых коммуникаций. Поставив перед стратегией маркетинговых коммуникаций четкие цели и задачи, достаточно легко определить, достигнуты они или нет. Если реализованная стратегия не повлияла на конечный результат (захват новых сегментов, увеличение доли рынка т.п.), то проблема может заключаться не в том, что что-то было сделано неправильно, а в том, что стратегические цели были поставлены неправильно. Проведя оценку эффективности коммуникационной стратегии и получив новые данные о покупателях и рынке, можно проводить анализ эффективности всей маркетинговой стратегии. Информация и выводы, которые получены в ходе этого процесса могут лежать в основу разработки новой стратегии и нового плана.

Список литературы:

1. Дурович А.П. Информация и риск в маркетинге / А.П. Дурович - М.: 2017г. - 254с.
2. Катернюк А.В. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. / А.В. Катернюк - Учебное пособие. - Ростов - на - Дону: 2016г. - 320с.
3. Ольшанский Д.В. Маркетинговые коммуникации / Д.В. Ольшанский - МПБ.: Питер, 2016г. - 544с.

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА «ИРБЕЙСКИЙ»

Богданов В.С.

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

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

Ирбейский район находится в юго-восточной части Красноярского края, приблизительно в 180 км от краевого центра и граничит с востока с Тайшетским и Нижне-Удинским районами Иркутской области, на юго-западе — с Саянским районом, на северо-западе — с Рыбинским районом, на северо-востоке — с Канским и Иланским районами.

Район расположен в лесостепной зоне и относится к умеренно-прохладному агроклиматическому району.

Ирбейский район образован в 1924 году и является административно-территориальным образованием, которое согласно Уставу Красноярского края входит в состав Красноярского края Российской Федерации, имеет статус муниципального района.

Устав принят решением Ирбейского районного Совета депутатов Красноярского края от 28.12.2005г. №60. Устав является нормативным правовым актом, регулирующим организацию и осуществление местного самоуправления на территории муниципального образования Ирбейский район в интересах населения с учетом исторических и иных местных традиций.

Муниципальное образование Ирбейский район является в соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» самостоятельным муниципальным образованием. Административным центром района является село Ирбейское. В табл. 1 приведен состав муниципального района.

Таблица 1- Состав муниципального района «Ирбейский»

Наименование муниципального образования	Площадь (га)	Численность населения (чел.)
Александровское сельское поселение	13669,2	621
Благовещенское сельское поселение	267714,9	938
Верхнеуринское сельское поселение	25241,6	1368
Ивановское сельское поселение	16627,7	989
Изумрудновское сельское поселение	565,40	852
Ирбейское сельское поселение	11534,8	5041
Маловское сельское поселение	8035,0	490
Мельничное сельское поселение	31728,7	663
Петропавловское сельское поселение	23169,21	550
Сергеевское сельское поселение	32855,4	423
Степановское сельское поселение	546619,40	869
Тальское сельское поселение	38702,5	861
Тумаковское сельское поселение	16660,7	783
Успенское сельское поселение	18688,60	125
Усть-Ярульское сельское поселение	22365,8	1144
Усть-Каначульское сельское поселение	11067,0	200
Чухломинское сельское поселение	14143,9	607
Юдинское сельское поселение	7560,3	1141

Организационная структура управления района представлена в схеме 1

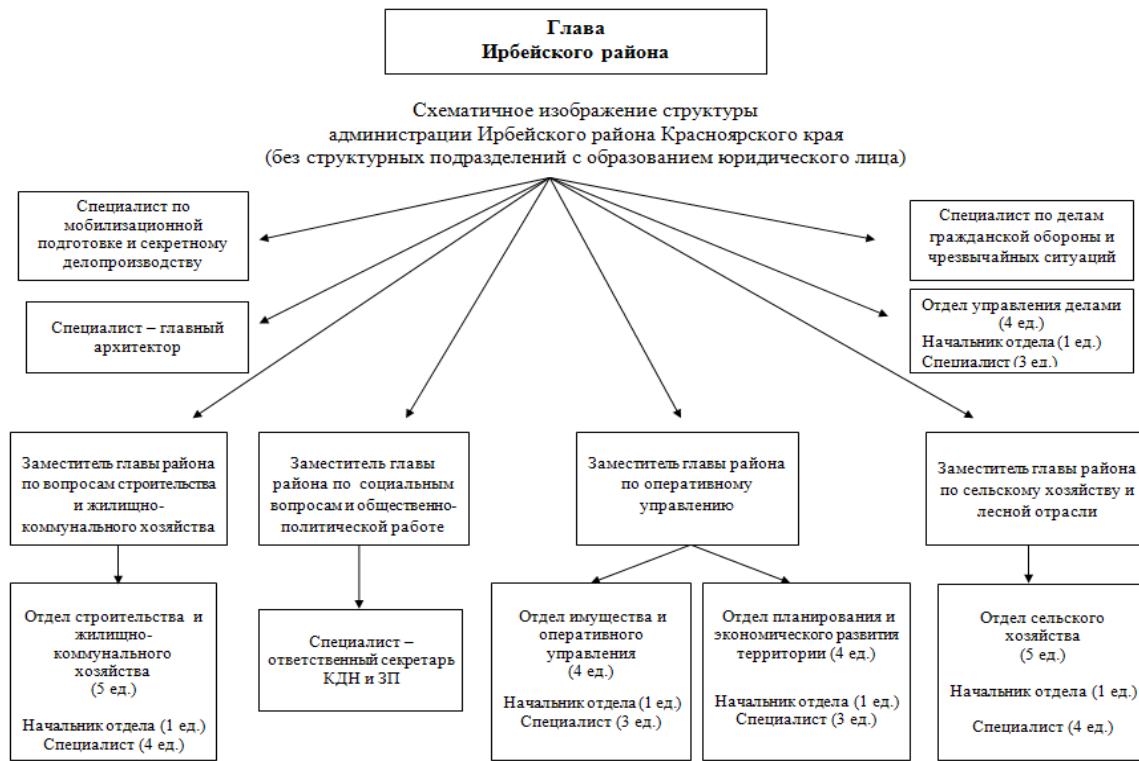


Схема 1- Организационная структура управления района

Анализ динамики демографической ситуации в районе показывает, что

ежегодно происходит снижение среднегодовой численности постоянно проживающего населения. Так, в 2015 году численность составляла 15911 человек (это 0,6% от численности населения Красноярского края), а в 2017 году – 15624 человек, таким образом, за три года сокращение составило 287 человек. В течение последних 10 лет численность населения района сократилась на 2383 чел. Тенденция сокращения численности сохраняется.

Ирбейский район по уровню общей смертности населения в 2015 году статистически достоверно в 1,4 раза превышал средние краевые показатели и является территорией «риска».

Значимыми предприятиями муниципального образования по отраслям являются:

Добыча полезных ископаемых: ООО «Ирбейский разрез»;

Сельское хозяйство: ООО «Мираж», ООО «Сибирь», ООО «Михайловское», СПК «Майский», ИП Протасов, ИП глава крестьянско-фермерского хозяйства Мирошниченко М.С., ООО «Совхоз Елисеевский», СПК «Мельничный»;

Лесное хозяйство: ООО «Агролес», ООО «Сибирь», ЗАО «Кунгус», ИП Вершков; Ирбейский филиал ГПКК «Краевое АТП».

Уровень безработицы на 1 января 2017 года составил 1,7% (в аналогичном периоде 2016 года - 2,2%).

В районе насчитывается 18 муниципальных общеобразовательных бюджетных учреждений, 17 дошкольных учреждений, 32 библиотечных учреждения, 47 учреждений культуры, 1 районный музей.

Динамика расходов бюджета муниципального района «Ирбейский» приведена в табл. 2.

Таблица 2 - Динамика расходов районного бюджета, тыс.руб.

Наименование показателя бюджетной классификации	2016 год	2017 год	План на 2018 год
ВСЕГО: (тыс.руб.)	589 272,4	540 677,1	531 642,9
Общегосударственные вопросы	41 920,9	38 625,1	38 148,6
Национальная оборона	896,5	842,3	0
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2 034,0	1 672,0	1 612,0
Национальная экономика	19 001,2	12 417,6	12 301,1
Жилищно-коммунальное хозяйство	6 556,7	6 482,7	6 482,7
Охрана окружающей среды	40,0	0	0

Образование	364 259,0	341 810,0	337 827,0
Культура, кинематография	27 874,6	22 861,3	22 000,7
Здравоохранение	146,0	146,0	146,0
Социальная политика	58 537,07	58 414,3	57 233,3
Физическая культура и спорт	2 573,2	2 171,2	2 104,2
Межбюджетные трансферты	65 433,0	55 234,5	53 787,1

Значительно сократились расходы в 2017 году, по сравнению с 2016 годом и разница составила 48595,3 тыс. руб. В дальнейших планах снизить расходы в 2018 году по сравнению с 2017 годом на 9034,2 тыс. руб.

А также прослеживается сокращение расходов районного бюджета в таких пунктах как:

- национальная экономика, на 6583,6 тыс. руб.;
- образование, на 22449 тыс. руб.;
- культура, кинематография 5013,3 тыс. руб.

Список литературы:

1. Бабун Р.В. Организация местного самоуправления: учебное пособие, 3-е изд., перераб. и доп. – М. :КНОРУС, 2013.- 280 с.- (Бакалавриат)
2. Бабун Р. Организация муниципального управления: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер. 2012.-336 с.
3. Сайт государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и республике Тыва- <http://www.krasstat.gks.ru/>
4. Сайт Ирбейского района -<http://xn--90aiajhg2alm.xn--p1ai/index.php?id=24>

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ

Гранкова К.О.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Каменская Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Имидж организации представляется разноплановым определением в нынешней имиджелогии. Состоит он из с взглядов о свойстве продуктов и услуг, отношений среди субъектами и предметами финансовых взаимоотношений, а также из системы стратегического развития предприятия и кадрового потенциала. [3]

Имидж современной организации – это целостный образ, состоящий из многих факторов, надо которым обязательно должны работать социологи, психологи, специалисты PR и рекламисты.[2]

Есть немало способов формирования имиджа предприятия, однако эксперты выделяют в основном ресурсы рекламных коммуникаций, из числа их :

PR, рекламу, персональные реализации, стимулирование продаж, создание фирменного стиля, продвижение в сети интернет и спонсорство.

Данные способы легко используют современные компании в России, однако многие не принимают во внимание стратегическую компаненту, без неё развитие формирование имиджа может лишится хороших результатов и не оправдать ожидания потребителей, это может негативно сказаться на экономической эффективности работы предприятия.

Исходя из этого, предлагается использовать инновационную методику формирования имиджа организаций, в основе которой лежит система инновационной оценки потребительского предпочтения в интерактивном режиме.[1]

Суть данного технологического процесса заключается в этом, что же в режиме онлайн(при наличии веб-сайта фирмы) либо с помощью выполнения анкетирования клиентов с периодичностью с месяца вплоть до полгода выполняется анализ потребителями уровня значимости единичных элемент имиджа организации в определенный период времени.

В системе достижения целей маркетинговой стратегии предприятия, значима интерактивность, что дает возможность этому способы являться инноваторским и продуктивно осуществлять функцию контроля. Инновационность подхода заключается в этом, что в предоставленной методологии используется учет маркетинговой стратегии. И если стратегия рассчитана на длительный срок, то опрос должен проводиться не реже чем раз в полгода, на короткий –раз в месяц.

Таким образом, предлагается не только средство оценки текущего состояния имиджа предприятия, но и средство продвижения, так как потребители понимают, что их мнение является наиболее значимым для данной организации, а «предприятие, которое ставит на первое место потребителя в рыночных условиях обречено на успех» [4, с. 32].

Методическая оценка может осуществляться по следующим критериям:

1. Имидж товара. Оценивается по данной характеристике: степень и свойство продукта; количество услуг; диапазон ассортимента; месторасположение, наличие автостоянки.
2. Имидж потребителя. Характеристиками, которые оценивались, были: круг потребителей, которые посещают организацию.
3. Внутренний имидж. Оценивался : обстановка торгового центра.
4. Имидж основателя / руководителя. Оценке подлежали: личность основателя бизнеса или руководителя предприятия.
5. Имидж персонала. Характеристиками, которые оценивались, были: доброжелательное отношение к потребителю; помощь продавца при выборе товара потребителем.
6. Визуальный имидж. Предлагалось оценить внешний вид магазина. Наиболее значимые составляющие имиджа будут являться приоритетными направлениями-целями корректировки маркетинговой стратегии организации

Список литературы:

- 1.Богданов Е., Зазыкин В. Психологические основы «Паблик рилейшнз». учеб. пособие- СПб.: Питер, 2012. – 254 с.
- 2.Заячникова А.Ю., Макеев В.А. Влияние корпоративной культуры на имидж организации. [Электронный ресурс]– Режим доступа. – URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1350/15923>(дата обращения: 05.12.16)
- 3.Панасюк А.Ю. Имидж: определение центрального понятия имиджелогии/ А.Ю. Панасюк.
- Рид С. Эффективно ли вы поддерживаете свой корпоративный имидж? / С. Рид // Маркетинг. – 2008. – №6.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Давыдова А.

**Научный руководитель: канд.экон.наук, доцент Колоскова Ю.И.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

В сложившихся рыночных условиях продвижение сельскохозяйственной продукции играет ключевую роль.

Высокий уровень конкуренции, характер спроса, показатели рыночной конъюнктуры рынка определяют необходимость изучения высокоеффективных инструментов продвижения на рынке сельскохозяйственной продукции.

Успешное продвижение товара на рынке сельскохозяйственной продукции зависит от характеристики целевой аудитории, специфики их потребления. Важным аспектом, определяющим потребительское поведение, является набор источников информации, к которым потребитель обращается при принятии решений. Принятие решений о покупке и совершение покупки сельскохозяйственной продукции осуществляется совместно с членами семей.

Эффективность коммуникационной политики сельскохозяйственных организаций говорит об известности марок. В современном мире на первое место выходит интернет-реклама.

Применение электронной коммерции интернет-технологий увеличивает возможность проникновения на новые рынки сбыта, а также обеспечивает возможность удержания существующих.

Применение digital-стратегии на рынке сельскохозяйственной продукции на сегодняшний день является на начальном этапе. Использование глобальной системы Интернет позволяет увеличивать доступ для распространения адресной информации, создавать условия для применения прямого маркетинга в сельскохозяйственной сфере.

Рассмотри современные методы продвижения в Интернете, а также возможность их использования для сельскохозяйственных организаций.

Использование поисковой оптимизации сайта сельскохозяйственной организации с целью получения высоких рейтингов в поисковой системе по запросам пользователей. Приведем пример SEO-оптимизации для организаций работающих на рынке сельскохозяйственной продукции.

Для разработки оптимизации будем использовать поисковую систему Яндекс. Рассмотрим стоимость и количество показов по оптимизированной системе. Нами были выбраны ключевые слова, которые пользователи Интернет наиболее часто запрашивают в поисковой системе, ассоциируя их с сельскохозяйственными организациями, а также рассчитан бюджет для SEO-оптимизации.

Таблица 1 – План поисковой оптимизации для сельскохозяйственных организаций, мес.

Предложенные фразы	Примерное количество запросов	Примерное количество показов в месяц	Примерное количество показов в месяц	Прогноз CTR	Средняя установлена я цена клика, руб.	Примерный бюджет, руб.
сельскохозяйственная организация	306	94	94	2,13	279,30	18,80
фермерский продукт	128	108	108	12,96	60,20	103,60
Итого с учетом выбранных позиций	434	202	202			122,40

Приведенные данные таблицы показывают, что реклама по выбранным фразам будет показываться во всех случаях, когда в запросе присутствует хотя бы одно слово. В случае, если цена за клик окажется недостаточной для входа в гарантированные показы, реальное количество показов и бюджет по соответствующим словам (словосочетаниям) может оказаться существенно меньше прогнозируемого. Учитывая незначительную стоимость оптимизации, можно сделать выводы, что любая сельскохозяйственная организация с ограниченным бюджетом может воспользоваться данным инструментом коммуникации с целевой аудиторией.

Список литературы:

1. Бабун Р.В. Организация местного самоуправления: учебное пособие, 3-е изд., перераб. и доп. – М. :КНОРУС, 2013.- 280 с.- (Бакалавриат)
2. Бабун Р. Организация муниципального управления: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер. 2012.-336 с.

МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ СЕРВИС-ЦЕНТРА «ДОМАН»

Зюлина П. А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Незамова О.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Объектом исследования является:

«Доман» - Сервисный центр по ремонту бытовой техники в городе Братске и Братском районе.

Предметом исследования является модель поведения потребителя.

Метод - Анкетирование. Основные преимущества данного метода – возможность получения информации от большого количества респондентов - анкетный опрос как метод исследования не ограничивает количество участников, а также обеспечение высокого уровня массовости исследовании..

Актуальность данной темы в том, чтобы внести корректиды в работу отдела маркетинга для увеличения популярности компании среди потребителей и улучшения ее имиджа среди конкурентов. Потребительский рынок находится в непосредственной зависимости от других рынков, денежных доходов населения, регулирует товарно-денежные отношения, способствует конкурентоспособности товаров и является одним из важных секторов жизнеобеспечения города.

Для оценки эффективности работы «Доман».

В соответствии с выбранной тематикой были сформулированы и поставлены следующие задачи:

- Проанализировать результаты маркетингового исследования поведения потребителя на рынке услуг сервис центра.

- Выработать план мероприятий по эффективному использованию результатов исследования.

В городе Братске - темп роста оптовой и розничной торговли, ремонта бытовых изделий и предметов личного пользования составляет - 102,5%

Выручка от реализации продукции, работ, услуг на душу населения -109,7

Для более ясного исследования структуры потребителей г.Братска было проведено маркетинговое исследование, анализ результатов которого позволит более эффективно оценить сбытовую стратегию предлагаемых услуг.

Потребитель в своем поведении может, во-первых, принять решение о покупке продукта, во-вторых, заняться поиском и сбором дополнительной информации, в-третьих, отказаться от идеи приобретения данного товара или услуги и не предпринимать никаких дальнейших действий.

В ходе исследования было опрошено 100 человек. Выборка была произведена среди клиентов сервис - центра «Доман», опрос проводился методом анкетирования. Опрос проводился по телефону, номера телефонов были взяты из книги учета потребителей

На основании ответов тех же 100 респондентов проанализируем процесс принятия решения об обращении в сервис-центр «Доман». Бытовая техника относится к товарам длительного использования и предварительного выбора. Как правило, техника приобретается через 5-8 лет, иногда и реже. Процесс принятия решения о покупке таких товаров растягивается во времени, и каждый его этап виден достаточно четко.

Интерпретация профилей потребителей на рынке услуг сервис - центра

Типология покупательских решений:

Запланированная покупка – покупка, где потребитель поставил себе цель купить в определенный период времени конкретный товар. Покупка имеет четко поставленную цель, высокую степень продуманности и трудно поддается каким-либо изменениям.

Частично запланированная покупка – у потребителя есть общая цель, изменения возможны в деталях.

Незапланированная покупка – возникает спонтанно, спонтанность вызвана внешними воздействиями. Импульсная покупка – основана на сильном внешнем воздействии.

Потребителей сервис - центра «Доман» можно отнести к потребителям совершающим незапланированную покупку, так как нужда в ремонте бытовой техники возникает спонтанно, спонтанность вызвана внешними воздействиями, такими как внезапные поломки или срочная замена деталей.

Механизмы принятия решений о покупке.

Целесообразно проводить анализ возможных предпокупочных ситуаций.

1.Длительность принятия решений – очень малая

2.Степень сложности - средняя

3.Степень вовлеченности в процесс покупки – высокая.

Блок осознания проблемы – процесс покупки начинается с того, что покупатель осознает проблему или нужду.

Осознание потребности происходит тогда, когда покупатель начинает ощущать разницу между желаемым и фактическим состоянием.

Блок поиска информации.

Источники информации: интернет, ТВ, газеты, радио СМИ, личный опыт, личные контакты.

Анализ основных стадий процесса принятия решений потребителями об использовании ремонтных услуг.

1.Внутренний поиск. Первый этап поиска информации, следовательно, к нему обращается большинство потребителей. 46% респондентов в качестве первого источника информации полагаются на личный опыт друзей, знакомых и родственников. 20% опрошенных находят дополнительную информацию в печатных СМИ.

2.Внешний поиск. Когда внутренний поиск не дает результатов, потребитель собирает дополнительную информацию. Следующая группа источников информации составлена из рекламной продукции, поиск которой не требует усилий от потенциального покупателя. К этой группе относится реклама на телевидении (3%), реклама на радио (15%). В качестве отдельной группы можно выделить информацию, получаемую непосредственно в местах оказания услуг(7%).

Две маркетинговые стратегии, которые необходимы для компании «Доман»:

1. Стратегия укрепления или защиты позиции.

Данная стратегия состоит в том, чтобы завоевать лидирующую позицию. За счет укрепления позиции компании «Доман» на рынке, можно повысить удовлетворенность существующих потребителей, а также повысить привлекательность предложения для новых потребителей.

2. Стратегия расширения рынка.

Главная цель - это завоевать доверие потенциальных покупателей.

В условиях наличия выбора, предложение должно отдаваться тем, кого хорошо знаешь и чья репутация не вызывает сомнения.

Определение маркетинговых целей:

Количественные

- привлечение новых клиентов, тем самым увеличить долю рынка.

Качественные

- укрепление имиджа компании;

- завоевание доверия потенциальных покупателей;

- улучшение качества сервиса компании.

Для достижения имеющихся маркетинговых целей необходимо предпринять следующие маркетинговые действия:

- продолжать деятельность по совершенствованию качества обслуживания клиентов;

- внедрять новые технологии обучения персонала;

- широко использовать эффективные формы сервиса;

Продвижение ремонтных услуг:

- Создание рекламных буклотов и распространение их возле торговых центров, магазинов осуществляющих реализацию бытовой техники;

- Расклейивание объявлений у подъездов;

- Визитки, которые можно отдавать клиентам после ремонта. Для большей заинтересованности, можно давать скидки на последующий ремонт;

- Создание магнитов на бытовую технику, имеющих контактную информацию о фирме и их логотип;

- Объявления в газетах;

- Размещение плакатов и растяжек на улицах;

- Заключить договор о партнерстве с магазинами, торгующими бытовыми приборами, о рекламе своих услуг;

- С целью повышения узнаваемости и увеличением спроса использовать рекламу на движущемся носителе, а именно на машине, которая находится на балансе компании, и является средством перемещения крупногабаритной техники.

Партнерство с сайтами, торговыми бытовыми приборами. Как вариант, совместного сотрудничества – размещение баннеров в интернет магазинах;

Рекламная кампания в Интернете:

Усовершенствование своего сайта;

Использование рекламных каналов — контекстная, таргетинг в социальных сетях, баннерная и т.д.;

Активное использование социальных сетей, с целью выявление спроса на те, или иные услуги с помощью проведения опросов/мнения клиентов;

Функционирование современных предприятий в условиях неопределенности и динамично меняющейся внешней среды вынуждает их решать сложные задачи поддержания конкурентоспособности, обеспечение финансовой устойчивости и условий дальнейшего роста и развития, осуществлять ответные действия на изменения внешней среды.

При проведении опросов по телефону важно уловить тенденцию в изменении эффективности. Часто бывают такие случаи, когда эффективность растет пропорционально увеличению объема рекламы, а затем темп роста прекращается. Чем быстрее будет обозначен момент начала перехода в насыщение, тем быстрее можно реагировать на процесс восприятия своей рекламы и избежать ненужных затрат.

Для предприятий сферы сервиса применимы способы на основе анализа прямых впечатлений с помощью балльной оценки. Получение информации осуществляется заполнением анкет непосредственно после обращения в сервис - центр. Очень важным является выбор признаков оценки средства рекламы и самой рекламы.

Список литературы:

1.Дурович А.П. Информация и риск в маркетинге / А.П. Дурович - М.: 2017г. - 254с.

2. Катернюк А.В. Маркетинговые коммуникации.Интегрированный подход. / А.В. Катернюк - Учебное пособие. - Ростов - на - Дону: 2016г. - 320с.

ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ ТУИМ ШИРИНСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ

Иванова Ю.Г.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Полное наименование учреждения (в соответствии с Уставом): Администрация Туймского сельсовета Ширинского Района Республики Хакасия. Муниципальное образование Туймского сельсовета Ширинского Района Республике Хакасия, образовано в 1925 году.

По состоянию на 01 января 2017 года численность населения составляет 4211 чел. В населенных пунктах насчитывается 40 улиц. На территории сельсовета находятся следующие организации: Муниципальное Бюджетное Общеобразовательное Учреждение Средняя Общеобразовательная Школа №3 с. Туйм- 1523 человека, детский сад - 612 человек, Музыкальная школа с. Туйм- 120 человек, школьный музей, Туймский Психоневрологический интернат – 601 человек, дом престарелых – 56 человек, ТЭЦ, Октябрьский лесхоз, ЖКХ, Больница, 68 магазинов.

Администрация Туймского сельсовета, исполнительно-распорядительный орган поселения. Администрация сельсовета наделена действующим уставом полномочиями по решению вопросов местного значения в соответствии с федеральными законами и нормативными актами Совета.

В состав структуры администрации сельсовета входят следующие должностные лица и отделы: Глава администрации; Заместитель главы администрации; Помощник главы администрации; Заместитель по хозяйственной части; Специалист 1 категории юрисконсульт; Специалист 1 категории по вопросам земельных отношений; Специалист 1 категории по делам несовершеннолетних; Делопроизводитель налогового отдела; Общий отдел; Отдел по бухгалтерскому учету, контролю и финансам, экономическому прогнозированию; Военно-учетный стол; ТERRиториальные органы самоуправления.

Переход к рыночным отношениям значительно обострил проблему занятости молодежи. В сельском поселении данная проблема стоит еще более остро, связано это с резким спадом производства и сокращением рабочих мест.

Длительный период безработицы ведет к потере профессионализма и снижению мотивации труда у населения. Отказ государства от регулирования важнейших социальных и экономических процессов вызвал: снижение уровня жизни населения, снижение уровня образования сельской молодежи и сужение сферы приложения ее труда.

Для успешного развития Туймского сельского поселения необходимо реализовать программу комплексного социально - экономического развития Туймского сельского поселения на 2018 - 2020 годы, разработанную местной администрацией.

Основной целью программы является повышение качества жизни населения, его занятости и самозанятости; реализации экономических, социальных и культурных возможностей на основе развития сельхозпроизводства, предпринимательства.

Программа комплексного социально-экономического развития сельского поселения содержит чёткое представление о стратегических целях, ресурсах, потенциале и основных направлениях социально-экономического развития поселения. Кроме этого, программа содержит совокупность увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам реализации мероприятий, направленных на достижение стратегических целей социально-экономического развития сельского поселения. Цели развития поселения и программные мероприятия и ресурсы, обозначенные в программе, могут ежегодно корректироваться и дополняться в зависимости от складывающейся ситуации, изменения внутренних и внешних условий.

Для обеспечения условий успешного выполнения мероприятий программы, необходимо на уровне поселения разрабатывать механизмы, способствующие эффективному протеканию процессов реализации программы. К числу таких механизмов относится совокупность необходимых нормативно: правовых актов, организационных, финансово-экономических, кадровых и других мероприятий, составляющих условия и предпосылки для успешного выполнения мероприятий программы и достижения поставленной целей социально-экономического развития сельского поселения.

Программа по повышению качества жизни населения состоит из совокупности различных организационных мероприятий сельского поселения.

Основные мероприятия программы:

Современная система управления сельским поселением предусматривает разработку перспективного плана развития сельского поселения в соответствии с программной социально-экономического развития поселения и требованиями Федерального закона от 06 октября 2003 года № 131-ФЗ «Общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Для повышения предпринимательской активности в сельском поселении предусмотрены орган системной подготовки предпринимателей и поддержки малого и среднего бизнеса.

Для поддержки производства и продвижение на рынок продукции, производимой предприятиями сельского поселения, программа предусматривает проведение систематических мероприятий по продвижению продукции предприятий сельского поселения, участие в проведении ярмарок, выставок, смотров, конкурсов.

Для повышения качества предоставляемых жилищно-коммунальных услуг, предусматривает формирование эффективной системы управления жилищно-коммунальным комплексом поселения.

Улучшение потребительского рынка и наполнение рынка товарами и услугами, удовлетворение спроса населения, предложена система контроля и регулирования потребительского рынка в населенных пунктах сельского поселения.

Для выявления основных проблем, их возникновения и принятия решений, систематически выполняется анализ и осуществляется контроль за социально-экономической ситуацией в сельском поселении.

Для улучшения экологической ситуации, сохранение природных ресурсов поселения, произведен контроль за экологической ситуацией и рациональным использованием природных ресурсов на территории поселения.

Стратегический план развития Туймского сельского поселения отвечает потребностям и проживающего на его территории населения, и объективно происходящих на его территории процессов.

Программа содержит чёткие ориентиры о стратегических целях, ресурсах, потенциале и основных направлениях социально-экономического развития поселения на среднесрочную перспективу. Кроме этого, программа содержит совокупность увязанных по ресурсам, исполнителям и срокам реализации мероприятий, направленных на достижение стратегических целей социально-экономического развития сельского поселения.

Для обеспечения условий успешного выполнения мероприятий программы, необходимо ежегодно разрабатывать механизмы, способствующие реализации программы. Реализация данной программы создаст основу для достижения стратегических целей развития поселения и усиления конкурентоспособности его экономики.

Переход к управлению сельскими поселениями через интересы благосостояния местного населения, интересы экономической стабильности и безопасности позволяет обеспечить социально-экономическое развитие сельского поселения.

Разработка и принятие программы поразвитию сельского поселения позволяет закрепить преимущество социальной, финансовой, инвестиционной, экономической политики, определить последовательность и сроки решения проблем. А целевые установки программы и механизмы позволяют значительно повысить деловую активность управленческих и предпринимательских кадров сельского поселения, создать необходимые условия для активизации экономической и хозяйственной деятельности на территории сельского поселения.

Список литературы:

- 1.Официальный сайт органов местного самоуправления Туймского сельсовета Ширинского района Республике Хакасия- <http://туим.рф/contacts.php?blok=adm>
2. Муниципальное управление: учебник / А.Н. Широков, С.Н. Юркова. – М.: КНОРУС, 2013. – 244с.
3. Организация муниципального управления: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2012. – 336с.

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКЕ**
Коняшин П.И.

**Научный руководитель: к.т.н., профессор Антамошкина О.И.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия**

Продвижение товаров и услуг – это одна из основных функциональных задач маркетинга.

Главной техникой продвижения является **реклама**. Цель рекламы в краткой, исчерпывающей информации о товаре и услугах убедить потенциального покупателя ознакомиться с предлагаемым товаром и услугами, т.е. привлечь его внимание, вызвать и поддержать интерес, возбудить желание и убедить в необходимости действовать. Эта работа выполняется рекламным отделом компании или специальным рекламным агентством. В конечном счете за рекламу платит потребитель, фактически он оплачивает навязанные ему услуги, которые он сам часто не мог бы выполнить или они стали бы ему дороже в соответствии с законом возможной стоимости.

На данный момент одни из самых популярных и действенных PR технологий – CrossMarketing (Кросс Маркетинг), EventManagement (Ивент Менеджмент), IPR (Интернет PR), представлены в Таблице 1.

Таблица 1-PR технологии.

Название	Сущность	Пример	Эффективность
CrossMarketing	Совместное продвижение товаров несколькими компаниями, продукция которых дополняет друг друга.	•Записавшись в тренажерный зал Колизей, вы получаете дисконтную карту магазина Спортмастер.	•Сокращение расходов на рекламные акции; •Большой охват потребительского рынка; •Установление сотрудничества на долгосрочной основе.
EventManagement	Организация специализированных мероприятий (социальных, политических, экономических), с целью привлечь массы и ознакомить с товаром или услугой.	•Культурные, благотворительные и спортивные мероприятия; •Социальный проект на долгосрочной основе.	•Большой положительный отклик у целевой аудитории; •Возможность напрямую воздействовать на человека; •Создание благоприятных условий для потребителя.
IPR-Интернет PR	Продвижение товаров и услуг через интернет, с помощью различных медиа ресурсов.	•Рассылка новостей в онлайн СМИ; •Онлайн трансляции; •Онлайн промоушн.	•Продвижение в более неформальной среде (среди молодых и активных); •Сильная обратная связь; •Высокая мобильность и координация

Методы, модели и технологии PR эффективно работают только в двухстороннем формате. Это чрезвычайный важный момент деятельности связи с общественностью, если не навязывать свою политику и имидж людям, а, образно выражаясь, играть в пинг-понг с целевой аудиторией, только в этом случае будут достигнуты поставленные цели. Обратная связь (feedback) позволяет получать комплексные сведения о целевой аудитории, что обеспечивает взаимопонимание с общественностью и правильные каналы доставки информации. Вследствие этого, технологии PR вступают ещё как

запланированное межличностное общение. Именно запланированное, потому что на основе внешней реакции выстраивается четкая тактика переговоров непосредственно с потребителем.

Исходя из вышеизложенного, технологии продвижения товаров и услуг в рекламе и связях с общественностью не стоят на месте, а успешноразвиваются вместе с рынком, используя для прогресса все новые способы и ресурсы.

Список литературы:

1. Васильев В.Н. Техника продвижения товаров и услуг на рынок // Российское предпринимательство. – 2000. – Том 1. – № 10. – С. 54-59.
2. PR. И РЕКЛАМА В БИЗНЕСЕ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ: 2016 год // [Электронный ресурс] Режим доступа. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pri-reklama-v-biznese-sotsiologicheskoe-izmerenie> (дата обращения 27.03.2018)
3. Техника продвижения товаров и услуг на рынок – Часть 1 | журнал «Российское предпринимательство»| Издательство Креативная экономика.
4. PR – технологии в коммерческой деятельности. URL: <http://uprating.ru/pr-technology.html> (дата обращения: 27.03.2018)

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ УЧЕБНО – ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ЦЕНТРА

Козлова А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Незамова О.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Актуальность данной рекламной кампании - проинформировать потенциальных потребителей о комплексе образовательных услуг Учебно - производственного центра. Часть услуг Учебно - производственного центра не применяется в практике образовательных учреждений г. Красноярска, актуальна и обладает высокой степенью инновационности.

Цель данной рекламной кампании - вывод на рынок новой услуги - Учебно - производственного центра для оказания образовательных услуг по 5 профессиям и специальностям, в числе которых водитель категорий В, С, Е, тракторист категорий В, С, Е, F, слесарь топливной аппаратуры.

Университет содержит массу объектов материально - технического обеспечения, включающую лекционные поточные аудитории, учебные кабинеты, компьютерный класс, производственные помещения, учебный парк легковых, грузовых, самоходных машин различных категорий, штат руководящих и инженерно - педагогических кадров. Однако на протяжении ряда лет подразделение демонстрирует свою экономическую неэффективность. За период с 2010 по настоящее время была утрачена возможность проводить подготовку по двум направлениям водительской подготовки, количество выпускников сократилось в 4 раза, уровень дохода - более чем в 5 раз. С 2014г. и по настоящий момент деятельность Учебно - производственного центра приостановлена по причине несоответствия требованиям лицензирования. [1]

За минувший год многие автошколы ушли с рынка, способствовали этому изменения в порядке обучения курсантов и обязательное лицензирование автошкол.

Учебно - производственный центр планирует выйти на рынок в апреле. Для выхода на рынок нужна эффективная рекламная кампания.

Анализ рынка. Конкуренты.

1. Автошкола СФУ

Достоинства: учебные автомобили Volkswagen, собственный автодром в Студгородке, высокий уровень квалификации кадров.

Недостатки: поточное обучение, отсутствие дополнительных образовательных программ.

2. Филиал автошколы «Движение».

Достоинства: хороший имидж, агрессивный менеджмент, филиалы в каждом районе города, большой парк учебных автомобилей.

Недостатки: поточное обучение, малое количество дополнительных образовательных программ.

3. Филиал автошколы «Диалог-Сервис»

Достоинства: известность, большое количество дополнительных образовательных программ, современные автотренажеры.

Недостатки: поточное обучение, удаленность автодрома от места преподавания.

Проанализировав конкурентов видно, что основные недостатки конкурентов - поточное обучение и отсутствие дополнительных образовательных программ. Учебно - производственный центр предлагает своим потенциальным клиентам групповой и коллективный методы обучения (для кого - то не совсем подходит групповой метод обучения, поэтому индивидуальный подход - услуга, нужная и пользующаяся спросом) , а также большое количество дополнительных образовательных программ, например таких как:

1. Повышение квалификации персонала транспортных предприятий края
2. Восстановление утраченных знаний, умений, навыков
3. Индивидуальное обучение
4. Инклюзивное образование
5. Коллективное обучение вождению
6. Дистанционное теоретическое обучение
7. Выездная автошкола

Также расположение автодрома на базе Учебно - производственного центра является преимуществом, т.к. это совмещение обучения и практики.

Конкурентные преимущества Учебно - производственного центра:

1. Высокий уровень квалификации и опыт педагогической деятельности;
2. Групповой и коллективный методы обучения;
3. Количество, инновационность дополнительных образовательных программ;
4. Обновленный парк учебных автомобилей;
5. Собственные: автодром, трактородром, полигон для внедорожных мототранспортных средств в Октябрьском районе города;
6. Выгодное геополитическое положение:
 - наработанные годами имидж, слава, имя;
 - Октябрьский район в перспективе - район интенсивной застройки с развитой инфраструктурой и постоянно увеличивающейся целевой аудиторией;
 - территориальное соседство учебных корпусов и общежитий СФУ с большим количеством учащейся молодежи - потенциальных клиентов автошколы.

Комплекс рекламных мероприятий, направленных на достижение конкретной маркетинговой цели в рамках маркетинговой стратегии рекламодателя, называется рекламной кампанией. [2]

Рекламную кампанию Учебно - производственного центра планируется провести в следующей последовательности:

1. Анализ маркетинговой ситуации.

Одна из проблем Учебно - производственного центра - устаревший маркетинг. Для того, чтобы выдержать конкуренцию и заявить о своей услуге - цель данной рекламной кампании - Учебно - производственному центру необходима эффективная рекламная кампания, позволяющая проинформировать потенциальных потребителей о новой услуге - открытии Учебно - производственного центра с рядом преимуществ, отличающих их от конкурентов.

2. Определение целевой аудитории

Портрет потенциального потребителя - студенты и преподаватели КрасГАУ, жители Октябрьского района.

Также подразумевается привлечь контингент посредством рекламы.

3. Составление сметы расходов и контроль за её выполнением.

Примерная сумма данной рекламной кампании - 300 000 руб. Средства пойдут на оплату услуг менеджера по рекламе, разработку рекламных материалов, оплата услуг промоутеров, разработка сайта компании.

Лицо, ответственное за проведение рекламной кампании - автор проекта Учебно - производственного центра, к.т.н Филимонов К.В.

Производство рекламной кампании будет происходить с привлечением менеджера по рекламе ООО ПКФ «КРАБ». Функции менеджера по рекламе - разработка рекламных материалов для Учебно - производственного центра.

Разрабатываются оформление раздаточных рекламных материалов, построенные на привлечении клиентов. Указываются преимущества Учебно - производственного центра, основные услуги.

4. Выбор средств распространения рекламы

Средства коммуникации - наружная реклама, сайт компании в Интернете.

Оптимальные каналы коммуникаций:

Наружная реклама:

1. Вывеска рекламная на учебный корпус - 3 шт;
2. Вывеска рекламная на боксы хранения машин - 2 шт;
3. Вывеска рекламная на учебный полигон;
4. Растворки, вывески для оформления учебного полигона;
5. Рекламные раздаточные материалы.

Сайт Учебно - производственного центра в сети Интернет.

Учебно - производственный центр привлек партнера - ООО «Аллигатор» - официальный дилер экстремальной техники, который предоставил в пользование технику всех видов транспорта на основе взаимовыгодного партнерства. Учебно - производственный центр, выставляя предоставляемую технику, тем самым создает рекламу и стимулирует к покупке экстремальной техники ООО «Аллигатор».

Стимулирование сбыта планируется при помощи раздаточных материалов, информирующих об Учебно - производственном центре.

Открытие Учебно - производственного центра намечено на апрель. Тогда же состоится открытие базы тракторов «Беларус». На это событие съедется телевидение, пресса, новости. И вместе с открытием тракторов покажут открытие Учебно - производственного центра.

5. Составление рекламного сообщения

Разработка рекламных материалов - март 2018

Информирование об открытии Учебно - производственного центра посредством раздачи рекламных материалов - апрель.

Разработка и функционирование сайта Учебно - производственного центра - апрель - май.

Наружная реклама будет располагаться на Учебно - производственном центре. Пример оформления вывески Учебно - производственного центра представлен на рис. 1

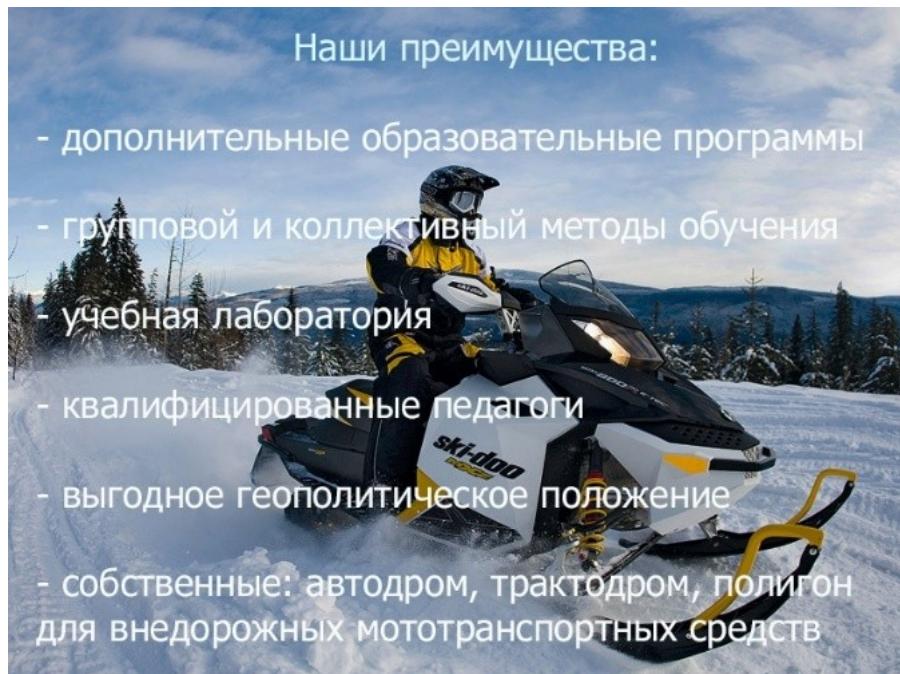


Рис. 1 - Пример оформления вывески Учебно - производственного центра

Работа промоутеров планируется в пределах Октябрьского района (это первый этап, т.к. жители Октябрьского района - это первичная целевая аудитория, в дальнейшем планируется привлечение жителей других районов г. Красноярска). Пример рекламного раздаточного материала приведен в рисунке 2.



Рис. 2 - Пример рекламного раздаточного материала

6. Оценка результатов

Анализ рекламной кампании можно провести с помощью опроса новых потребителей - откуда они узнали о учебно - производственном центре. При посещении учебно - производственного центра клиентам выдается анкета для заполнения, с вопросом «Откуда Вы узнали об Учебно - производственном центре?». Это поможет проанализировать основной источник рекламной кампании.

Список литературы:

1. Устав Учебно - производственного центра
2. http://studbooks.net/865430/marketing/etapy_razrabotki_reklamnoy_kampanii

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «ВЕНЕРА»

Малышева Ю. О.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Незамова О. А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Маркетинговая деятельность - это деятельность, направленная на решение специальным подразделением по маркетингу задач в коммерческой организации. Цель маркетинговой деятельности – это обеспечение финансового успеха и предоставляемых услуг организации на рекламном рынке. Это достигается путем нахождения баланса между потребителем и производственными возможностями организации.

Объектом исследования является рекламное агентство «Венера» в городе Тайшете Иркутской области. Цель исследования – анализ существующей маркетинговой деятельности и создания рекламной кампании для привлечения клиентов. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить современное состояние маркетинговой деятельности организации;
- разработать стратегию рекламной кампании;
- выдвинуть предложения для совершенства маркетинговой деятельности рекламного агентства «Венера».

В силу высокой конкуренции на рынке рекламных услуг, любая организация должна совершенствовать и улучшать качество предоставляемых услуг. Актуальность выбранной темы заключается в необходимости увеличения известности рекламного агентства «Венера» на рынке рекламных услуг г. Тайшета.

Рекламное агентство «Венера» в г. Тайшете - маркетинговое агентство, основной сферой деятельности которого является оказание услуг наружной рекламы, услуг полиграфии и проведение мероприятий по организации праздников на территории города и района.

Виды предоставляемых услуг:

- 1) В сфере наружной рекламы и полиграфии:

- широкоформатная и интерьерная печать;
- создание, монтаж и демонтаж наружной рекламы;
- оформление транспортной рекламы (наружной и внутренней);
- различные виды полиграфии;
- размещение и регистрация наружной рекламы.

2) Event – услуги:

- праздники;
- свадьбы;
- оформление залов, помещений;
- организация и проведение концертов, фестивалей, спортивных мероприятий;
- открытие торговых точек, предприятий сферы обслуживания и др.

Местный рынок рекламных услуг продолжает стablyно расти. Число рекламных агентств постоянно увеличивается, что приводит к высокой конкуренции на рынке рекламных услуг. Поэтому появляется необходимость в проведении анализа данного рынка, выявления основных конкурентов и мотивов выбора того или иного рекламного агентства. В городе Тайшете среди местного населения, с целью исследования качества услуг различных рекламных агентств города, проводился опрос с помощью анкетирования. Всего было опрошено 300 человек в возрасте от 18 до 60 лет. Опрос проводился в крупном торговом центре города. В результате исследования были получены ответы на такие вопросы как:

- пользуются ли люди услугами рекламных агентств;
- услугами какого рекламного агентства пользуются;
- мотивы выбора рекламного агентства.

По результатам проведенного анализа внешней среды рекламного рынка в г. Тайшете было установлено, что услугами рекламных агентств пользовались 27% опрошенных. Рекламное агентство «Венера» находится в тройке лучших агентств города, предоставляющих такие же услуги. Мотивами выбора рекламного агентства являются: качество предоставляемых услуг, сроки исполнения заказа и известность. По качеству предоставляемых рекламных услуг агентство «Венера» находится на третьем месте. По известности агентство «Венера» находится на втором месте. По критерию «сроки исполнения заказа» рекламное агентство «Венера» находится на 4 месте.

Из проведенного анализа видно, что рекламное агентство «Венера» достаточно востребованное агентство в городе, находится на уровне с основными конкурентами, но занимает не лидирующие места. Поэтому можно привести ряд рекомендаций и предложений, которые направлены на повышение известности агентства, где реклама будет работать наиболее активно и эффективно.

В первую очередь необходимо, активизировать работы по ведению сайта организации, то есть следить за своевременностью обновления информации, для того чтобы клиенты были в курсе изменения ассортимента и цен. Также можно проводить лотереи и конкурсы - это интересно и азартно для людей.

В-вторых, нужно ввести систему дисконтных карт и скидок. Клиент, владеющий дисконтной картой экономит на следующей услуге этой же организации, а менеджер, в свою очередь, увеличивает свой оборот и соответственно прибыль. Введение системы скидок приведет к значительному увеличению количества повторному обращению за услугой.

В-третьих, организовать ежемесячную работу промоутеров по лифлетингу. Рекламная листовка позволяет быстро, кратко и точно донести покупателю информацию о рекламном агентстве и предоставляемых услугах. Рекламные листовки – это один из самых популярных и эффективных методов продвижения услуг, которые охватывают любую целевую аудиторию.

В-четвертых, заказать тираж сувенирной продукции с фирменным логотипом и использовать их в своей рекламной работе. Сувениры широко применяют для рекламных целей, так как это хорошее средство популяризации организаций [1].

Рекламное агентство «Венера» уже осуществляет рекламу своей организации через рекламный модуль в газете, телевидение, радио и наружную рекламу. Реклама в прессе, как и реклама на телевидении, продолжает пользоваться большой популярностью среди организаций. Так как информация человеком воспринимается лучше всего в письменном виде, то данный вид рекламы имеет ряд преимуществ. Рекламная информация, представленная в графической или текстовой форме, которая размещается на специальных конструкциях (временных или стационарных), расположенных на открытой местности, на поверхностях зданий, сооружений, элементах уличного оборудования и над проезжей частью имеет большой охват аудитории потенциальных клиентов.

В-пятых, расширение перечня услуг. Находясь в конкурентном окружении, рекламное агентство «Венера» прибегает к множеству различных методов конкурентной борьбы. Однако значение и роль конкуренции услугой в общей конкурентной борьбе организации не уменьшается. Более того, именно конкуренция услугой, в конечном счете, является решающей для долгосрочного выживания организации.

Для расширения перечня услуг организации необходимо провести рекламную компанию. Рекламная кампания – совокупность рекламных мероприятий, которые проводятся в определенный период в рамках согласованной маркетинговой стратегии, с целью воздействия на аудиторию. Для разработки рекламной кампании нужно определить и охарактеризовать конкретные этапы стратегии рекламной кампании.

Этап 1. В первую очередь определяется цель. Основной целью является привлечение клиентов и увеличение рыночной доли. Так как конечный потребитель услуг является источником прибыли, то это дает возможность развитию и росту организации.

Этап 2. Определение и изучение целевой аудитории. Целевая аудитория включает в себя контактные аудитории, посредников и референтные группы. Обращение планируется адресовать аудитории, на которую направлена рекламная кампания.

Этап 3. Установление определенной суммы, необходимой для проведения рекламной кампании.

Этап 4. Утверждение сотрудников, отвечающие за организацию и проведение рекламной кампании.

Этап 5. Определение средств рекламы и коммуникационные каналы, которые будут использоваться в ходе рекламной кампании. Составление и утверждение графика и медиаплана проведения кампании.

Этап 6. Разработка плана мероприятий, проводимых при осуществлении рекламной кампании. Составление сметы необходимых материалов (сувениры, брошюры, каталоги и др.).

Этап 7. Формирование окончательной сметы расходов для проведения рекламной кампании. В смете указываются затраты на материалы, операции и выплата заработной платы по каждому календарному периоду.

Этап 8. Составление плана (графика) основных мероприятий рекламной кампании, в котором будут указываться сроки проведения.

Этап 9. Определение и закупка места, материалов, набор персонала для агитационной рекламы и других видов деятельности.

Этап 10. Практическая реализация мероприятий рекламной кампании.

Стратегия рекламной кампании в честь открытия детского развлекательного центра «Солнышко» в г. Тайшете:

- 1) Целью рекламной кампании является привлечение клиентов в лице родителей и детей.
- 2) Целевой аудиторией детского центра «Солнышко» являются дети от 3 до 12 лет. Также в развлекательном центре предусмотрены площадки для времяпрепровождения родителей.
- 3) Для проведения рекламной кампании необходимо приблизительно 70 000 рублей.
- 4) За организацию и проведение рекламной кампании отвечает менеджер по реализации проектов.
- 5) В ходе рекламной кампании будут применяться такие средства как: размещение видеороликов на телевидении, наружная реклама, реклама на радио, реклама в социальных сетях, лифлетинг.

6) Для проведения рекламной кампании необходимо 1000 листовок. 200 воздушных шаров с символикой развлекательного центра – 2 000 рублей. Сувениры в количестве 100 штук, которые будут разыграны в конкурсах. Аниматоры – 2 человека. Художники по аквагриму – 2 человека.

7) Размещение видеоролика на телевидении и в социальных сетях в течение месяца составит 15 000 рублей. Работа специалиста по созданию видеоролика стоит 7 000 рублей. Заработка плата двух промоутеров по лифлетингу за два дня работы составит 2 000 рублей. Создание и печать листовок составляет 8 000 рублей. Наружная реклама (эскиз баннера – 600 рублей, печать баннера 2 000 рублей). Реклама на радио – 9 600 рублей. Заработка плата аниматоров из двух человек 4 000 рублей. Заработка плата художников по аквагриму из двух человек 2 000 рублей. Сувениры в количестве 100 штук – 6 000 рублей. Заработка плата менеджера по реализации проектов 11 800 рублей.

8) Размещение видеоролика на телевидении и в социальных сетях в течение месяца до открытия детского центра. Работа промоутеров в течение двух дней до открытия развлекательного центра по 3 часа. Работа аниматоров в день открытия 5 часов. Работа художников по аквагриму 3 часа. Размещение рекламного баннера за месяц до открытия. Размещение рекламы на радио 30 секундного ролика с повторением 4 раза в день на протяжении 5 дней до открытия детского центра.

Список литературы:

1. https://xstud.ru/299/marketing/reklamnye_suveniry/ Электронный ресурс.

КОНУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НА РЫНКЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Михеев А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Карелин О.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В последние годы тема конкурентоспособности высшего образования является очень актуальной. Это происходит в основном из-за необходимости адаптации к развивающейся технике и науке, постоянного развития личности человека, а также меняющимся условиям рынка. Проблемы конкурентоспособности в Российских вузах являются очень обсуждаемыми в последние годы. Региональным вузам тяжело конкурировать с вузами крупных городов по ряду причин. В данной статье проведен анализ конкурентоспособности вузов г. Красноярска и предложены пути повышения конкуренции на рынке высшего образования в целом.

Для начала, необходимо дать определение конкурентоспособности. Под конкурентоспособностью понимается свойство субъекта, которое указывает на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, его способность совершать конкурентные действия и др. Так же нам необходимо рассмотреть понятие конкурентоспособности образовательного учреждения. Например, Киперман Г.Я. определяет конкурентоспособность образовательного учреждения как способность противостоять на рынке другим образовательным учреждениям как по степени удовлетворения своими образовательными услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности научно-образовательной деятельности[2].

Объекты, которые обладают конкурентоспособностью обычно делят на четыре группы:

- предприятия;
- товары;
- отрасли (совокупность предприятий, которые предлагают товары и услуги);
- регионы (страны, районы, области и т.д.).

Конкурентоспособность образовательного учреждения определяется по внешним и внутренним факторам, представленным в таблице 1 [1]:

Таблица 1 – факторы конкурентоспособности вуза.

Внешние факторы	Внутренние факторы
научно-технические	личность ректора
факторы внешней среды	ценовая политика
демографические	материально-техническая база
экономические	преподавательский состав
культурная среда	полнота использования ресурсов
спрос на рынке труда	корпоративная культура учреждения

Далее необходимо выделить три основные стратегии, с помощью которых образовательные учреждения добиваются конкурентных преимуществ:

- широкий спектр направлений подготовки и образовательных программ;
- предоставление образовательных услуг низкой стоимости и высокого качества;
- ориентирование на потребителей для удовлетворения их интересов и потребностей в образовательных услугах.

Проанализировав рынок высшего образования России и г. Красноярска можно прийти к неутешительным выводам. В международном мониторинге качества образования Россия находится в четвертом десятке стран. Проблему признают не только наши специалисты, но и зарубежные. Все

сходятся во мнении, что прежняя, советская система образования, в которой студенты в течении первых трех лет обучения получали фундаментальные знания по широкому кругу предметов, впоследствии применяя эти знания на практике была очень успешной. Сейчас только 12 % российских вузов способны подготавливать специалистов, квалификация которых будет соответствовать международным стандартам. Стало очень заметно снижение общеаучной и языковой грамотности. Также наблюдается снижение общего количества выпускников вузов по России и Красноярску в целом. Данные о выпускниках представлены далее в таблице 2 [3]:

Таблица 2 – Численность обучающихся в вузах России и Красноярского края.

Численность студентов, обучающихся в вузах	Годы		
	2013	2015	2017
Россия, тыс. чел	6700	5300	5200
Красноярский край, тыс.чел	155,2	96,2	89,4

В целом, динамика численности студентов за последние годы резко снизилась. В основном это связано с демографической ситуацией по стране в целом.

Есть и положительные моменты развития. В вузах края внедряют механизмы по трудоустройству выпускников, создаются информационные системы, позволяющие вузам отслеживать трудовую деятельность выпускника. В процесс обучения стали внедрять курсы, которые в перспективе помогут выпускнику рассчитывать на получение работы. Рынок образовательных услуг стал адаптироваться к потребностям рынка труда. В красноярском крае прорывом на данный момент до сих пор остается создание в 2007 году Сибирского федерального университета, который является крупнейшим вузом в России, находящимся за Уралом. В 2017 году произошло создание опорного университета на базе Сибирского государственного технологического и Сибирского государственного аэрокосмического университета. В Красноярском государственном аграрном университете вводятся поощрения за высокий балл ЕГЭ в виде скидки на обучение, делая поступление в этот вуз привлекательнее. В ответ на повышающийся спрос на рынке вузы Красноярского края и Красноярска расширяют предложение в области образовательных услуг. Появление новых специальностей, методов обучения и специализаций является повышением конкурентоспособности наших вузов на рынке образовательных услуг в стране. Практически во всех вузах региона имеются специальности экономического профиля, являющегося наиболее востребованным в стране. Стоит отметить и то, что в большинстве крупных вузов Красноярского края сильной стороной является высококвалифицированный профессорско-преподавательский состав.

Вузы всей страны должны быть нацелены не только на набор студентов, но и на их выпуск. Должна проводиться системная работа с выпускниками. Студентам должна быть дана гарантия, что после окончания учебного заведения он сможет работать по своей профессии. Для этого вузы должны составлять договор с потенциальными работодателями, которые готовы принять студентов на стажировку, а в дальнейшем обеспечить им рабочее место на предприятии. Вузам Красноярского края необходимо увеличивать высокий образовательный уровень трудоспособного населения. Это будет способствовать повышению экономического развития региона и даст толчок к переходу на более современные стандарты качества жизни.

Таким образом, проведя анализ конкурентоспособности вузов можно найти положительные и отрицательные стороны. Отрицательными сторонами в первую очередь является снижение количества обучающихся выпускников и несоответствие их квалификации требованиям работодателя. Снижение количества образовательных учреждений тоже не приведет ни к чему хорошему. Основными положительными моментами на данном этапе является постепенная адаптация вузов региона к требованиям на рынке образовательных услуг. Подготовка специалистов, которые будут соответствовать своей квалификации, даст большой рост экономике региона, а высококвалифицированный преподавательский состав только поможет им в этом. Развитие системы образования поможет повысить конкурентоспособность регионов и эффективность управления экономикой Красноярского края.

Список литературы:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ и практика / Г.Л Азоев – учебник. - М.: 2015. – 145 с.
2. Киперман Г.Я. Кризис высшего образования / Г.Я Киперман – пособие. –М.: 2014. - 190 с.
3. Храмова Л.Н. Конкурентоспособность края / Л.Н Храмова – пособие. – М: 2016. - 223 с.

РАЗРАБОТКА И ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА РЫНКЕ EVENT ИНДУСТРИИ

Мотыль Е.Е.

Научный руководитель: к.т.н., профессор Антамошкина О.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Рынок event индустрии начал стремительное развитие. За последние пять лет игроки рынка перешли на совершенно новый уровень конкуренции – конкуренции в сети интернет. В борьбе за своего потребителя компании используют наиболее прогрессивные методы маркетинговых коммуникаций. Маркетинговые коммуникации в сфере event индустрии имеют особенную функцию: взаимодействовать с аудиторией с помощью различных площадок всемирной паутины, а также возможность управления репутацией и созданию доверительных отношений.

Проанализируем существующие маркетинговые коммуникации в сети интернет (табл. 1).

Таблица 1 - Маркетинговые коммуникации в сети интернет.

Инструмент маркетинга	интернет	Плюсы	Минусы
SEO (SearchEngineOptimization)		<ul style="list-style-type: none"> • Повышение выдачи поискового запроса сайта; • Отсутствие больших вложений на продвижение; • Высокая конверсия посетителей сайта в покупателей; • Минимум негативного эффекта на потребителя; • Упрощение поиска ядра целевой аудитории. 	<ul style="list-style-type: none"> • Необходимость постоянного мониторинга наполнения сайта, чтобы соответствовать запросам поисковых систем; • Своевременное обновление содержимого сайта; • Долгий срок достижения результатов кампании.
Контекстная реклама		<ul style="list-style-type: none"> • Ваша реклама индексируется в поисковой выдаче; • Возможность отслеживать расход средств. • Быстрый эффект. В отличие от работы SEO, работу контекста можно ощутить в более короткие сроки 	<ul style="list-style-type: none"> • Небольшое количество переходов с рекламных объявлений; • Эффект рекламы и навязчивости; • Не фиксированная стоимость показа.
Медийная реклама		<ul style="list-style-type: none"> • Возможность воздействия на подсознание посетителей сайта; • Возможность анализа охвата аудитории; • Повысить узнаваемость бренда. 	<ul style="list-style-type: none"> • Большие денежные инвестиции; • Низкая конвертация увидевших рекламу в потребителей услуги.
SMM (Social media marketing)		<ul style="list-style-type: none"> • Живая аудитория (отсутствие ботов); • Возможность быстрой работы с негативом по отношению к компании; • Формирование и поддержание аудитории постоянных клиентов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Не все компании могут продвигаться в социальных сетях; • Высокие временные затраты. • Дорожите репутацией. • Высокая конкуренция.

Проанализировав данные таблицы 1 делаем вывод о том, что наиболее подходящей площадкой для формирования коммуникации с потребителями являются социальные сети или инструмент маркетинга -SMM (SocialMediaMarketing).

Использование социальных сетей или принципы маркетинга в социальных сетях в качестве инструмента маркетинговой коммуникации в сети интернет обусловлено широким спектром возможностей и их растущей популярностью. Принцип общения, который заложен в основу всех социальных сетей, способствует установлению прочных взаимосвязей между компаниями и существующими и потенциальными потребителями, что способствует повышению лояльности вторых, а также формированию позитивного имиджа компании и разработке эффективной коммуникации. В ходе разработки коммуникативных стратегий продвижения услуг фирмы в сети интернет на площадках социальных сетей, их руководители сталкиваются со следующими проблемами:

1. Непонимание сущности и всех возможностей использования социальных сетей.

2. Отсутствие четко разработанного алгоритма определения затрат на продвижение услуг компаний в социальных сетях.

3. Высокая скорость развития функционала и перечня возможностей социальных сетей.

Не смотря на сложности формирования маркетинговых коммуникаций в сети интернет доля присутствия компаний в них растет (рис.1).

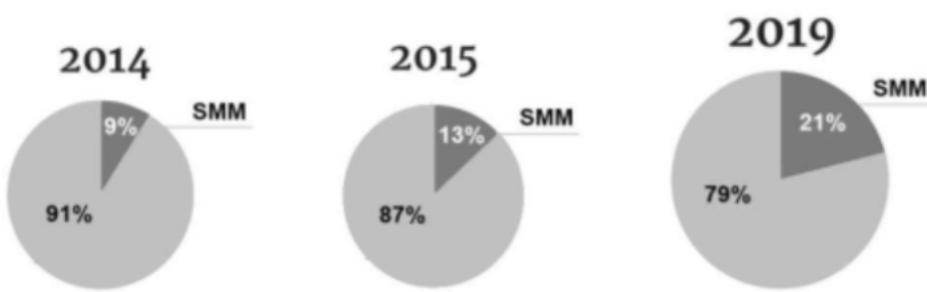


Рисунок 1 - Доля маркетинговых средств, отводимых на продвижение товаров и услуг фирмы при помощи социальных медиа (SocialMediaMarketing - SMM)

Исходя из анализа рисунка 1 делаем вывод о том, что доля компаний в сети интернет и на площадках социальных сетей растет, а значит все большее количество предпринимателей и владельцев бизнеса отдают предпочтение развитию компаний именно в этом инструменте маркетинговых коммуникаций.

Развитие социальных сетей также способствует появлению достаточно большого количества автоматических методов продвижения компаний в социальных медиа, при этом огромное количество подобных инструментов находится на стадии разработки.

На данный момент в автоматическом режиме проводятся:

- оценка результативности продвижения фирмы в социальных сетях (сбор и предоставление данных при помощи визуальных средств);
- составление контент плана компании и его реализация (автоматическое размещение новостных публикаций на корпоративной странице компании в одной или нескольких социальных сетях);
- рассылка личных сообщений, приглашений установить связь с другим пользователем, а также приглашений пользователям социальной сети подписаться на обновления корпоративной страницы;
- автоматическое размещение материалов из файлов и баз данных;
- формирование статей по шаблону с использованием фото- и видеоматериалов.

Тенденции развития социальных сетей позволяют установить некоторые специфические особенности стратегий продвижения компаний в социальных сетях:

- Сарафанное радио, как метод формирования имиджа и репутации, а также создания контента (информационного/рекламного);
- Применение методов поисковой оптимизации в рамках продвижения фирм в социальных сетях благодаря стремительному развитию алгоритмов внутреннего поиска информации;

- Высокая степень индивидуальности воздействия на пользователя из-за широкой доступности информации;
- Возможность использования автоматических процессов и программ продвижения услуг фирм в социальных сетях и др.

Таким образом, доказано, что, рынок социальных сетей демонстрирует уверенный рост, отражающий увеличение, как популярности социальных сетей, так и увеличения числа их пользователей. Вместе с ростом рынка и индустрии наблюдаются такие тенденции развития, как глобальное проникновение компаний в социальные сети, ужесточение процесса регистрации и детализация информации, стремительное развитие алгоритмов поисковых запросов. Изучение социальных сетей позволило выделить узконаправленные особенности маркетинговых коммуникаций на рынке event-индустрии, такие как: использование метода «сарафанного радио» при формировании информационно-рекламных сообщений и посылов, применение методов поисковой оптимизации внутри социальных сетей, высокая степень точечного воздействия на пользователя, создание оригинального фото- видеоконтента и другие. Однако недостаток информации и малая изученность вопроса социальных сетей формирует проблемы разработки коммуникативных стратегий продвижения услуг фирмы на площадках. Разработка и реализация коммуникативной стратегии фирмы в социальных сетях невозможна без чётко определённых целей и задач.

Список Литературы:

1. Богданов, В. Управление проектами / В. Богданов. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. - 240 с.
2. Матанцев, А. Н. Анализ рынка. Настольная книга маркетолога / А.Н.Матанцев. - М.: Альфа-Пресс, 2017. - 616 с.
3. Нилова, Л. Insta-грамотность и контент стратегия / Л. Нилова. - М.: АСТ-Москва, 2017. - 288 с.

КРИЗИС В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ

Норина А.А.

Научный руководитель: к.т.н., профессор Антамошкина О.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Начало года и без того трудный период для компаний: затишье в связи с длительными новогодними праздниками всегда знаменуется оттоком клиентов, а в нынешней обстановке экономического кризиса ситуация еще более плачевная. Рекламная сфера в России на сегодняшний день подвержена сильному влиянию кризисной обстановки и это чувствуют на себе все субъекты рынка, независимо от отрасли рекламы, в которой они трудятся[1]. В интересующей нас сфере наружной рекламы заказы сократились на треть, а у ряда компаний и исчезли вовсе.

Чтобы как-то исправить ситуацию, менеджеры рекламных компаний, предлагающих услуги и рекламную продукцию, активно занимаются обзвоном компаний из своих клиентских баз, как постоянных заказчиков, так и потенциально возможных. В ответ на предложения о размещении или заказе рекламы, представители компаний часто сообщают, что бюджеты на общие расходы урезаны, а на рекламные – тем более; сотрудники рекламных отделов попадают под сокращение, и все, что они могут пообещать в ответ – вернуться к этому вопросу, когда «нормализуется ситуация».

Когда же она действительно нормализуется и как понять, что кризис миновал и можно вздохнуть с облегчением и надеждой? Когда поток заказов вернется на докризисный уровень? Как быть руководителям и сотрудникам рекламных компаний в нынешней ситуации?

Конкуренция в отрасли выросла в разы, в борьбе за клиента чаще всего выигрывают рекламные компании, созданные не менее 10 лет назад и имеющие репутацию надежных партнеров. Легче приходится компаниям, которые имеют стабильные годовые контракты и сетевых клиентов. Начинающим компаниям, компаниям, открытым недавно и имеющим в своем арсенале разовых Заказчиков, приходится заметно туже.

Ответить на поставленные вопросы сложно, ибо невозможно назвать точных сроков. Как и во всем, так и в экономике любое явление – это процесс, который развивается на своих условиях. И его длительность зависит от многих факторов. Даже когда экономика начнет показывать стабильные темпы роста, на восстановление и достижение докризисных показателей развития отрасли уйдет время.

По своему опыту могу сказать, что мы, рекламщики, насколько можем, пытаемся объяснить всем участникам коммерческих отношений, что сокращать финансирование на рекламу в кризис –

значит подвергнуться его влиянию по полной, ибо количество клиентов сокращается во всех сферах, а без рекламы поток клиентов может совсем прекратиться! Кризис – тот период, когда нужно не сокращать бюджеты и отказываться от рекламы, а грамотно эти бюджеты распределять [1]! Вкладывать только в то, что всегда приносит результат, без рисков. Наружная реклама – один из наиболее эффективных методов завоевания потребителей и от нее ни в коем случае нельзя отказываться. Внешний вид офиса или магазина всегда расскажет о самой компании многое. Те, кто уверенно стоят на ногах и заботятся о своей репутации не станут работать без вывески.

Какие же советы я могу дать компаниям, работающим на рекламном рынке, чтобы поддержать их в кризис, а может быть и чем-то помочь?

- Во-первых, – не нужно сокращать бюджеты на рекламу совсем или сводить до минимума – даже для компаний, самим работающим в области рекламы нужна реклама! Экономия на рекламе Вы рискуете остаться совсем без клиентов. Основным методом привлечения клиентов на рекламные услуги на сегодняшний момент является интернет-реклама – создание сайта и его продвижение, продвижение компании в социальных сетях, участие и размещение информации на тематических площадках;

- Во-вторых, следует оптимизировать расходы на оплату работы сотрудников. В период нестабильности заказов, да и в целом при высокой зависимости объема работ от подхода и вложения конкретного сотрудника следует внедрять сдельную оплату труда, оплату за результат, по договорам выполнения работ и отказать от окладных схем;

- В-третьих, можно пробовать совмещения должностей сотрудниками, при наличии смежных направлений деятельности. Это даст возможность и дополнительно стимулировать сотрудников за выполнение дополнительных работ для компаний, а, вместо двух сотрудников содержать одного.

- В-четвертых, активно привлекать для выполнения определенных задач компании на аутсорсинг. Например, вместо того, чтобы содержать бухгалтерскую службу, компаниям-представителям малого бизнеса, выгоднее во всех случаях сотрудничать с компаниями, оказывающими бухгалтерские услуги по договору. Здесь главное – правильно выбрать надежного партнера на выгодных и удобных условиях. Экономия на каждом направлении будет составлять не менее 40-50%. Этими направлениями, помимо бухгалтерского обслуживания, могут быть: компьютерное обслуживание, подбор персонала, юридическое сопровождение, рекламные услуги, услуги по продвижению сайта и др. в зависимости от размера и специфики компаний.

Этот список можно продлить далее. Возможностей много, главное – их вовремя увидеть и мобильно внедрить, не дожидаясь исчерпания ресурсов. Если Вы самостоятельно не можете увидеть возможности сокращения расходов и оптимизации деятельности компаний, то можно найти грамотного специалиста в этой области или изучить самостоятельно публикации и советы на этот счет. Думаю, в любом случае, кто активно борется – всегда справиться с любыми сложностями. Главное – не унывать и бороться, бороться, и еще раз бороться !

Список литературы:

1. Тихомирова Е. С. Вопреки кризису мы будем творить // Рекламно-производственная компания «ЭРФОЛЬГ». 2017 №1

ТЕХНИЧЕСКОЕ ПЕРЕОСНАЩЕНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В УПРАВЛЕНИИ МИНИСТЕРСТВА ЮСТИЦИИ ПО КРАСНОЯРСКОМУ КРАЮ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Спирина Д.Л.

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

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия.

Министерство юстиции Российской Федерации (Минюст России) является федеральным органом исполнительной власти, руководство деятельностью которого осуществляет Президент Российской Федерации. Рассмотрим Управление Министерства Юстиции по Красноярскому краю Российской Федерации.

Проанализировав данные о кадровом, информационном и техническом обеспечении работы отдела по вопросам нормативных правовых актов субъекта Российской Федерации и ведения федерального регистра, ведения реестра муниципальных образований, регистрации и ведения реестра

уставов муниципальных образований, можно сделать вывод о том, что для повышения эффективности выполняемой работы необходимо выполнить ряд задач.

1. Для уменьшения нагрузки на сотрудников отдела, необходимо принять как минимум одного сотрудника в отдел это позволит разгрузить сотрудников на 26% - это большой цифры.

В тоже время принять нового сотрудника на государственную службу довольно длительный процесс. Он непосредственно связан с особенностями проведения конкурсов на замещение вакантных должностей и может занимать по времени 2-3 месяца. Это довольно большой промежуток времени в течении которого нагрузка на работающих сотрудников остается увеличенной на 26%.

2. Для увеличения производительности объема выполняемой работы необходимо произвести усовершенствование рабочих мест:

- обновить полностью 3 компьютера;
- частично обновить комплектующие у 5 компьютеров;
- приобрести 4 принтера;
- приобрести 1 сканер.

Эти усовершенствования потребуют достаточно больших капиталовложений [1].

Приобретение полностью 3 новых компьютера с лицензионным программным обеспечением, подходящим по всем техническим характеристикам составит примерно 65 тыс. рублей за каждый компьютер (40 тыс. рублей будет стоить сам компьютер и 25 тыс. рублей лицензионное программное обеспечение). Общая сумма вложение на приобретение только 3 компьютеров составит порядка 195 тыс. рублей.

Смета расходов на переоснащение рабочих мест отдела приведена в таблице 1.

Таблица 1– Смета расходов на переоснащение рабочих мест отдела

Наименование	Количество	Цена, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.
Компьютер	3	65	195
материнская плата ASRock Z97 Pro4	1	9,5	9,5
процессор Intel Core i3-4150 OEM	1	10,5	10,5
оперативная память A-Data XPG V3	2	7,5	15
жесткий диск Seagate Desktop SSHD ST1000DX001 1 Тб	1	7	7
Принтер Kyocera P2135D	4	8,4	33,6
сканер Canon CanoScanLiDE 220	1	5	5
Итого:			275,6

Следующие вложение денежных средств следует направить на приобретение комплектующих:

- материнской платы asrock Z97 Pro4 стоимость которой равна 9500 рублей;
- 1 процессора intelcore i3-4150 oem стоимостью 10500 рублей;
- 2 оперативные памяти a-data xpg v3 [ax3u1866w4g10-dbv-rg] 8 гб стоимостью 7500 рублей каждая

- 1 жесткий диск seagatedesktop SSHD ST1000DX001 1 Тб стоимостью 7000 рублей.

Общая сумма на приобретения комплектующих для компьютеров составляет 42 тыс. Рублей.

Следующим этапом обновления рабочих мест станет приобретение 4 принтеров и 1 сканера:

- 4 принтеров Kyocera P2135D стоимость каждого составляет 8400 рублей.
- 1 сканера canoncanoscanlide 220 стоимостью 5000 рублей.

Общая сумма на приобретения 4 принтеров и 1 сканера составляет 38600 рублей.

Проанализировав данные расходов, необходимых на приобретение техники составляет 275600 рублей. И это расходы, которые необходимо вложить на сегодняшний день в одном отделе. Обновление при данном вложении будет примерно 20-25%. Если же обновить оргтехнику в каждом отделе на 20-25%, то единовременные затраты составят порядка 850000 рублей, что существенно повлияет на эффективность деятельности организации.[2,с.89]

Процесс усовершенствования рабочих мест достаточно сложный процесс и связан он с проведением государственного заказа, а эта процедура требует определенного количества времени, что опять же оказывается негативно на производительность выполняемой работы, но от этого никуда

не денешься таковы особенности приобретения товаров для государственных бюджетных учреждений.

Список литературы:

1. Божьев, В.П. Правоохранительные органы России учебник для вузов. / В.П.Божьев. - М.: Высшее образование, 2006. - 400 с.
2. Кондрашов, Б.П. Служба судебных приставов: история и современность: учеб / Б.П. Кондрашов. Журнал российского права., - М. Юристъ, 2003. №2. - 30 с.

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ **Хамула Ю.Е.**

Научный руководитель: к.э.н., доцент Колоскова Ю.И.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В самом широком понимании поведение потребителей определяется как действия, непосредственно связанные с получением, потреблением и распоряжением товарами и услугами, включая процессы принятия решений, которые предшествуют этим действиям и следуют за ними[1].

Рынок молочной продукции непрерывно растет, и конкуренция на нем увеличивается. Это объяснимо как постепенным ростом благосостояния большей части населения страны, так и постоянным увеличением объемов производства участниками рынка, а также появлением в России заводов иностранных производителей. В настоящее время отечественных производителей молочной продукции начинают вытеснять зарубежные компании, благодаря более совершенным технологиям производства и отлаженным системам сбыта продукции. Потребители молочных продуктов становятся всё более разборчивыми, при этом их вкусовые предпочтения поддаются воздействию мировых трендов, хотя влияние моды для рынка молочной продукции несущественно. Теперь перед локальными производителями молочной продукции встает актуальная задача, изучения поведения потребителей, с целью улучшения продвижение молочной продукции. Главная особенность рынка молочных товаров заключается в специфике сырья.

Молочная продукция является склонной к порче и плохо транспортируется. Это предполагает быструю первичную обработку молока и доставку до потребителей. Следовательно, производители должны стремиться производить не только конкурентоспособный продукт по цене и качеству, но и стараться выбирать эффективные методы продвижения своей продукции, основанные на предпочтениях потребителя. А значит изучить их потребности и особенности потребления.

Конкурентоспособность компаний напрямую зависит от конкурентоспособности ее продукции на рынке. Для создания конкурентоспособного товара нужно узнать и изучить потребности, желания и особенности поведения потребителя. При выборе рыночного поведения потребитель руководствуется определенными принципами, которые позволяют ему принять решение:

- покупатель, приобретая товар, опирается на личные потребности и вкусы;
- поведение потребителя всегда рационально, то есть опирается на его собственную заинтересованность в продукте;
- при выборе того или иного товара, основываясь на критерии полезности, покупатель старается подобрать такой продукт, который будет ему максимально полезен;
- на решение покупателя влияет также правило убывающей полезности;
- поведение потребителя ограничивают цены на товар, которые не пропорциональны его доходам.

Учитывая все эти условия, можно определить модель рыночного поведения потребителей[2].

Какие же тенденции поведения потребителя наблюдаются в данный момент и как используя их, можно расположить покупателя к себе?

1. Глобальный пересмотр источников доверия. Исследования поведения потребителей говорят о том, что реклама теряет свою эффективность в воздействии на человека, и маркетологам приходится искать все новые каналы связи. Что можно сделать? К примеру, заинтересовать покупателей в своем товаре можно при помощи различных мнений и отзывов в интернет-блогах, так же потребитель становится очень зависим от советов близкого окружения, родных и друзей. Реклама с помощью ТВ и печатных изданий остается на втором плане.

2. Бесплатные товары и услуги. На сегодняшний день возникают ситуации, когда понижение цены уже не действуетна потребителя и его поведение. Покупателя хотят получить все или почти все - бесплатно. Но можно найти и в выгоду, предлагая больший объём упаковки продукта бесплатно («25% в подарок») или «при покупке двух товаров третий в подарок».

3. «Экоцентризм». Все большее количество покупателей хотят осуществить свой взнос в защиту природы, но их образ жизни не соответствует этому желанию. В связи с этим,поведение потребителя строится на том, что с целью сохранения экологии он приобретает, как ему кажется, товар, который не вреден для окружающей среды. Данная позиции открывает производителю нишу маркетинговых ходов и мероприятий под лозунгом защиты окружающей среды и заботы о животных, как говориться «при производстве нашего молока ни одна корова не пострадала».

4. Эзотерика. На поведение потребителя влияет также популярность услуг, предлагаемых экстрасенсами или центрами йоги, литературы, содержащей различные правила фэншуя, и все возможные средства, которые позволяют улучшить здоровье, увеличить достаток либо просто вызывать позитивные эмоции. О полезных свойствах молочных продуктов можно рассказывать очень долго и красочно.

5. Любовь к новизне. На современном рынке происходит вытеснение уже укоренившихся товаров - новой продукцией, отличающейся от предшественников сроками хранения, вкусовыми добавками и так далее, тем самым влияя на любопытного потребителя. Ошибкой многих предприятий, является то, что они не предлагают никаких новшеств и не развиваются.

Список можно продолжить и далее, существует еще не мало возможностей обратить на себя внимание потребителя, главное вовремя изучить его желания, потребности и мотивы поведения. Так же не стоит забывать об интересе попробовать что – то новое и никогда не стоять на месте, а изучать, угадывать, предлагать!

Список литературы:

- 1.Скобин Ю. Б., Скобин И. Ю. Обоснование структур и функций сети молочных магазинов // Маркетинг в России и за рубежом. 2015 №1
2. Шмелева О. Г. Комплексный подход к оценке эффективности продаж молока// Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 2016 №14

СЕКЦИЯ 8. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ОБРАЗОВАНИЯ

ПОДСЕКЦИЯ 8.1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЛОГИСТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

ФОРМАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ: ХОРОШО ЭТО ИЛИ ПЛОХО?

Астапова Т.В.

Научный руководитель: к.э.н., зав. каф. международного менеджмента Далисова Н.А.

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В современном мире все большую тенденцию набирают различного рода системы оценивания работы сотрудников. Сейчас в каждой организации менеджер формирует и предоставляет отчет о работе и достигнутых результатах отдела, проставляет баллы своим подчиненным и нередко от этого зависит заработка плата сотрудников. Еще в 20–30-х годах прошлого века возник интерес к использованию научного подхода в организации труда и контроля работников. В 50–80-е годы начали появляться схемы для тестирования различных категорий сотрудников, направленные на выявление показателей результативности их работы. С начала 90-х и по сегодняшний день происходит систематизация существующих знаний и развитие новых методик, помогающих компаниям эффективно оценивать персонал.[2]

Самый популярный метод оценки эффективности работы сотрудников – KPI (Key Performance Indicator), что в переводе означает ключевые показатели эффективности.

Ключевые показатели эффективности (KPI) считаются непредвзятым методом оценки: они позволяют оценить результат работы сотрудника за определенный период времени. Компании рассматривают их и как инструмент мотивации и стимулирования: каждый видит, что ему надо улучшить в работе, чтобы получить премию, продвижение по службе или хотя бы не попасть под штрафные санкции.

Однако все чаще предприятия и ученые-экономисты сталкиваются с тем, что в действительности KPI работают не на эффективность и результативность, а против нее: стараясь достичь нерационально высоких показателей, сотрудники либо прибегают к махинациям, либо перестают верить в свои силы. Компании отказываются от традиционной системы KPI: например, не используют популярные листы оценки сотрудников и вводят дискреционные вознаграждения.[1]

В сентябре 2016 года американский банк Wells Fargo оказался в центре скандала: выяснилось, что работники банка в течение четырех лет открывали счета и выпускали кредитные карты для клиентов без их согласия. Создавая фейковые адреса электронной почты и отправляя с них фальшивые заявления на выдачу карт, сотрудники открыли около 3,5 млн. никем не востребованных банковских счетов. В афере участвовали 5300 человек, работавших в банке. Сами они объяснили в прессе, что у них не было другого выбора: установленные руководством запредельные KPI можно было достичь только путем такого мошенничества. Например, некоторые менеджеры по продажам должны были продавать по 20 услуг ежедневно. Регулирующие органы, главным из которых было Бюро по финансовой защите потребителей США, наложили на банк штраф в размере \$185 млн.[1]

Формальный подход к KPI сплошь и рядом приводит к тому, что оценивается объем работы, но не ее качество. Чтобы KPI работали, они должны соединять в себе цели бизнеса и реальные возможности каждого сотрудника. Так же, организация должна разрабатывать рациональные периоды оценки, так как нередко это тоже является одной из ключевых ошибок многих компаний. То, как неверно выбранный период оценки может подорвать финансовые показатели, продемонстрировали экономисты Гарвардской школы бизнеса. Они провели эксперимент в одной из крупнейших розничных сетей Швеции, желавшей поднять продажи: заставили менеджеров выполнять не обычные, ежемесячные, а ежедневные показатели продаж. Это привело к взлету объема реализованной продукции, особенно для тех, кто раньше был не самым лучшим продавцом: теперь они продавали в среднем на 18% больше товаров в день. Однако, изучив финансовые показатели за тот месяц, когда проводился эксперимент, исследователи обнаружили, что выручка компаний упала: в погоне за выполнением ежедневных показателей продавцы сосредоточились на относительно дешевых товарах и почти перестали продавать дорогие, которые ощутимо влияли на средний чек. Требуя от сотрудников ежедневного рвения, сеть провалила план на месяц.[1]

Врожденный порок KPI — стремление выразить эффективность сотрудника в цифрах. На измерения уходит много времени (в некоторых компаниях сотрудникам приходится тратить на измерения столько же времени, сколько и на саму работу), сил и средств. Причем нередко компании могут замерять рутинные, и мало на что влияющие показатели. В результате через два-три года KPI вырождаются в отчетную систему, которая чаще всего делается на автомате и уже не приносит никаких результатов, а лишь отнимает время.[1]

Проблема еще и в том, что далеко не все поддается оцифровке. По каким показателям, например, оценивать эффективность отдела дизайна — по числу выброшенных в мусорную корзину эскизов? Осознавая это, компании с начала 1990-х стали пытаться формализовать мнения менеджеров о своих подчиненных. Так возник один из наиболее одиозных атрибутов, связанных с KPI, — листы оценки персонала, где работа сотрудников оценивается по пятибалльной шкале или в суждениях вроде «выше ожидаемого уровня», «гораздо ниже ожидаемого» и т.п. К концу 2010-х листы оценки превратились в широко распространенную в крупных компаниях практику.

В 2012 году по репутации листов оценки был нанесен удар: от их применения отказалась Microsoft, которая ранее была одним из самых ярых приверженцев этого инструмента. Причины, судя по всему, были весьма серьезные. По словам бывшего разработчика компании, руководство насаждало формальный подход к оценке сотрудников. Менеджеры боялись хвалить людей и старались изобразить правдоподобную взвешенную картину: например, в команде из десяти человек менеджер обычно оценивал двоих на «отлично», семерых относил к середнякам, а одного обязательно клеймил за плохую работу. Известный американский публицист Курт Эйхенвальд считает эту систему оценки персонала одной из главных причин, почему Microsoft к концу 2000-х уступила ряд перспективных рынков конкурентам: «Если бы Microsoft наняла на работу главных персон ИТ-рынка еще до того, как они стали известными, — Стива Джобса, Марка Цукерберга, Ларри Пейджа, Ларри Эллисона и Джеффа Безоса, ее менеджерам приходилось бы, независимо от их работы, ставить двоим из них «ниже ожидаемого», а еще одному — «очень плохо».[1]

Тем не менее, компаний, решивших отказаться от листов оценки, до сих пор немного: к настоящему времени всего около 6% участников списка Fortune 500 сделали это.

Даже руководители компаний, имевших негативный опыт работы с KPI, считают полный отказ от этого инструмента неразумным. «В идеале ключевые показатели эффективности связывают цели компании, идущие от руководства, и то, как рядовые сотрудники на самом деле выполняют работу, — уверен Павел Овчинников. — Крупным компаниям без этого связующего звена не обойтись».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что система KPI неидеальна, и не стоит полностью и абсолютно все измерять цифрами и оценками. Установив такую систему, нужно четко контролировать ее на протяжении всех этапов и быть рациональным при подходе к установлению временных рамок и конечных целей. Стоит так же учитывать тот факт, что каждая работа должна оцениваться по-разному. Следовательно, стоит заранее прорабатывать критерии оценки, в зависимости от целей организации, структуры работы и личностных качеств человека.

Сами показатели требуют тонкой настройки — устанавливать их нужно, советуясь с сотрудниками и сохраняя возможность корректировки цифр. Некоторые компании отменяют KPI не только для творческих отделов вроде дизайна и разработки, но и для отдельных работников. «Когда сотрудник четко видит цели компании и оперирует показателями эффективности, цифрами, можно ему убрать KPI, чтобы снизить уровень стресса. Так мы сделали с нашим SMM и email-маркетингом», — говорит руководитель онлайн-школы Englishdom Максим Сундалов. Точно так же поступили в школе и с теми сотрудниками, которые работают уже много лет без какого-либо карьерного роста. «Они уже доказали свою эффективность. Есть и такие сотрудники, которыми мы дорожим, но которые в силу каких-то обстоятельств или характера не хотят развиваться. Таким мы тоже снимаем KPI, хотя и продолжаем отслеживать их метрики», — говорит Сундалов.[1]

В то же время система оценки нужна для наглядности как менеджеру, так и самому работнику. Так как часто даже сам служащий забывает о проделанном объеме работы и в скором времени у него складывается мнение, что менеджер слишком много от него требует. При фиксировании объема выполненных работ и полученных результатов работник будет четко понимать, сколько времени он тратит на определенные функции и какие результаты он получает, таким образом, он будет иметь видение, где стоит уделить большее внимание.

Список литературы:

- 1) Илья Носырев, «Утомленные КПИ: как формальная оценка эффективности подрывает работу» (электронный ресурс, режим доступа https://www.rbc.ru/own_business/01/02/2018/5a7037b49a79477933030037);
- 2) Группа компаний «Современные технологии управления», «Система КПИ: разработка и применение показателей бизнес-процесса. Показатели эффективности» (электронный ресурс. режим доступа http://www.businessstudio.ru/articles/article/sistema_kpi_key_performance_indicator_razrabotka_i/)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ

Ахмедов Н.Т.

Научный руководитель: ст. преподаватель Рожкова А.В

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Совершенствование производственных процессов – довольно обширная тема, в которой допускается множество процессов. В общем варианте можно выделить 5 основных направлений:

- Управление производственной мощностью
- Управление запасами
- Непрерывное совершенствование
- Управление цепью поставок и снабжения
- Наращивание производственных процессов

Не стоит тратить время на повышение эффективности каждого направления.

Для нашего предприятия характерно направление: Наращивание производственных процессов.

Основной целью производственной деятельности является увеличение прибыли и повышение эффективности производства.

Производственный процесс — это целенаправленное, по стадийное превращение исходного сырья и материалов в готовый продукт заданного свойства и пригодный к потреблению или к дальнейшей обработке.

Производственный процесс на предприятиях подразделяется на два вида: основной и вспомогательный. К основному относятся процессы, связанные непосредственно с превращением предметов труда в готовую продукцию. Например, переплавка руды в доменной печи и превращение ее в металл или превращение муки в тесто, а затем в готовый испеченный хлеб.

Вспомогательные процессы: перемещение предметов труда, ремонт оборудования, уборка помещений и т. д. Эти виды работ лишь способствуют течению основных процессов, но сами непосредственно в них не участвуют.

В статье обосновывается актуальность исследования вопросов, связанных с производственными процессами на предприятиях. Особое внимание уделяется внедрению инновационных технологий в области управления производством.

Компания ООО "АГ" занимается оптовой торговлей мяса, включая субпродукты. Почти всегда бывает так, что один бизнес, развиваясь, влечет за собой другую родственную деятельность. В условиях рыночных отношений, эффективное функционирование и конкурентные преимущества промышленного предприятия может обеспечить только эффективная система управления его производственной деятельностью.

Основным направлением совершенствования управления производством для данного предприятия является выделка шкур. Это направление очень важно для нашей организации, так как после убоя скота остается большое количество продукции. Спрос на продукцию такого рода всегда достаточно высок, это позволит обеспечить себе достаточно высокий, постоянный, стабильный доход. [2]

Стоит отметить, что на сегодняшний день данным видом бизнеса занимается сравнительно небольшое количество предпринимателей.

В целом такое предпринимательство можно отнести к достаточно перспективным, в связи с этим данное направление совершенствования управления производством имеет все шансы занять свое место на рынке, и занять какие-то рыночные ниши. Такой вид очень выгоден, ведь чтобы реализовать себя в этой сфере, не нужно иметь специального профессионального образования. В

работе будет задействовано самое простое оборудование, с которым может справиться и неквалифицированный персонал.

Нынешняя ситуация в аграрном секторе дает нам понять, что это направление гарантирует спрос на продукцию. Потребители могут быть как отечественные, так и зарубежные клиенты. Сейчас спрос на одежду из меха, особенно шубы, стремительно растет. [4]

Выделка шкур-процесс сложный, трудоемкий, требующий соблюдения температурного режима, концентрации растворов, продолжительности их воздействия, неослабного внимания, опыта работы с химическими веществами.

Отклонение от технологических норм производства приводит к ухудшению качества сырья.

Под выделкой подразумевается комплексная обработка шкур механическими и химическими воздействиями с целью изменения свойств мездры, что делает ее пригодной для использования и длительного хранения шкур и меховых изделий. [3]

Для изготовления шкурок нужно будет найти подходящее помещение для установки необходимого оборудования. На ферме или собственном участке должна быть оборудована небольшая мастерская, площадью 35-50 квадратных метров. Специальное оборудование потребует:

- ✓ Кардочесальная машина;
- ✓ рубительная машина;
- ✓ откатные барабаны;
- ✓ центрирующая машина;
- ✓ устройство для размягчения кожи;
- ✓ ножницы;
- ✓ центрифуга;

На первый взгляд, количество необходимого. Однако все это не технологическое оборудование и даже может быть изготовлено отдельно в слесарном цехе.

В зависимости от используемой технологии и типа шкур, полный цикл обработки может занимать разное время и количество усилий. Для небольшой мастерской, обычно 2-4 работников и мастеров достаточно. Именно он будет следить за всем технологическим процессом и отвечать за качество выпускаемой продукции.

Одним из самых ценных материалов для изготовления высококачественной кожи является шкура коровы. Из нее делается красивая стильная одежда, обувь, аксессуары, сумки, приводные ремни, обивка для мебели.

Изделия из нее отличаются прочностью и долговечностью. Эта продукция сохраняет внешнюю привлекательность на протяжении многих лет, не теряя актуальности в круговороте новейших веяний современной моды.

Так как основным видом деятельности является убой скота, то для предприятия это очень выгодно, потому что не нужно искать предпринимателей для реализации данного сырья, а можно на своей территории реализовать данную продукцию.

Итак, выделка шкур-хороший и перспективный бизнес. Главное-разумно оценить свои способности и освоить ремесло. Этот бизнес считается высокорентабельным, ведь мода на меховые и кожаные изделия никогда не проходит, а значит, спрос на этот продукт не упадет. Кроме того, избыток этого сегмента рынка в ближайшее время вряд ли можно ожидать.

Список литературы:

- 1.Экономика предприятия/В.И. Титов.- М.: Эксмо [Электронный ресурс].- режим доступа www.openbusiness.ru
2. Учебное пособие / Глазов М.М. и др. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – СПб. :Астерион, 2013. – 419 с.
3. Организация и управление производственным процессом: учебник Л.А. Чалдаева [Электронный ресурс].- режим доступа www.bibliotekar.ru
4. Операционный (производственный) менеджмент: Учеб.пособие. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 187 с. — (Высшееобразование).

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Бугаева А.Н.

*Научный руководитель: ст. преподаватель Рожкова А.В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

По мнению авторов, на сегодняшний день нет общеустановленной методики оценки управления компанией. Методы и подходы к этой проблеме постоянно улучшаются, в связи с стремительно быстрыми изменениями внешней среды организаций каждую выбранную методику необходимо адаптировать к конкретной организации [1].

Современная трактовка понятия «конкурентоспособность» как многофакторного осуществления рыночных отношений имеет ввиду деятельность, устремленную на создание управлеченческих решений, которые, в свою очередь, должны быть направлены на борьбу с разнообразными внешними факторами. Достижение в соответствии с назначенными целями во многом зависит от верного управления конкурентными силами организаций и от типа промышленности. Правильный выбор конкурентной стратегии во многих аспектах определяет дальнейшее поведение организации на рынке, а также обеспечивает преимущество над конкурентами [2].

Всякое предприятие, на основе результатов, приобретенных при конкурентоспособности, может использовать следующие мероприятия для повышения уровня деятельности: разработка совершенствование системы запасами, внедрение специализированного программного

Рассмотрим подробнее процесс разработки стратегии предприятия. Стратегия борьбы, или конкурентная – это устремление компании в определенную рыночную нишу в отрасли, обойдя при этом конкурентов. Она направлена на то, чтобы добиться выигрышной и устойчивой позиции, которая позволила бы предприятию противостоять тем силам, которые обостряют конкурентную борьбу в отрасли [3].

Прежние теории стратегического планирования были излишне узко сконцентрированы. В их основе, лежал только один способ получения преимущества — сокращение издержек. Стоит отметить присутствие других значительных факторов: привлекательность отрасли с точки зрения долгосрочной прибыли, а также условий, которые ее устанавливают. Они динамичны и могут со временем видоизменяться, т.е. неприбыльные области и компании становятся прибыльными и наоборот, одни соперники вырываются вперед, а лидеры уходят на второй план [4].

Как утверждает М. Портер, что конкурентную стратегию подобает разрабатывать на основе абсолютного понимания правил борьбы. Овладев ими, организация может определить привлекательность или прибыльность какого-либо вида бизнеса, после чего будет способным принимать наилучшие управлеченческие решения в интересах организации. При всем при этом, прибыльность отрасли – это только один из тех факторов, которые воздействуют на конкурентную стратегию.

Второй основной проблемой в конкурентной стратегии это место организации в той отрасли, в рамках которой она существует. И от того, как выгодна ее позиция по отношению к участникам рынка, прибыль предприятия будет выше или среднего уровня. Организация, получившая более подходящую позицию, будет обретать высокую прибыль. Но заслуживает внимание то, что внезапный ход любого из конкурентов может в одно время дестабилизировать целый рынок [5].

В мире имеется огромное число способов завоевания рыночного преимущества, тем не менее в целом можно выделить три наиболее общих стратегических подхода, с помощью которых можно повысить показатели:

1. Стремление к минимизации
2. Дифференциация производства;
3. Фокусирование на узкой части рынка.

В стратегии лидерства внимание устремлено на достижении более малого уровня затрат при разработке и производстве товара, чем у конкурентов. На сегодняшний день есть огромное количество способов минимизации издержек таких, как экономия на сырье и материалах, автоматизация и механизация производства, оптимизация технологических процессов, снижение затрат на рекламу, бытовые нужды и т.д., однако при использовании данной стратегии следует помнить о том, что качество выпускаемого товара должно оставаться на уровне, который бы по-

прежнему удовлетворял потребителей. Только в таком случае экономия сможет принести значительный эффект.

Второй стратегией конкурентных преимуществ дифференциация, при которой организация старается придать товару нечто уникальное и особенное – то, что придется по вкусу потребителю и за что он будет готов платить. Этот подход сосредоточен на то, конечный продукт можно было бы без труда отличить от продуктов конкурентов. Чтобы этого добиться, организации приходится выходить за рамки функциональных свойств продукта и придавать ему добавочные характеристики. Главное понять потребности потребителя и установить доступную для него цену [6]. Дифференциация может способствовать росту объема, но с иной стороны, имеет обусловленные риски: идея может быть скопирована прочими организациями, чрезмерные затраты на инновации смогут привести к их превышению над прибылью.

В случае выбора третьей стратегии фокусирования, усилия устремлены на удовлетворение нужд конкретного сегмента или группы сегментов с большей результативностью, нежели фирмы-конкуренты, что даёт разрешение назначить более высокую цену. Бессспорно, что есть опасность исчезновения или сокращения целевого сегмента по той или иной причине. Также обычно нацеливание на узкой части рынка приводит к сокращению объемов производства, и таким образом к крайне высокой себестоимости единицы продукции. Так, организация может ощущать давление со стороны издержек.

Выбрать одну стратегию нелегко, а осуществить ее на практике еще сложнее. Любая из вышеперечисленных конкурентных стратегий представляет собой особый подход к приобретению долгосрочных преимуществ перед иными организациями в отрасли. Успех наступает лишь только в случае, если организация на основе анализа своей деятельности выработает для себя редкую, отличную от конкурентов стратегию, которая позволит добиться успеха и зафиксироваться на рынке. Организации нужно обеспечить стабильность лидерских позиций и защиту от разнообразных рисков.

Итак, в заключении хочется обозначить, что верный выбор конкурентной стратегии организации даёт обеспечить преимущество над организациями-конкурентами на продолжительный период времени. К несчастью, в обстоятельствах жесткой конкурентной борьбы нередко организация гонится за лидерством ради лидерства. Скорее всего – это гарантия того, что такой подход не даст желаемых достижений, потому что непрерывное стремление взобраться на вершину отвлекает от непосредственной задачи удовлетворения нужд потребителей.

Для наилучшего выбора стратегии со стороны руководства немаловажно отчетливо понять современное положение организации. Анализ сильных и слабых сторон позволяет оценить имеющийся потенциал, который позволит притянуть потребителя и найти решение, куда двигаться далее. Наиболее благополучными являются отрасли, где несколько организаций идут по пути дифференциации, однако стратегии в том или ином виде различаются. Если эти организации отдают предпочтение одному и тому же варианту для дифференциации, в последствии неминуема продолжительная и бездоходная для обеих сторон война за лидерство [7].

Список литературы

1. Баранчеев В.П. Анализ маркетингового потенциала // Маркетинг. 2008. № 3. С. 42-50.
2. Бабина Е.Н., Е.И., Костюков Бондаренко Г.В. Современные тенденции в управлении 2015. 208 с.
3. Коваленко А.В., Дедкова И.Ф., Дедков В.Н., Герасимов А.Э.
4. Коваленко А.В., Калинская Е.С., Гелета И.В. Моделирование и прогнозирование экономических процессов // Экономика устойчивого развития: Научный журнал. 2015. № 3 (23). С. 273-281.
5. Свечинская Е.Н., Организационные аспекты поддержки предпринимательства в России. 2014. URL: [Электронный ресурс].- режим доступа <http://nauka-rastudent.ru/10/2064/>
6. Слепцова Е.В., Валькович О.Н. Реализация социальных компонентов бюджета в условиях кризиса // Экономика устойчивого развития: Научный журнал. 2016. № 1 (25). С. 354-359.
7. Технологии коучинга в решении проблем адаптации персонала на современных предприятиях // Экономика устойчивого развития: Научный журнал. 2016. № 1 (25). С. 216-220.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Бутаков Д.И.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Строительная промышленность в настоящее время имеет высокую значимость, как в целом для государства, так и для городов и поселений, так как строительная промышленность – это отрасль, которая позволяет производить ремонт зданий, участвует в обеспечении граждан современным и комфортабельным жильем, позволяет возводить различные сооружения для национальной безопасности и это лишь малая часть всего того многообразия благ, которые производит данная отрасль.

Оценим состояние строительной промышленности в Красноярском крае. По данным Красстата, в данной отрасли работают 18 крупных предприятий, представленных в таблице 1.

Таблица 1. Основные предприятия, работающие в отрасли строительных материалов [1].

Направление	Предприятия
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов.	ООО «Красноярский цемент», ООО «Ачинский цемент», ООО «Комбинат «Волна», ООО «Сибирский элемент», ЗАО «Сибагропромстрой» (кирпичный завод «Песчанка»), ООО «Стоун», ЗАО «Фирма «Культбытстрой», ООО УСК «Сибиряк», ОАО «Комбинат железобетонных и металлических конструкций», ООО «Красноярский завод железобетонных изделий № 1», ОАО «Стройиндустрия», ОАО «Железобетон», ООО «Торговый дом», ООО «Краспан», ООО «Технологъ», ОАО «Фирма Энергозащита» филиал «Назаровский завод ТИиК», ФГУП «ГУССТ № 9 при Спецстрое России», ООО «Монтаж-строй»

Далее рассмотрим показатели развития отрасли по виду экономической деятельности «Производство прочих неметаллических минеральных продуктов» в 2017 году:

- объем отгруженных товаров – 26 003 млн рублей;
- индекс производства – 101,0 % [1].

Объем выпуска основных видов строительных материалов:

- производство портландцемента, цемента глиноземистого, цемента шлакового и аналогичных цементов гидравлических – 2 500 тыс. тонн;
- производство листов асбестоцементных (шифер) – 73 млн штук;
- производство кирпича строительного – 167 млн условных кирпичей;
- производство конструкций и деталей железобетонных – 685 тыс. куб. метров;
- материалы строительные нерудные – 13 500 млн рублей;
- прибыль (убыток) до налогообложения – 19 973 млн рублей;
- основные фонды по полной учетной стоимости на конец года – 85 416 млн рублей;
- объем инвестиций в основной капитал – 1 132 млн рублей;
- фонд начисленной заработной платы работников списочного состава – 4 601 млн рублей;
- среднемесячная заработка платы работников – 32 610 рублей;
- среднесписочная численность работников – 11 758 человек [1].

Нельзя не отметить, что отрасль имеет стабильное состояние, но не смотря на данные показатели, промышленность строительных материалов в Красноярском крае имеет слабую поддержку со стороны государства, а соответственно слабое развитие. К примеру, индекс производства, предоставленный Красстатом, имеет следующие значения на период с 2013 года по

2017 год: 2013 - 112,1%, 2014 - 103,5%, 2015 - 102,5%, 2016 - 104%, 2017 - 101% [1]. Данная динамика индексов показывает ухудшение общего состояния производства, что еще раз отмечает факт слабого развития строительной промышленности Красноярского края.

Причина такого слабого развития данной отрасли кроется в двух проблемах:

1) Отсутствие полноценной стратегии многих предприятий, работающих в данной отрасли.

Многие компании слабо следят за изменениями во внешней и внутренней среде, за счет чего медленно реагируют на различные обстоятельства, не учитывают возможные угрозы, не занимаются улучшением собственного процесса производства. Для многих предприятий считается нормой отсутствие развития своего предприятия. В их понимании, для уменьшения рисков, стоит работать по старому, проверенному методу. Однако, как показывает ситуация, такой вариант в корне не верен. Современный подход к производству требует постоянного изучения внешней и внутренней среды, создания и постоянного улучшения стратегии, которая способствует развитию предприятия и отрасли в целом.

2) Отсутствие необходимого финансирования.

Роль государства в данной проблеме находится отнюдь не на последнем месте. Промышленность строительных материалов является весьма прибыльной в силу собственных огромных запасов полезных ископаемых, которые являются ресурсом для данной отрасли, на территории Красноярского края и РФ в целом. Соответственно, данная отрасль является приоритетной с точки зрения развития, поскольку с ее помощью появляется возможность улучшения национальной экономики, безопасности и т.д. Тем не менее, государство не рассматривает вариант финансирования предприятий, работающих в данной отрасли. Возможно, у государства так же имеется устаревшее видение данной проблемы, поскольку оно не предпринимает попыток стимулирования предприятий.

Исходя из данных выводов, можно предложить следующие пути решения проблем развития предприятий промышленности строительных материалов:

1) Предприятиям, работающим в данной отрасли, необходимо провести стратегический анализ своего предприятия и создать стратегию, которая поможет повысить эффективность.

2) Необходимо улучшить управленческий процесс предприятий в данной отрасли, чтобы появилось понимание необходимости создания и улучшения работы бизнес-процессов предприятия;

3) Государству необходимо обратить внимание на существующую проблему и пересмотреть свои взгляды на стимулирование строительной отрасли;

При выполнении этих пунктов, промышленность строительных материалов сможет начать свое эффективное развитие. Краевая политика должна быть направлена на совершенствование регуляторной деятельности и усиление инновационной направленности программ по поддержке малого и среднего предпринимательства, совершенствование инфраструктуры и повышение конкурентоспособности предприятий строительной отрасли с учетом региональной специализации и ориентацией их работы не только на внутренний, но и на внешние рынки.

Список литературы:

1. Отраслевая программа «Развитие строительной отрасли Красноярского края на 2017–2019 годы» - Приложение к распоряжению Правительства Красноярского края от 09.10.2015 № 778-р – Красноярск – 2015 (Официальный портал правительства Красноярского края) [Электронный ресурс].- <http://minstroy.krskstate.ru/stroitelstvo/programmarzhs2015> (дата обращения: 19.02.2018)
2. Проект Стратегии социально-экономического развития Красноярского края до 2030 года (Официальный портал Правительства Красноярского края) [Электронный ресурс].- http://www.krskstate.ru/2030/plan/4_3_1 (дата обращения: 19.02.2018).

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Волкова К.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия.

Агробизнес представляет собой предпринимательскую деятельность в сфере производства, переработки, реализации сельскохозяйственной продукции, а также оказания других

услуг, связанных с сельскохозяйственным производством. Основная сложность предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве связана с переплетением экономических и природно-климатических начал воспроизводства. В связи с этим замедлен кругооборот и оборот капитала, а, следовательно, ниже годовая норма рентабельности и отдача авансированного капитала, выручка от реализации сельскохозяйственной продукции, а с него и прибыль поступают сезонно.[1] Поэтому дополнительный доход для предприятия не мало важно. Так как на территории предприятия есть свободные помещения, то мною было принято, что необходимо предложить предприятию то, что не требовало бы больших затрат, но в тоже время приносило прибыль.

Поскольку, хлеб является неотъемлемым атрибутом любого стола еще со времен Руши, объектом нашего исследования будет открытие мини- пекарни в ООО СХ «СЕМЕНА» в Курагинском районе, Красноярского края.

В настоящее время хлеб привозиться в поселок Рошинский, Курагинского района, из центра района пгт Курагино, равноудалённость между двумя населенными пунктами составляет около 7 км.

Когда-то в 1980-1990 годах в поселке Рошинский существовала пекарня, многие жители до сих пор с трепетом вспоминают, как после школы (работы) шли за свежей булочкой хлеба. Исходя из этого можно сделать вывод, что населению необходимо собственное производство. Открытие мини-отдела по производству хлебобулочных изделий не несет больших финансовых вложений для предприятия, но в тоже время может хорошо увеличить прибыль, что позволит не страдать безденежьем в кризис и не использовать кредит тогда, когда не сезон урожая, и необходимо платить заработную плату работникам.

Открытие собственной пекарни предприятия обеспечит жителей хлебобулочными изделиями собственного производства.

Основными наиболее сильными конкурентами являются две крупные пекарни, их производство занимает почти 70% рынка Курагинского района.

1. ИП « Кашкина»
2. ИП « Корчагин»

Также конкурентом будет являться домашняя мини-пекарня, которая сосредоточена на производстве хлеба по инновационной технологии закваска на дрожжах. Естественно, конкуренция заставляет расти и приводит к созданию чего-то нового, к созданию новой интересной продукции, снижает стоимость продукта. Следовательно, это выгодно, как производителю, так и покупателю.

Основными конкурентными преимуществами для открытия пекарни в поселке Рошинский Курагинского района ,на территории ООО СХ « Семена» будет то, что:

- это выгодное месторасположение, которое позволяет охватить 3 населенных пункта [2].
- Не занятая рыночная ниша на данной территории.
- Расширение ассортимента свежего хлеба относительно привозного.

Таблица 1.

№	Населенный пункт	Тип населенного пункта	население
1	бугуртак	поселок	444
2	подгорный	поселок	263
3	Рошинский	Поселок, административный центр	1259

Данный отдел всегда будет приносить постоянную прибыль, так как всегда будет спрос на данный вид продукции.

Список литературы:

.studwood.ru [электронный ресурс] статья: Особенности предпринимательской деятельности в сфере АПК.

1. ru.wikipedia.org [электронный ресурс] Демографические данные населения Курагинского района.

ИЗУЧЕНИЕ СПОСОБОВ ВЫРАЩИВАНИЯ БЕЛОКОЧАННОЙ КАПУСТЫ В УЖУРСКОМ РАЙОНЕ

Дробушевский Д.М.

Научные руководители: Новикова Ю.В., к.э.н., доцент Даисова Н.А.

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования
«Ужурский центр дополнительного образования»

Капуста – самый популярный и востребованный овощ. Из сырой капусты готовят различные салаты, квасят, маринуют, тушат, варят и запекают, она основа многих блюд. Капуста белокочанная ценится не только как овощ, но и широко известна как лекарственное растение. Большое содержание клетчатки в капусте оказывает благотворное влияние на желудочно-кишечный тракт и выводит холестерин из организма.[1] Средний россиянин съедает не много ни мало 40 кг капусты в год. Это говорит о том, что спрос на капусту сохраняется стабильно высоким, поэтому сбыт продукции не составит больших проблем. В рамках данного проекта планируется выращивать и продавать капусту сорта «Парел F1». Скороспелый гибрид белокочанной капусты. Сочетает короткий период вегетации и высокие вкусовые качества. Быстро формирует округлый кочан, весом 1,0 — 1,8 кг, 15-20 дней сохраняет товарность в поле не растрескиваясь. Рекомендуемая плотность посадки 35-40 тыс. растений на 1 га. Сроки созревания: раннеспелый - от посева до уборки 90 дней.

Плод: кочаны округлые, светло-зеленые, внутренняя кочерьга короткая и средняя. Масса кочанов 0,7-1,5 кг, вкусовые качества в свежем виде хорошие; плотность хорошая. Содержат до 7 % сухого вещества. Кочаны очень выровненные, транспортабельные. Высоко устойчив к растрескиванию кочанов и цветущности.[2]

В министерстве сельского хозяйства Красноярского края постоянно поднимается вопрос об обеспечении жителей края качественными и свежими продуктами, не допустив необоснованного подорожания. По словам Леонида Шорохова, в планах краевого Правительства и министерства - активное развитие овощеводства и насыщение рынка местной овощной продукцией. Мы ждем представителей краевого бизнеса, которые придут в отрасль, и готовы будут оказать всяческое содействие, - сказал министр. Вопрос сдерживания роста цен напрямую зависит от насыщения полок магазинов продукцией местного производства. Оба аспекта тесно увязаны. Торговля охотнее работает с местными производителями овощей. Местная продукция всегда свежая и дешевле привозной. Для покупателя – прямая выгода. Для общества и государства – стратегическая. Ведь речь ни много ни мало идет о продовольственной безопасности, которая имеет особое значение в условиях западных санкций и в связи с курсом на импортозамещение, объявленным руководством страны.

В свою очередь, и правда, парадокс – при наличии в крае собственного картофеля, моркови, капусты и других овощей на полках магазинов мы видим продукцию этой группы не только из соседних регионов, но даже из-за рубежа – Египта (картофель), ЮАР (фрукты), Китая (морковь, капуста, перец, помидоры, чеснок). Стоит она, естественно, в разы дороже. Мое крестьянско - фермерское хозяйство находится в Ужурском районе, в 20 км от Ужура и в 80 км от г. Шарыпово. Основной продукцией моего хозяйства будет капуста с высокими вкусовыми и товарными качествами. Поставка капусты будет осуществляться в сентябре и начале октября в столовые предприятия Ужурского, Шарыповского районов и населению. Доставка продукции будет осуществляться с использованием арендованного транспорта - грузовика типа «Газель».

Для выращивания капусты бизнес - планом предусмотрено использование земельного участка площадью 1 га. Земельный участок расположен в селе Локшино Ужурского района. Капусту планирую выращивать безрассадным способом. Преимущество безрассадного способа выращивания капусты заключается в сильных побегах, которые не «болеют» после пересадки. Ведь капуста очень не любит пересадку – это главный минус, который имеет выращивание капусты рассадой. Раннюю капусту желательно размещать на супесчаных и легкосуглинистых почвах. На арендованном мною участке почва легкосуглинистая с добавлением перегноя. Для предпосевной обработки почвы буду использовать арендованный трактор с модульной дисковой бороной, что позволит хорошо удалить сорняки, заделать пожнивные остатки, осуществить качественную обработку почвы перед посевом - измельчить земляные комки и выровнять почву. Первую обработку почвы проведу за 3 недели до посева, чтобы спровоцировать рост сорняков. Вторую обработку проведу в начале июня за 2 дня до посева. После второй вспашки необходимо провести боронование почвы, прибивку влаги. [4]

Посев капусты семенами будет производиться в начале июня на глубину 1,5-2 см, когда в почве еще достаточно влаги и почва прогреется до 12-16 градусов. Перед посевом следует провести дезинфекцию семян, погрузив их не более чем на 20 минут в раствор марганцовки с концентрацией 5

г. на 0,5 л. воды. После чего семена следует хорошо промыть. Для посева следует использовать калиброванные семена (фракцию более 1,5 мм) с высокой всхожестью (не ниже 90%). Шаг посева 15-20 см, схемы посева – 60*60 см. Посев буду проводить с помощью собственной сеялки точного высева EARTH WAY 1001. Уникальная технологическая конструкция сеялки позволит одновременно: нарезать борозду; точно и на нужную глубину высевать семена; заделать семена в почву; прикопать семена; наметить борозду для следующего ряда. Для посева буду использовать семена капусты сорта «Парел F1», которые куплю на оптовом семенном рынке в г.Красноярске по цене 12 000 рублей за килограмм. Для посева участка площадью 1 га необходимо 1 кг семян.

После посадки необходимо проводить ежедневный полив. Полив будем осуществлять с помощью шланга с распылителем. При первых всходах необходимо провести рыхление почвы, что улучшит аэрацию и обогащение почвы кислородом, а также позволит провести механическую прополку капусты от сорняков. Затем будем проводить полив всходов капусты по мере подсыхания почвы. Когда появятся второй и третий настоящие листья, произведем прореживание всходов капусты, оставляя растения крепкие и на расстоянии 60*60 см. Сразу после прорывки участок будем культивировать вручную с помощью тяпок с подокучиванием растений. После появления 5-6 листа проведем еще одно окучивание растений капусты после обильного полива. Для борьбы с крестоцветными блошками всходы капусты в фазе семядольных листов примерно 12-15 июня необходимо обработать методом опрыскивания инсектицидным препаратом. Для опрыскивания буду использовать собственный опрыскиватель ручной с насосом шлангом, разбрзгивателем на 7 литров и инсектицидный препарат «Шарпей» с нормой расхода рабочей жидкости 500 литров на 1 га. Вторую обработку капусты необходимо провести против бабочки - капустницы в период массового лета насекомых примерно 20-25 июля. Это позволит не допустить посадки бабочек на растения капусты и откладки яиц в течение 3-х недель. Для обработки посадок капусты на площади 1 га двукратно необходимо приобрести 1 литр препарата «Шарпей».[3]

Исследования по изучению способов выращивания скороспелого гибрида белокочанной капусты «Парел F1», проводили в крестьянско - фермерское хозяйство Ужурского района. Были заложены опыты по следующей схеме:

1. Рассадный способ выращивания (контроль)
2. Безрассадный способ выращивания

Опыт закладывался в 4-х кратной повторности, площадь учетной делянки составляла 5,6 м². Рассада для контрольного варианта выращивалась в течение 30 дней в позднем парнике без пикировки. Посев семян на рассаду проводили 29 апреля (2016 г.) и 30 апреля (2017 г.). Посев семян в грунт проводили 1 июня (2016 г.) и 2 июня (2017 г.) Высевали семена вручную под шнур под однострочной схеме посева с расстояниями между рядками 70 см, задельвая их на глубину 1,5- 2,0 см. Норма высева семян капусты в открытом грунте - 2,5 кг на 1 га. В контрольном варианте рассаду высаживали в грунт 29 мая (2016 г.) и 31 мая (2017 г.). Схема посадки рассады - ширина междурядий - 70 см и расстояния между растениями в ряду 40 см. [5]

Проведенные фенологические наблюдения за ростом и развитием капусты по вариантам опыта выявили ускорение ростовых процессов при безрассадном способе выращивания. Так, число дней от посева до формирования кочанов при безрассадном способе сократилось на 8 дней по сравнению с контролем (табл.1).

Таблица 1- Сроки фенологических фаз капусты белокочанной «Парел F1», при разных способах выращивания (среднее за 2016-2017 гг.)

Вариант	Посев а	Даты							Уборк и	
		Всходы		Посадки рассады в грунт	Формирование			Кочана		
		единичные	массовые		Розетки листьев	единично		массово		
Рассадный	29.04	4.05	6.05	29.05	1.06	5.07	18.07	15.09		
Безрассадный	17.05	21.05	23.05	-	15.06	17.07	25.07	20.09		

При безрассадном способе выращивания капусты сократилось и число дней от посева до уборки на 13 дней. Учет урожая по вариантам опыта в среднем за 2016 – 2017 годы показал, что при безрассадном способе выращивания среднеспелой капусты получено 988 ц/га или на 193 ц/га меньше,

чем при рассадном способе выращивания этой культуры, урожай которого составил 1181 ц/га. Снижения урожая при безрассадном составило 16,3 ц/га (табл.2).

Несмотря на некоторое снижение общего урожая капусты при безрассадном способе выращивания при этом способе возрастает товарность урожая за счет меньшего растрескивания кочанов, что характерно для сорта.

Таблица 2- Урожайность капусты белокочанной «Парел F1» по вариантам опыта (среднее за 2016 – 2017 годы)

Вариант	Всего	Прибавка		в том числе			
		ц/га	%	Товарных		Нетоварных	
				ц/га	%	ц/га	%
Рассадный (контроль)	1181	-	-	769	65,1	412	34,9
Безрассадный	988	-193	-16,3	784	79,2	214	20,8

Так, в среднем за два года учета товарности урожая капусты этого сорта при различных способах выращивания товарность повысилась на 14,1% при безрассадном способе выращивания и общий урожай товарной капусты в изучаемом варианте (безрассадный способ) составил 784 ц/га вместо 769 ц/га при традиционно применяемом рассадном способе выращивания капусты (табл. 2). При этом в контроле (рассадный способ) 34,9% кочанов или 412 ц/га были нетоварные за счет их растрескивания.

Проведенные в течение двух лет исследования по изучению способов выращивания среднеспелого сорта белокочанной капусты «Парел F1» позволили сделать следующие выводы:

1. Выявлена возможность выращивания среднеспелого сорта «Парел F1» посевом семян в грунт (безрассадный способ) в условиях Ужурского района.

2. Безрассадный способ выращивания белокочанной капусты сорта «Парел F1» позволил получить урожай кочанов в среднем за 2016-2017 годы 988 ц/га при урожае в контроле всего на 16,3% выше, то есть 1181 ц/га.

3. Безрассадный способ выращивания белокочанной капусты повысил товарность урожая до 79,2% (784 ц/га) вместо 65,1% (769 ц/га) в контроле. Товарность урожая в контроле снизилась на 14,1% по сравнению с изучаемым вариантом.

4. При безрассадном способе выращивания капусты среднеспелого сорта «Парел F1» отпадет необходимость выращивания рассады, что требует значительных затрат труда как на выращивание рассады, так и на высадку ее в открытый грунт.

Кроме того для выращивания рассады капусты необходимы дорогие обогреваемые места защищенного грунта, что также повышает затраты труда на выращивание капусты при рассадном способе

5. Анализ полученных данных по урожайности и товарности капусты, выращенной различными способами позволяет считать безрассадный способ перспективным, позволяющим при меньших затратах получить высокий и товарный урожай капусты.

Список литературы:

- Гусев А.М. Целебные овощные растения.-М.:Издат. МСХА, 1991.-240 с.
- Сукорцева К.Д. Капустные растения.-М.: Моск. Рабочий, 1940.-160 с.
- Тараконов Г.И., Мухин В.Д. Овощеводство.-М.: Колос, 1993.-511 с.
- Руденко Н.Е., Землянов Л.С. Справочник по индустриальным технологиям производства овощей.- М.: Агропромиздат, 1986.- 287 с.
- Руководство апробации овощных культур и кормовых корнеплодов.-М.: Колос, 1982.- 415 с.

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОНИЖЕНИЮ БЕЗРАБОТИЦЫ НА ТЕРРИТОРИИ МАНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Дударев А.П.

Научный руководитель: ст. преподаватель Рожкова А.В

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В настоящее время строго стоит вопрос о занятости населения и развитии рынка труда в целом. Эта категория рынка привлекает к себе большое и растущее внимание. И на ряду с последствиями мирового финансового кризиса произошло сокращение большинства рабочих мест, снизился спрос на рабочую силу, и все это происходит одновременно с формированием рынка труда, при чем сам процесс поиска работы остается тяжелой задачей.

По последним данным Росгосстата на 2018 год, уровень безработицы в стране определен в 4,9 %. Стоит учесть, что данная статистика основана на только на косвенных данных и точного определения количества занятого населения невозможно.

Так как данные берутся из двух источников: органы занятости, и по информации полученной из проводимых социологических опросов, которые проводятся в определенных районах и с определенными группами населения, а также на основании исследований экспертов.

В современный период каждый район заботится о понижении безработицы, для этого предпринимаются различные социальные программы и мероприятия. Так, например, на территории Манского района Красноярского края, активно применяются в реализацию различные социальные программы:

1. «Снижение напряженности на рынке труда Красноярского края»,
2. [«Содействия занятости населения Манского района на 2008-2010 гг.»](#),
3. Программа «Партнерство»,
4. «Общественные работы»,
5. «Временное трудоустройство безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы и трудоустройство несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет»
6. «Профессиональное обучение безработных граждан»

Можно сказать, что непосредственно самой главной целью всех этих вышеперечисленных мероприятий является, трудоустройство граждан. Преследуются и такие цели как: принятие мер по предупреждению и сдерживания уровня роста безработицы в регионе, смягчение последствий безработицы, развитие взаимодействия центров службы занятости с работодателями, подготовка и переподготовка не трудоустроенных граждан. А также в Манском районе есть опыт трудоустройства инвалидов, этим занимается КГКУ «ЦЗН Манского района». Существует система работы по вовлечению и возвращению в работу граждан, имеющих инвалидность. Эта работа осуществляется с помощью следующих сторон:

- Центр занятости населения;
- Работодатели;
- Органы власти;
- Различные общественные организации;

Что позволяет оперативно осуществлять систему работы.

Все усилия направленные на отступление безработицы, дают свои положительные результаты. Так на начала года центры занятости помогли трудоустроиться 30 гражданам района с ограниченными возможностями. И свыше 15 инвалидов получили государственные услуги, связанные с повышением активности на рынке труда. Помимо этого, жителям предлагались временные и постоянные места работы. Центр занятости населения предлагается помочь и поддержку при открытии собственного дела. На этот год такой поддержкой уже воспользовались 12 жителей района, и по плану еще 23 рассчитывают на помощь.

В целом, такие программы у населения определенно пользуются успехом. Необходимо бороться с безработицей, не только на территории района, но и Красноярского Края. Снижение уровня безработицы обеспечит рабочие места гражданам и увеличение казны государства, и как следствие увеличение экономики страны на мировом рынке.

Список литературы:

1. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю и Республики Хакасия и Республики Тыва. <http://www.krasstat.gks.ru/>

2. Интернет-представительство Манского района, раздел Экономика.<http://manaadm.ru/>
3. Официальный портал Красноярского края по статистике. <https://trud.krsksstate.ru/>
4. Занятость населения. <http://www.krsksstate.ru/>

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ Еремина Е.Г.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет», Красноярск, Россия

В наше время сбытовая деятельность является одной из самых значимых сфер деятельности промышленного предприятия. Сбыт направлен на создание и сохранение эффективной системы перемещения продукта от производителя до потребителя с минимальными затратами.

Определение «сбыта» упоминается с двух точек зрения: в широком смысле - как полноценный процесс доведения товара от производителя до конечного потребителя, а в узком - как непосредственно продажа.

Разнообразность связи и отношения между участниками рынка - продавцами и покупателями - можно рассматривать как единую цепочку всевозможных каналов распределения, т.е. путей, по которым поток товаров и услуг идет в направлении от производителей к потребителям.

Организация работ в области сбыта товара устанавливает пути движения товара от изготовителя к потребителю. Различают прямой путь сбыта (прямая торговля) и путь сбыта через посредника. Многие предприятия организуют собственный канал распределения товаров, также производители продают свои товары через посредников. Канал распределения товара - это совокупность физических и юридических лиц, которые принимают на себя право собственности на товары или услуги на пути их следования от производителя к потребителю.

Укоренившиеся каналы распределения, обычно, состоят из самостоятельного производителя, одного или нескольких оптовых и розничных продавцов. Каждый из них – особая организация, старающийся обеспечить себе наибольшую прибыль, даже если это идет вопреки с общими интересами системы распределения, интересами других участников. Ни один из участников не имеет полного или небольшого контроля над другими участниками.

Существует несколько каналов распределения таких как: горизонтальный, вертикальный, многоканальный.

Горизонтальные маркетинговые системы (ГМС) – это когда две и более компании объединяют свои ресурсы для реализации рыночных возможностей, и они непосильны для каждой из них в отдельности. Сотрудничество таких компаний может быть как временно так и постоянно.[1]

Вертикальные маркетинговые системы (ВМС) - это производитель, одно или несколько предприятий оптовой и розничной торговли действующих как единая система.[1]

Раньше, работая на одном рынке, компания использовала один канал распределения. Сегодня рынок состоит из нескольких целевых сегментов и множества каналов распределения, поэтому компании все более ориентируются на систему многоканального распределения.

Также есть и другие направления в развитии каналов сбыта на российском рынке. В настоящее время производитель и продавец стараются сократить число доверенных лиц. Самые крупные розничные операторы вкладывают большие средства в собственные распределительные центры. Получается, что мало что зависит от оптового распределителя, производитель напрямую делает поставки.

Другой тенденцией в каналах распределения становится совершенствование транспортной составляющей каналов для уменьшения сроков хранения и реализации товаров, сокращение численности персонала, повышение прибыли производителя и качества информации о движении товара. Поставки день в день или на утро следующего дня становятся нормой для поставщиков.

Новой тенденцией стали изменения в количестве и качестве свободного времени потребителей. Экономия времени становится не менее важной, чем экономия денег. Типичный потребитель теперь посещает один, в редких случаях два магазина, поэтому и пользуются популярностью торговые центры и гипермаркеты, где покупатель может совершить разные покупки, не покидая относительно небольшую территорию центра. Результаты последних исследований показывают, что хотя решение о месте расположения торговой точки остается жизненно важным, основным фактором, влияющим на выбор потребителя, является удобство, определяемое легкостью и быстротой доступа к товарам. Существенным фактором становится наращивание присутствия и

ассортимента интернет-магазинов, благодаря которым можно делать покупки в любое время, не выходя из дома. Все эти факты свидетельствуют о том, что значение каналов распределения изменяется в зависимости от способов проведения потребителями свободного времени.[4]

Развитие сбытовой политики сельскохозяйственной продукции заключается в следующем:

- проанализировать существующие каналы реализации сельскохозяйственной продукции, выявить проблемы;
- определить общий экономический эффект от использования предложенных каналов реализации;
- определить более перспективные каналы реализации, которые обеспечат большую долю прибыли при наименьших затратах
- проанализировать существующие каналы реализации сельскохозяйственной продукции, выявить проблемы;
- просчитать экономическую эффективность применения перспективных каналов реализации.

Выводы

Сбыт является завершающей и важной стадией обеспечения потребителя продуктом. Он направлен на формирование механизма перемещения продукта от производителя до потребителя. Понятие «сбыт» необходимо рассматривать в узком и широком смысле. В узком смысле под сбытом необходимо понимать условия непосредственной реализации конечному потребителю продукции. В широком плане сбыт характеризуется совокупностью организационно-управленческих решений по формированию спроса и стимулированию сбыта с целью максимального удовлетворения потребности покупателей в условиях неопределенности факторов внешней и внутренней среды для поставщика и потребителя.[2]

Выделяют следующие проблемы в сфере сбыта фермерской продукции:

- Низкая потребность товара из-за отсутствия стандартов и сертификатов фермерской продукции. Результат – супермаркеты отказываются работать с мелким производителем.
- Высокая себестоимость продукции.
- Отсутствие логистических технологий, также плохо оборудованные складские помещения, отсутствие правильного хранения товара, за счет этого его потеря.
- Отсутствие закупщиков, приобретающих товар оптом. Работа с оптовыми закупщиками, должна вестись на постоянной основе.

В 2012 году в России начала реализовываться Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы. Теперь у российских фермеров появился реальный шанс выйти на рынок с нуля.[3]

Статистика: Согласно данным экспертно-аналитической компании «АБ-Центр», импорт основных видов продукции в РФ в январе-феврале 2016 года, без учета данных о торговле в рамках Таможенного союза, составил 159,8 тыс. тонн, что на 28,2% меньше, чем за аналогичный период 2015 года и на 54% меньше 2014 года. Согласно вышеизданной программе, к 2020 году планируется повышение индекса производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий на 25,8%, индекса производства пищевых продуктов — на 31,5%, а рентабельность сельскохозяйственных организаций, предположительно, возрастет на 16%. [1]

Итак, сбыт в наше время это не мало важная часть нашей жизни, так как в наше время люди стали больше задаваться не только свежей, но и натуральной продукцией, это дает повод фермерским хозяйствам выходить на новые рынки сбыта, поставлять свою продукцию все большему количеству производителя. Но так как общество развивается, производителям стоит задуматься не только о том как, где и с помощью чего производить товар, но и о том, как его продавать. Стоит задуматься о маркетинге, как о тенденции развития сбыта и об информационных технологиях. Чтобы вас узнавали, займитесь продвижением в сети, создавайте сайты и развивайтесь, так как сбыт это неотъемлемая часть нашей жизни.

Список литературы:

1. Волкова Н.А. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий: [Текст]: Учебник /под ред. Н.А. Волковой / - М.: Колос, 2010. - 240 с.
2. Иванова Е. Организационно-правовые формы сбыта сельскохозяйственной продукции // Экономист. 2011.№9. С. 93-96.
3. Клюкач В. Развитие системы оптовой торговли сельскохозяйственной продукции, сырьем и продовольствием // Всероссийский Конгресс экономистов-аграрников. М., 2009. С. 49-73.
- 4.Лысенко М.В.Управление экономической устойчивостью// Экономика сельского хозяйства России. №12, 2012г

ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ МОЛОКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ АРТЕЛИ «КОЛХОЗ ЗАВЕТЫ ЛЕНИНА»

Зинкевич О.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В системе экономических показателей, характеризующих качественный уровень работы хозяйства, важное место занимает себестоимость единицы молочной продукции. Это означает, что в единицу себестоимости производственной продукции 1 центнера молока находят свое отражение затраты кормов, топлива, оплаты труда и другие.

Однако основой формирования себестоимости являются предметы труда, среди которых доминирующая часть затрат на корма. Снижение затрат на корма позволит снизить себестоимость молока.

В Сельскохозяйственной Артели «Колхоз Заветы Ленина» необходимым является повышение потенциала продуктивности кормовых угодий. Абсолютный размер потерь соответственно возрастет, поэтому очень важно изучить причины потерь и разработать меры по их устранению.

Все основные факторы повышения производства сельскохозяйственной продукции проявляют свое действие в соответствующих приемах агротехники и технологии производства.

Несоблюдение технологий производства и хранения, как следствие, низкое качество кормов является одним из узких мест в системе кормопроизводства хозяйства.

Анализ и оценка достижений научно-технического прогресса и передового опыта в области кормопроизводства, направленных на повышение его результативности, предлагают рассмотрение следующих аспектов:

- способы заготовки и хранения кормов, обеспечивающие максимальную сохранность;
- способы приготовления кормов, обеспечивающих их высокую поедаемость и перевариваемость.

Научные работники и передовой опыт по совершенствованию способов заготовки, хранения кормов направлены во-первых, на повышение сохранности биологического урожая, полученного на кормовых угодьях, и во-вторых, на совершенствование технологических процессов уборки, транспортировки, хранения и раздачи кормов.

Если принять современную биологическую урожайность кормовых культур за 100%, то потери при уборке, транспортировке, хранении и использовании составляет около 40%. Сокращение и исключение потерь в процессе всего цикла от уборки до вскармливания представляет собой существенные резервы кормопроизводства.

Первое важное условие полной реализации потенциальной урожайности кормовых культур - строгое соблюдение сроков уборки. При выполнении уборочных работ в оптимальные сроки, выход кормовых единиц из этой же массы сена может быть увеличен по сравнению со сложившимися показателями от 12 - 40% силоса и сенажа до 50%.

Реализация названных резервов дает хозяйству возможность увеличить выход кормовых единиц за счет изменений технологий заготовки и хранения кормов [1].

От нахождения реальных путей снижения себестоимости молочной продукции и увеличение ее производства за счет улучшения качества кормов и повышения продуктивности животных, зависит экономическая эффективность производства данного вида продукции.

И только грамотное ведение хозяйства, является одним из конечных показателей. Механизм минимизации себестоимости должен учитывать технологические, технические, экономические, социальные и биологические особенности молочного скотоводства. Молочное животноводство оказывает большое влияние на экономику всего сельского хозяйства, поэтому производство молока имеет большое народнохозяйственное значение [2].

Народнохозяйственная эффективность сельскохозяйственного производства оценивается с точки зрения удовлетворения потребностей населения в продуктах питания, а промышленности – в сырье, и тесно связана с отраслевой эффективностью, от которой зависит эффективность отдельных предприятий.

Список литературы:

1. Баринова Ю. А., Суслов С. А. Производство отдельных видов продукции сельского хозяйства в период с 1996 по 2011 год // Вестник НГИЭИ. 2013. № 9. С. 3–12.

2. Обухова Т. Н. Основные направления снижения себестоимости производства молока // Экономические науки. 2008. № 2. С. 228–232.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ПЕРИОД КРИЗИСА

Лихтина Е.А., Федосенко Д.Э.

Научный руководитель: к.т.н., доцент Степанова Э.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Актуальность темы обосновывается тем, что сегодня мировой финансовый кризис стал одним из главных факторов, влияющих на развитие предприятий, и поэтому управление персоналом имеет огромное значение. Кризисная ситуация угрожает компаниям не только финансовыми проблемами и потерей своих позиций на рынке, но и утере квалифицированных кадров, без которого невозможно преодолеть кризис [1].

Для персонала, как правило, единственной мерой в кризисной ситуации является сокращение штата с целью снижения расходов на персонал. Даже, несмотря на то, что все признают ценность человеческого ресурса. Важно в самом начале компании следует опираться на открытость и четность в отношении своих сотрудников (подчиненных). Правдивые данные о нынешней ситуации в компании и намерения выхода из кризиса, способствует росту производительности труда. Ясность и отчетливость решений руководства является лучшим мотиватором. На первом месте в период кризиса важно для предприятия охранить наиболее значимые кадры персонала, из этого следует, то это та группа сотрудников, которая демонстрирует наибольшую самоотдачу в работе. Чтобы обезопасить себя от рисков потери квалифицированных кадров, стоит проводить внеплановую оценку персонала и выявлять наиболее эффективных сотрудников. Следующим этапом должна стать разработка системы мотивации на достижение целей для каждого сотрудника. Для того, чтобы повысить эффективность работы, персонал нужно не только мотивировать, но и обучать. Для чего это нужно? В первую очередь, если нет обученного персонала - снижается качество и уровень продаж, так же сужаются каналы сбыта и соответственно теряются клиенты. Один из доступных вариантов обучения - это онлайн обучение (дистанционное обучение) [2].

Кризисные явления негативно воздействуют на исход финансовой деятельности предприятия, в большинстве случаев основной интерес уделяется финансовым и правовым механизмам, а управление персоналом уходит на второй план. И как следствие, во время кризиса весь удар приходится на персонал. К сожалению, в кризисных условиях система управления персоналом не в состоянии эффективно действовать.

Эффективность работы персонала определяется сочетанием многих факторов, а именно желанием работать, лояльностью по отношению к предприятию, профессиональными навыками. Именно сотрудники страдают в кризисных условиях, прежде всего, потому, что положение сотрудника становится менее стабильным, снижается заработная плата, на него поручаются дополнительные обязанности или ликвидируются социальные пакеты [3].

Все это влияет на продуктивную деятельность персонала предприятия. Поэтому одной из задач на этапе кризиса является сохранение ключевых персонала за счет выработке модели управления персоналом в условиях кризиса.

В первую очередь кризис заставляет работать по-новому руководителей предприятий, что позволяет пережить это сложное время. Особое внимание руководство должно уделять своему штату сотрудников, без которого невозможно дальнейшее развитие организации.

В период кризиса выигрывают те предприятия, которые, несмотря ни на что, найдут возможность не только сохранить лучших работников, но и обновить коллектив, заменив некомпетентных сотрудников и сотрудников низшего звена, наиболее грамотными специалистами. А возможно и привлечь нужных профессионалов от конкурентов, организовав им достойные условия труда [4].

Список литературы:

1. Ахметова И. А. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами: монография. Книга 27 / И. А. Ахметова, А. Г. Баширова, М. М. Брутян и др. / Под общ.ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2015. — С. 216.
2. Шарипова Г. А. Мотивационные аспекты управления персоналом в условиях кризиса // Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 1076-1080. [электронный ресурс].- режим доступа <https://moluch.ru/archive/115/31175/>
3. Комаров Е. И. Стимулирование и мотивация в современном управлении персоналом // Управление персоналом. — М. — 2014. — № 1. — С. 38.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ

Осипова К.П.

Научный руководитель : д.т.н., профессор Ступина А.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Как показывает практика, малый бизнес нуждается в регулярной поддержке со стороны государства. Многие проблемы малого бизнеса связаны с недостатком государственной экономической политики, которая определяет основные параметры среды разработки. С 2005 года Минэкономразвития России реализует специальную программу по предоставлению субсидий из федерального бюджета в бюджеты субъектов Российской Федерации с целью предоставления поддержки малых и средних предприятий на региональном уровне [3]. Однако следует отметить, что для продуктивного развития малого бизнеса необходимо не только выделять средства, но и создавать благоприятный климат для развития и эффективное функционирование малого бизнеса. Основными проблемами, мешающими развитию малого бизнеса, являются отсутствие необходимых условий для развития бизнес-структур на муниципальном уровне, эпизодическая и фрагментарная поддержка, неразвитые внутренние рынки сырья и оборудования, высокий конкурентный рынок сбыта, низкая конкурентоспособность малого бизнеса, а также несоответствие между нынешней системой социального управления - экономической ситуацией в стране.

Основными функциями государственной поддержки на региональном уровне являются обеспечение и управление. Функция обеспечения включает в себя информационную поддержку и финансирование; это наиболее распространенная деятельность региональных властей [4]. Развитие административной функции наиболее актуально в условиях региона, поскольку оно отвечает за формирование правовой, финансовой, организационной, административной и коммуникационной среды и оказывает непосредственное влияние на малый бизнес.

Развитие малого бизнеса в регионах особенно важно, поскольку способствует ликвидации монополии и диктатуры крупных производителей, расширяет рынок поставок для потребителей, создает новые рабочие места и снижает уровень безработицы в регионе. Малый бизнес легко адаптируется к изменяющейся среде и переориентирован на новые потребительские потребности [5]. Это небольшое предпринимательство, которое формирует положительные сдвиги в социально-экономическом развитии региона и положительно влияют на развитие экономики целом в стране.

Каждый регион является независимой системой с ее собственными целями, под целями, собственными стратегиями и ресурсами для развития малого бизнеса. В этой связи уровень и темпы развития малого бизнеса в каждом регионе значительно различаются [2]. Алгоритм управления развитием малого бизнеса показан на рисунке 1. Основой разработанной методологии является система показателей, в том числе показатели, характеризующие развитие малого бизнеса в регионе, и показатели, характеризующие уровень развития инфраструктуры для управления малым бизнесом.

Для показателей, характеризующих развитие малого бизнеса в регионе, используются качественные ценности, которые позволяют более объективную оценку, чем количественные, оценивать уровень развития малого бизнеса в регионе и проводить сравнительную оценку: доля малых предприятий в общее количество предприятий, доля занятых на малых предприятиях в общем экономически активном населении региона. Добротное влияние малого бизнеса объясняется его повышенной реакцией и адаптивностью к меняющимся условиям рынка, гибкостью и динамичным развитием. В будущем малые предприятия могут конкурировать не только в регионе, но и на межрегиональном уровне, перейдя из категории малых предприятий в средние. С компетентным развитием малых предприятий в стране, крупные предприятия-инвесторы в будущем смогут инвестировать в региональные небольшие инвестиционные проекты и начинающие проекты, что приведет к развитию региональной экономики и производства, без участия государственных субсидий.

Малый бизнес обеспечивает необходимую мобильность на рынке, создает глубокую специализацию и сотрудничество, без которых его высокая эффективность немыслима [1]. Он способен не только быстро заполнить ниши, которые формируются в потребительской сфере, но и окупаться относительно быстро. А также создать атмосферу конкуренции и такую деловую среду, без которой рыночная экономика невозможна.

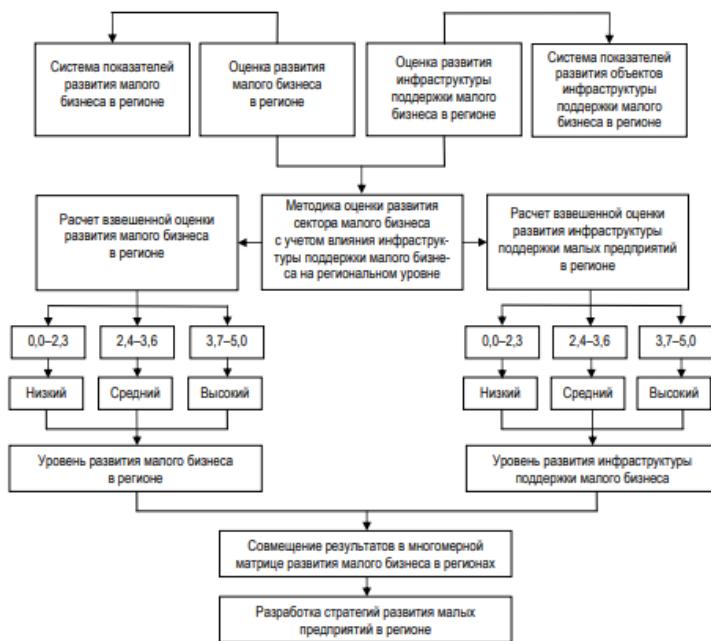


Рис. 1. Алгоритм управления развитием малого бизнеса

Список литературы:

- 1.Лысаковская Е.В. Проблемы и перспективы государственной поддержки малого и среднего бизнеса // Право и образование. № 5, 2006, С. 261 — 266.
2. Любушин Н.П., Ионова Е.С. Анализ развития малого бизнеса в современных условиях // Экономический анализ: теория и практика. № 32, 2013, С. 2 — 13.
- 3.Макущенко Л., Селиверстова Ю. Малым бизнес — основа региональной экономики // Современные проблемы науки и образования. №6, 2012, С. 75 — 80.
- 4.Спаторь А.В. Развитие малого бизнеса в России // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. №2, (46), 2015, С. 46 — 49.
5. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. <http://smb.gov.ru>

ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Ренева М.А.

Научный руководитель: д.т.н., профессор Ступина А.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Конкурентоспособность рассматривается как ключевой критерий оценки успешности стран, отраслей и компаний. [1] Всемирный экономический форум определяет конкурентоспособность как совокупность институтов, политики и факторов, определяющих уровень производительности. Более того, конкурентоспособность можно определить как приобретение большей доли рынка, большей доходности и долгосрочной стабильности и рост этих показателей, улучшающих благосостояние и уровень жизни людей. В данный момент проблема повышения конкурентоспособности предприятий является актуальной. Российские предприятия могут использовать новейшее техническое оснащение, использовать достижения научно-технического прогресса, использовать опыт зарубежных компаний и в дальнейшем выходить на мировые рынки. В перспективе компании и отрасли должны быть конкурентоспособными на внутреннем и международном рынках, чтобы выжить. [3] Что касается последних конкурентных и динамичных условий, если компании хотят быть успешными на арене конкуренции, они должны иметь конкурентное преимущество, которое означает создание и поддержание превосходной производительности. Сила конкуренции зависит как от поведения фирм, так и от внешней деловой среды, в которой они конкурируют, состояния инфраструктуры, правовой базы и эффективности финансовой системы.

В большинстве случаев барьеры на пути конкуренции в развивающихся странах возникают из-за неадекватной государственной политики и антиконкурентного поведения фирм.[4] Таким образом, конкурентами выступают другие организации в той же отрасли, на той же территории, продающие аналогичные товары. Они, безусловно, будут влиять на бизнес с точки зрения цен и качества товара.

Вход новых конкурентов, вероятен, когда: в промышленности есть высокий размер прибыли; в промышленности недостаточная поставка; нет никаких серьезных препятствий для входа на рынок; есть будущий рост потенциала. Если компания хочет не только выжить, но и быть прибыльной, она должна учитывать конкурентов и проводить анализ конкурентов, который представляет собой оценку сильных и слабых сторон нынешних и потенциальных конкурентов. Можно предложить нескольких шагов, которые в дальнейшем помогут анализировать конкурентов. Для начала нужно определить отрасли, сферы применения и характера отрасли; определить, кто ваши конкуренты; определить, кто ваши потребители, и какие выгоды они ожидают от проведения маркетинговых исследований; определить какие ключевые факторы успеха в данной отрасли; тщательный анализ собственных цен и цен конкурентов для дальнейшего формирования ценовой политики. Наиболее известные на сегодняшний день модели и методы оценки конкурентоспособности предприятия можно разделить на 2 группы: расчетные (метод рейтинговой оценки, оценка на основе расчета доли рынка, метод оценки на основе теории эффективной конкуренции, метод оценки на основе потребительной стоимости) и теоретические (матрица БКГ, SWOT-анализ, PEST-анализ, матрица конкуренции по М. Портеру, метод «многоугольник конкурентоспособности предприятия»). [2]. Обобщенная классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия показана в таблице 1.

Таблица 1. - Классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия

Название метода	Достоинства метода	Недостатки метода
Расчетные методы оценки конкурентоспособности предприятия		
Метод рейтинговой оценки	Метод достаточно точно определяет место данного предприятия относительно его конкурентов	Сложность при расчете показателя и получение исходных данных
Оценка на основе расчета доли рынка	Метод позволяет определить тип фирмы на рынке, определить его место	Нельзя определить причины выявленные положения фирмы, разработать необходимую стратегию
Метод оценки на основе теории эффективной конкуренции	Метод охватывает все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности предприятия; возможность применения метода как оперативного контроля деятельности отдельных служб	Сложность расчетов и сбора необходимой исходной информации
Метод оценки на основе потребительной стоимости	Оценка конкурентоспособности с учетом факторов внутренней среды фирмы	Используются только экспертные методы, сложность сбора необходимой информации
Теоретические методы оценки конкурентоспособности предприятия		
Матрица БКГ	При наличии достаточно достоверной информации точно показывает положение предприятия	Не показывает причин данного положения фирмы, что осложняет выработку управленческого решения
Модель «Привлекательность – преимущества в конкуренции»	Позволяет определить положение фирмы относительно конкурентов; разработать дальнейшие стратегии	Модель статична, трудно оценить качественные характеристики
Матрица конкуренции по М.Портеру	Наглядное структурирование конкурирующих сил на рынке для достижения конкурентоспособности	Не дает конкретных рекомендаций по достижению конкурентных преимуществ

Метод «многоугольник конкурентоспособности предприятия»	Достаточная легкость использования для оперативного анализа ситуации, конкурентоспособности	Сложность при расчете показателей и получение исходных данных, используется экспертный метод
---	---	--

На примере предприятия ООО «Пространство решений» рассчитаем влияние внешних сил конкуренции по методу «многоугольник конкурентоспособности». Расчет внешних сил конкуренции и общая оценка воздействия внешних сил конкуренции показана в таблице 2.

Таблица 2. - Общая воздействия сил

№	Внешняя конкуренции	Интегральная
1	Интенсивность конкуренции	3,16
2	Угроза новых	3,46
3	Угроза товаров-заменителей	3,76
4	Способность диктовать условия	3,38
5	Способность диктовать условия	2,66
	Средняя	3,29

Воздействие пяти конкурентных сил ООО «Пространство решений»

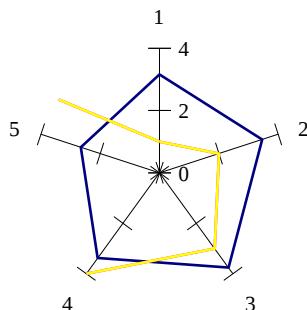


Рис. 2. Воздействие пяти внешних сил конкуренции на рынке табачной продукции.

Таким образом, по таблице мы можем увидеть, что общая конкурентная ситуация на рынке табачной продукции относительно спокойная. Наиболее велика вероятность появления товаров заменителей. Наименьшее значение у внутриотраслевой конкуренции и это говорит о неагрессивной политике действующих предприятий.

Конкурентоспособность обеспечивается на предприятиях, принадлежащих к одной и той же отрасли или производящих аналогичные продукты или услуги, является преимуществом предприятия по отношению к другому предприятию той же отрасли, как в стране, так и за пределами её. В данный момент проблема конкурентоспособности стоит особенно остро на текущем этапе развития экономики. Создание и использования своих конкурентных преимуществ перед соперником обеспечит дальнейшее управление деятельностью не только государство, но и его объектов в сфере национальной экономики. Повышение конкурентоспособности влияет на все критерии: продукты (услуги или товары), предприятия, промышленности, региона и страны в целом, но и приобретает особую ценность как конкурентоспособность компаний основным звеном экономической системы. Впрочем, нужно разрабатывать рыночную инфраструктуру на товарном и потребительском рынках, искоренять монополистов и многочисленных посредников. Стабильное улучшение конкурентоспособности предприятий возможно только при долгосрочном и непрерывном развитии. Это требует разработки четких инструментов оценки и улучшение товаров и услуг для повышения конкурентоспособности, на основе общеизвестных экономических законов и законов управления, статистики, социологии, психологии и других наук.

Список литературы:

- Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг; Высшее образование, Юрайт - Москва, 2017.
- Семенов, В.Л. Разработка концептуальной схемы обеспечения конкурентоспособности продукции; В.Л. Семенов, Вестник Чувашского университета, 2017.
- Фатхутдинов Р. А. Глобальная конкурентоспособность. На стол современному руководителю; Стандарты и качество - Москва, 2017.

4. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность; Юнити-Дана - Москва, 2017.

АДМИНИСТРАТИВНАЯ ПОДДЕРЖКА И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО СЕКТОРА НА ТЕРРИТОРИИ МАНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Серебренникова О.В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Рожкова А.В

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В настоящее время генеральной целью аграрной политики Российской Федерации является ее продовольственная безопасность. Критерий достижения продовольственной безопасности – уровень самообеспечения всего населения страны основными экологически чистыми продуктами питания, а перерабатывающей промышленности – сырьем. В достижении фундаментальных долговременных целей социально-экономического развития нашего общества важнейшая роль принадлежит сельскому хозяйству.

Главным направлением интенсивного развития сельскохозяйственного производства, как и других отраслей, является повышение его эффективности, обеспечение населения страны разнообразными высококачественными продуктами питания, а также устойчивого развития зернового производства и молочного скотоводства.

Производство зерна является одной из наиболее важных отраслей сельского хозяйства, так как обеспечивает население незаменимым продуктом – хлебом, дает сырье для развития мукомольно-крупяной и хлебопекарной промышленности, поэтому решение вопросов, связанных с повышением экономической эффективности зернового производства – актуально.

В данное время, создание сельскохозяйственной деятельности, на территории Манского района Красноярского края, не только приоритет развития района, но и большая перспектива для начала небольшого собственного бизнеса.

На сегодняшний год в Манском районе насчитывается более 4 сельскохозяйственных предприятий и 5 крестьянско-фермерских хозяйств, около 7000 личных подсобных хозяйств, специализирующихся на производстве молока, мяса, зерна, картофеля и овощей. Такое существенное количество предприятий связано с воздействием администрации района, которая всячески содействует развитию сектора малых и средних предприятий, а также обеспечивает стабилизацию и дальнейшее увеличения сельскохозяйственного производства.

Предпринимателю в сфере сельского хозяйства предоставляются субсидии на компенсацию части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным на реализацию новых комплексных инвестиционных проектов по приоритетным направлениям развития Манского района. Субсидии на возмещение части затрат по уплате процентов по кредитам и лизинговым платежам и освоения новой продукции. Субсидии на возмещение 50% затрат по разработке проектов организации производства, его реформирования и модернизации, предназначенному для выпуска экспортной продукции.

Также на территории Манского района действует система грантов для начинающих фермеров. Они предоставляются начинающим малым сельскохозяйственным предприятиям до 300 000 рублей. А также В 2017 году четыре молодых специалиста в соответствии со статьей 103 Устава Красноярского края, статьей 27, Закона Красноярского края от 21.02.2006 № 17-4487 “О государственной поддержке субъектов агропромышленного комплекса края”, получили социальную выплату на строительство жилья.

Возможности у этого направления, очень перспективные на территории данного района, по некоторым признакам:

- почвенно-климатическим условиям благоприятны для выращивания зерновых и кормовых культур;
- поддержка со стороны администрации района;
- развивающийся район;
- большое количество мест сбыта на территории г. Красноярска.

Но есть и риски. Риски реализации сельскохозяйственного проекта связаны со снижением спроса на продукцию и увеличением затрат на производства продукции в связи с неблагоприятными погодными условиями. Чтобы минимизировать последствия необходимо продолжить поиск рынка

сбыта в других городах Красноярского края. А также можно столкнуться с конкуренцией.

Подводя итоги, можно сказать следующее, в агропромышленном комплексе Манского района в производстве сельскохозяйственной продукции занимается огромное количество человек, в секторе насчитывается свыше 2000 чел. Объемы производства продукции составляют более 200 млн. рублей, вместе с перерабатывающей отраслью – 1 млрд. 680 млн. рублей.

Развивается в Манском районе и растениеводство. В год здесь получают 18-20 центнеров зерновых. Для подтаежной зоны результат хороший. В этой отрасли лидирует хозяйство ООО УКХ “187/78”. Сельскохозяйственные предприятия имеют сеть сушильно-очистительных комплексов, переведенных на твердое топливо (бурый уголь), позволяющих осуществлять просушку и очистку всего объема зерновых культур, выращенных на территории. Помимо зерновых культур, развито тепличное производство овощей (огурцы, помидоры).

С целью дальнейшего улучшения использования резервов развития АПК Манского района, стабилизации работы всех сельскохозяйственных предприятий и крестьянских хозяйств, увеличения производства сельскохозяйственной продукции в личных подсобных хозяйствах граждан основными приоритетными направлениями определены:

- ускоренное развитие животноводства,
- стимулирование развития малых форм хозяйствования.

Предлагаемые меры будут способствовать развитию благоприятного климата для ведения сельскохозяйственной деятельности в регионе и улучшать основные социально-экономические показатели развития Манского района. А также произойдет увеличение рабочих мест и потребность в рабочей силе, и как следствие снизится уровень безработицы по региону и повысится уровень трудоустройства граждан.

Список литературы:

1. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю и Республики Хакасия и Республики Тыва. <http://www.krasstat.gks.ru/>
2. Интернет-представительство Манского района, раздел Социально-экономическое развитие района. <http://manaadm.ru/>
3. Официальный портал Красноярского края по статистике. <https://trud.krskstate.ru/>
4. Занятость населения. <http://www.krskstate.ru/>
5. Министерство сельского хозяйства и торговли Красноярского края. <http://krasagro.ru/>

ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Сайботалова В.Н.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Далисова Н.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Состояние экономики страны напрямую зависит от работоспособности предпринимателей. Работа малого и среднего бизнеса в РФ регулируется принятым 24 июля 2007 года Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» (в изменениях от 21.07.2014), в котором указаны аспекты отнесения организации к малому бизнесу. К субъектам мелкого и среднего предпринимательства относятся внесённые в единый государственный реестр юридические лица, потребительские кооперативы и коммерческие организации, а так же физические лица, внесённые в единственный государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую работу без регистрации его как юридического лица, фермерские хозяйства. [1]

Малое и среднее предпринимательство играет огромную роль в экономическом становлении государства с учетом их вклада в такие отрасли как: развитие сельских населений; распределение промышленности; увеличение рабочих мест; пользование местными ресурсами. Средний и малый бизнес очень важен для развития социальной инфраструктуры городов и сельских населений. Малые предприятия снабжают рабочими местами тот населенный пункт, в котором расположены, тем самым делая стабильной демографию. Такие предприятия не очень формальны, ведь там руководители находятся в тесном контакте со своими сотрудниками, что не соответствует иерархическому способу управления, как на больших предприятиях. В соответствии с законодательством, численность служащих для различных категорий составляет: микропредприятие – до 15 человек; маленькое предприятие – до 100 человек; среднее предприятие –

до 250 человек. [1] Малый бизнес – это та отрасль, которая разрешает выразить свой креативный, творческий и организационный потенциал.

Предприниматели проворно приспосабливаются к переменам экономики, имеют высокую адаптивность к различным условиям труда. Малый и средний бизнес зачастую раскрывает те отрасли рынка, которые на первый взгляд рискованны. Например, продажа и ввоз продуктов из Китая, новшества маникюра, изготовление экзотической еды — всё это сначала освоили маленькие фирмы, а уж затем начал подчинять под себя большой бизнес.

В Красноярском крае на начало 2018 года приходится 70449 организаций (на 3 % больше чем в февраля предыдущего года) зарегистрированных в форме ИП. Но, не смотря на такую численность по статистике Края за январь 2018 года количество зарегистрированных организаций составило 350, а официально ликвидированных 404. [2]

Правительство нашей страны для поддержания малого и среднего предпринимательства предлагает следующие способы и меры помощи: финансовая поддержка (получение гранта на открытие своего дела), упрощение составления отчетности, применение специальных налоговых режимов. Это все является хорошим содействием развитию малых фирм, но даже ввиду такой помощи, число количества малых предприятий растет незначительно. Малый бизнес играет большую роль в экономике, как края, так и страны, являясь одним из источников налоговых поступлений в пользу государства, также играет большую роль в формировании бюджета, предоставляя рабочие места, и тем самым имеет и социально значимый вес, так как сокращается безработица.

Хотелось бы рассмотреть такую отрасль, как общепит. На сегодняшний день в Красноярском крае зарегистрировано 2022 организации в форме индивидуального предпринимательства осуществляющих деятельность гостиниц и предприятий общественного питания. Большинство организаций общепита приходится на города и ПГТ, что же касается сельских населений, то там значимость подобных предприятий недооценена. Взять за пример Пиревский район Красноярского края. Население района составляет 6952 человек. Всего зарегистрировано 153 ИП, 49% из которых составляет отрасль торговли, 29% сельское и лесное хозяйство, транспортировка и хранение – 7%, и 5% обрабатывающее производство. [2] Деятельность общепита приостановилась в 2013 году, когда единственное кафе «Подкова» закрылось. Значимым шагом для района оказалось бы открытие заведения общественного питания, в развитие социально-значимой инфраструктуры сельского населения.

Так есть ли все-таки необходимость малого предпринимательства в селах? Определенно да. Малый бизнес является развитием сельской местности, обеспечивая поселки, села, деревни рабочими местами, а так же значимыми продуктами и услугами, давая развитие социальной жизни людей.

Список литературы:

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие/ М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2010. С. 45
2. http://www.spark-interfax.ru/#_top – статистика- Красноярский край – Пиревский район (статистика зарегистрированных предприятий в форме ИП, численность населения)

ПРОБЛЕМЫ РАСТЕНИЕВОДСТВА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Соколова И.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент, Далисова Н.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Одной из ведущих отраслей в России является растениеводство. Оно является основным источником для производства жизненно необходимых продуктов, а так же является сырьевой базой для их изготовления. Количество производимой продукции пропорционально зависит от развития этой отрасли. Таким образом, объемы производства этой отрасли должны в полной мере обеспечивать потребность населения. При этом, воз продовольствия из-за границы не должен быть более 34%. На данный момент в нашей стране данный показатель составляет 32,9%, свидетельствуя о неблагоприятной ситуации в отраслях сельскохозяйственных производителей. Чтобы восполнить нехватку продукции необходимо увеличение объемов производства. Чтобы достичь этой цели необходимо более тщательное изучение климатических условий тех или иных регионов. Что позволит, в свою очередь, заниматься районирование высокурожайных культур. Что позволит увеличить посевные площади за счет земель, расположенных в более северных регионах страны, где

более прибыльно будет выращивание пшеницы, свеклы, подсолнечников и льна. Так же следует уделить особое внимание мелиорации земель, а в зимний период заниматься снегозадержанием.

Положительную тенденцию на будущий урожай оказывает оптимизация севооборотов и обновление семенного фонда. На ряду с этим необходимо производить модернизацию машинно - тракторного парка и сельскохозяйственного оборудования. При этом, не стоит забыть о том, что внесение органических и минеральных удобрений тоже оказывают положительный результат на урожайность продукции.

Рассмотрим на примере сельскохозяйственное предприятие ОПХ «Солянское». Это предприятие производит и реализует мясо и молоко, но главное – занимается производством элитных семян и их реализацией, являясь основным производителем Красноярского края.

Стоимость продукции животноводства в ценах реализации превышает стоимость продукции растениеводства, т.е. продукция животноводства приносит более стабильную выручку. Это объясняется тем, что объемы производства продукции растениеводства более подвержены влиянию природно-климатических условий, чем в животноводстве.

В отчетном году на долю молока приходится 54,17% от общего объема продаж, на долю зерна приходилось 30,43% от общего объема продаж, что позволяет сделать вывод, о том, что данное предприятие специализируется на двух направлениях: на молочном и на зерновом.

Общая площадь земель, закрепленных за хозяйством в 2017 году составила 19235 га, что на 3848 га больше чем в 2015 году.

На данном предприятии произошло увеличение реализованной продукции на 1 га сельхозугодий: молока, мяса в живом весе в 1,03 раза. В целом сельскохозяйственные угодья используются крайне неэффективно, но увеличение некоторых показателей дают надежду на будущее и показывают, что эффективность использования сельскохозяйственных угодий увеличивается.

На предприятии наблюдается положительная динамика рабочей силы. Число работников, занятых в сельском хозяйстве в 2017 году по сравнению с 2015 годом возросло на 15 чел., так же произошло увеличение рабочих сезонных и временных на 20 чел., число служащих и трактористов-машинистов сократилось.

Наибольшую рентабельность имеет отрасль растениеводства в 2015 году, поскольку прибыль от этой отрасли в этом году увеличивается. В 2017 году рентабельность растениеводства значительно уменьшается из-за спада прибыли на 20332 тыс.руб. в сравнении с 2015 годом. Рентабельность животноводства увеличилась в 2017 году на 32,44 %, что связано с увеличением прибыли на 57637 тыс.руб.

Большую часть посевых площадей занимают посевы яровой пшеницы. За анализируемый период ее площадь увеличилась на 3348 га. Это связано в первую очередь с расширением площади посевов в 2017 году.

Урожайность зерновых и бобовых с каждым из последующих годов уменьшается, в 2015 году она составляет 24,6 ц с 1 га, в 2016 году – 20,8 ц с 1 га, в 2017 году – 12,2 ц с 1 га, что объясняется тем, что в 2017 году в почву не вносились органические удобрения.

Выручка от продажи зерна была наибольшей в 2016 году и составляла 158449 тыс.руб., но в 2017 году выручка пошла на снижение из-за спада урожайности этого года. Так же к 2016 году возросла себестоимость, а к 2017 году снизилась на 54122 тыс.руб.

По результатам исследования необходимо реализовывать проект по внедрению удобрения. При планировании внесения азотистых, фосфатных и калийных удобрений в почву на планируемый год прибавка урожайности может составить 16 ц с 1 га, что на 3,8 ц с 1 га больше, чем в 2017 году, валовой сбор увеличится на 35374,2 ц; ; себестоимость 1 ц зерна снизится на 139,87 руб.; чистый доход будет составлять 21019,04 тыс.руб, что на 15793,83 тыс.руб. больше, чем до внесения удобрений; уровень рентабельности повысится в 3,7 раза; а экономический эффект на планируемый год составит 14166,3 тыс.руб.

Так же предприятию предлагается внедрение системы параллельного вождения «Агронавигатор», благодаря которому происходит снижение затрат на обработку 1 га зерна; снижается время выполнения работ; осуществляется экономия на семенах, удобрениях и гербицидах; извлекается максимальная прибыль.

Экономия затрат при внедрении «Агронавигатора» на 100 га посевых площадей составит 41052 руб, общая экономия затрат составит 3821,531 тыс.руб., общие затраты на приобретение и установку оборудования составляют 1320400 руб., эффект от использования СПВ равна 2501,131 тыс.руб., окупаемость СПВ составляет 0,35 лет.

Растениеводство, как неотъемлемая составляющая часть агропромышленного комплекса, несомненно, играет важную роль в структуре народного хозяйства. От состояния растениеводства напрямую зависит уровень ВНП.

В современных условиях развитие растениеводства страны происходит неоднозначно. С одной стороны имеют место положительные результаты. Но с другой стороны остаются и продолжают развиваться негативные процессы, которые преобладают над положительными сдвигами, что в целом позволяет оценить положение в отрасли как сложное, не отвечающее задачам развития экономики. Это подвело страну к опасности потерять продовольственную независимость.

Главной негативной тенденцией в сельском хозяйстве является сокращение всех элементов производственного потенциала, как отдельных предприятий, так и отрасли в целом. Сельское хозяйство находится в таком положении, что применение разовых мер уже недостаточно для вывода его из кризиса. Нужны кардинальные меры, предполагающие крупные перемены. В основу аграрной политики должна быть положена новая система преобразований. Суть новой политики должна состоять в том, что при всей необходимости быстрого увеличения объемов производства, исходным и главным ее положением должно быть обеспечение эффективной жизнедеятельности на селе и создание условий для высокого уровня и качества жизни сельского населения.

Список литературы:

1. Посытолов, Г.С. Растениеводство [Текст] (Учебники и учеб. пособия для студентов высш. учеб. заведений) / Г. С. Посытолов, В. Е. Долгодворов, Б. Х. Жеруков и др.; под ред. Г. С. Посытолова. – М. : КоллесС, 2007. – 320 с.
2. Российский статистический ежегодник 2011: Стат. сб. Росстат. М.2011. – 795 с. (<http://www.studfiles.ru/preview/3176126/>)

МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА

Смирнова А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Василькова Т.М.

Костромская государственная сельскохозяйственная академия, Кострома, Россия

Для эффективного функционирования современного сельскохозяйственного производства крайне необходимо развитие рыночной инфраструктуры, одним из элементов которой является логистическая деятельность. В качестве объекта исследования выбрано создание логистического центра. Проблема определения оптимального месторасположения логистического центра для сельхозтоваропроизводителей приобретает актуальность в связи с тем, что большинство существующих овоще и картофелехранилищ не отвечают современным требованиям по энергоэффективности и технологичности. Решить проблему сверхнормативных потерь продукции и при этом повысить качество продукции возможно за счет высокотехнологичного оборудования и оптимальных систем товародвижения, применяемых в логистических центрах.

Создание региональных логистических центров весьма капиталоемкое и рискованное мероприятие, и требует решения целого комплекса взаимосвязанных вопросов, одним из которых является его местоположение. Расположение логистического центра существенно влияет на уровень расходов по складированию и транспортировке грузов.

Выбор месторасположения логистического центра обусловлен как природно-климатическими, так и территориальными факторами [1 С.62]. Рассмотрим ряд факторов, которые необходимо учитывать при выборе месторасположения логистического центра:

1. Транспортная доступность местности. Преимущество стоит отдавать участкам, расположенным на федеральных или межрегиональных трассах. Так же при выборе места нужно изучить обеспеченность территории железнодорожным транспортом.

2. Размер и конфигурация участка. Во избежание заторов и потерь времени для транспортных средств будет требоваться большая площадь для проезда и парковки.

3. Перспективы развития исследуемых территорий, с точки зрения развития производственной и инфраструктурной составляющих. При выборе участка необходимо ознакомиться с генеральным планом развития близлежащих территорий, чтобы убедиться в отсутствии негативно влияющих факторов.

4. Строительные факторы. Постройка зданий должна осуществляться по существующим стандартам и высокотехнологичным технологиям.

5. Местное законодательство. При строительстве необходимо учитывать специфику регионального законодательства и разрешительной документации для осуществления строительства.

Одним из основных факторов влияющих на выбор месторасположения, является величина затрат на доставку товаров со склада логистического центра.

Рассмотрим методы используемые для выбора места расположения логистического центра, включающего один склад.

1. Метод определения центра тяжести физической модели системы распределения.

Данный метод аналогичен методу определению центра тяжести физического тела. При использовании данного метода происходит определение места в котором уравновешиваются грузопотоки от поставщиков к потребителям. При этом существует ряд допущений, по наличию прямолинейности движения рассматриваемых товаропотоков и уравновешенности грузооборотов. Построение своеобразной модели привязанной к конкретным производителям и потребителям позволяет накладывать выбранный центр тяжести на конкретное место на карте, осуществляя тем самым пространственную привязку.

Для определения конкретной точки расположения логистического центра, соответствующей центру тяжести физической модели системы, используются математические формулы. Для обоснования места развития нового логистического центра обслуживанию сельскохозяйственных товаропроизводителей использовался метод определения центра тяжести физической модели системы распределения, учитывающий влияние факторов спроса продукции и транспортно-логистические услуги [2 С.72].

В качестве примера определим место размещения логистического центра в распределительной системе, обслуживающей шесть потребителей (рис. 1). Обозначим на карте обслуживания координатные оси и найдем координаты точек, в которых размещены потребители, например, предприятия по производству и потреблению картофеля, который формируют как спрос, так и предложение для логистического центра.

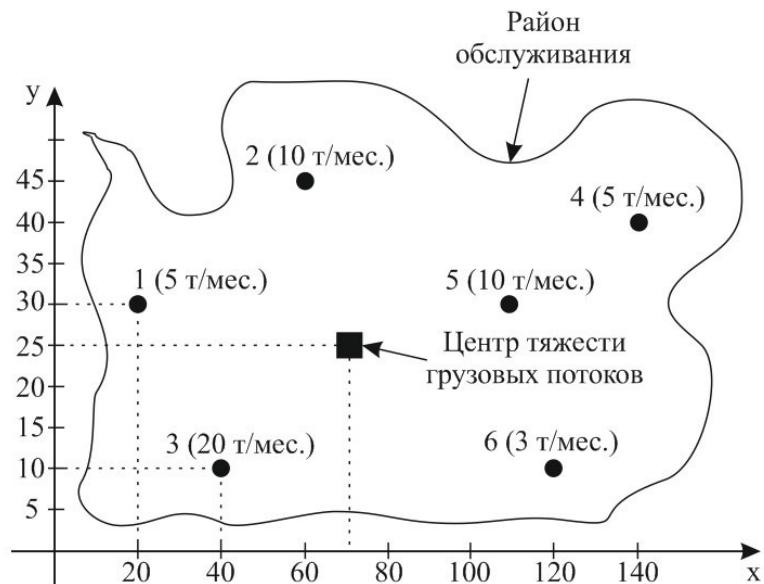


Рисунок 1 - Определение местоположения логистического центра методом поиска центра тяжести грузовых потоков (на рисунке указаны номера предприятий, в скобках — их месячный грузооборот).

Применение данного метода на практике связано с проблемой абсолютного совпадения расчётного и фактического (географического) месторасположения центра. На практике наиболее оптимальное место определяется с учетом как расчётных, так и аналитических данных.

2. Определение места расположения логистического центра методом пробной точки [3 С. 357]. Данный метод позволяет определить наилучшее местоположения логистического центра в случае прямоугольной конфигурации сети автомобильных дорог на обслуживаемом участке.

Метод состоит в последовательной проверке каждого отрезка обслуживаемого участка.

Для расчетов необходимо ввести понятие пробной точки отрезка, а также понятия левого и правого по отношению к этой точке объема поставки товаров.

Оптимальное место расположения склада - точка F

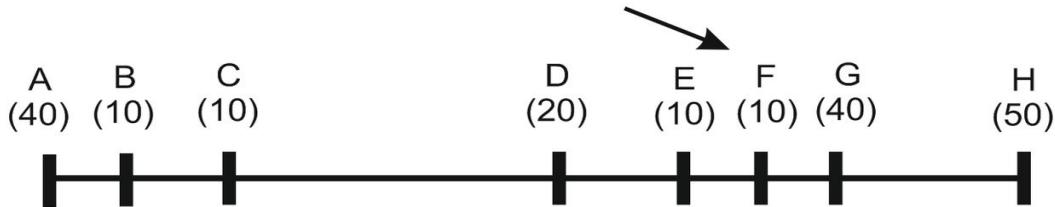


Рис. 2. Определение оптимального местоположения логистического центра на участке обслуживания методом пробной точки (числами указан грузооборот потребителей, тонн в месяц).

Левый по отношению к пробной точке объем завоза товаров — товаропоток к потребителям, расположенным на всем участке обслуживания слева от этой точки.

Правый от пробной точки объем завоза товаров — товаропоток к потребителям, расположенным справа от нее.

Проверку участка обслуживания начинают с крайнего левого конца. Сначала рассматривают первый отрезок участка (отрезок AB). На этом отрезке ставится пробная точка и считается сумма объемов завоза товаров к потребителям, находящимся слева и справа от поставленной точки. В случае когда объем завоза к потребителям, находящимся справа, больше, то проверяется следующий отрезок. Если меньше, то принимается решение о размещении логистического центра в начале анализируемого отрезка.

Перенос пробных точек продолжается до тех пор, пока не появится точка, для которой сумма объемов завоза к потребителям с левой стороны не будет превышать сумму объемов завоза к потребителям с правой стороны. Логистический центр может размещаться в начале этого отрезка, то есть слева от пробной точки. В нашем примере это точка F.

3. Определение оптимального местоположения логистического центра при равенстве левого и правого грузооборотов от пробной точки. При этом определяется отрезок участка для оптимального обслуживания.

Если сумма объемов завоза слева и справа от пробной точки очередной отрезок становится одинаковым. На карте отмечается начало отрезка — точку O — как первое из возможных мест расположения логистического центра на обслуживаемом участке, далее продолжается анализ до появления отрезка, для пробной точки которого значение левого объема завоза будет выше правого.,,

Начало этого отрезка (точка P) определит последнее из возможных мест расположения центра на обслуживаемом участке. В любой из точек отрезка OP участка обслуживания может быть расположен логистический центр.

Оптимальное место расположения склада - любая точка отрезка OP

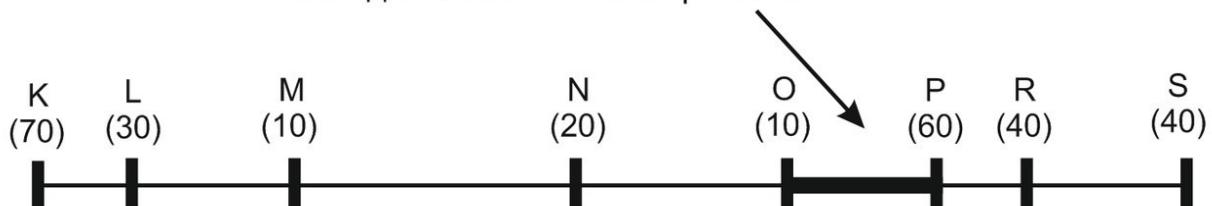


Рис. 3. Определение оптимального местоположения логистического центра при равенстве левого и правого грузооборотов пробной точки (числами указан грузооборот потребителей, тонн в месяц)

Рассмотренные методы основаны на определении минимума транспортных затрат на перемещение продукции с использованием услуг логистического центра. Развитие логистических центров позволит создать в регионе дополнительные агросервисные предприятия.

Список литературы:

1. Василькова, Т.М. Оценка экономической эффективности создания логистического распределительно-фасовочного центра реализации картофеля в костромской области / Т.М. Василькова, А.А. Васильков, О.А. Фролова // Известия Международной академии аграрного образования. — 2016. — № 27. — С. 59-64.
2. Василькова, Т.М. Создание региональных логистических центров для формирования системы агрохимического обслуживания [Текст] / Т.М. Василькова, А.А. Шашкова. // Экономический анализ: теория и практика. — 2016. — № 2 (449). — С. 69-76.
3. Гаджинский, А.М. Логистика: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 420 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56240>. — Загл. с экрана.

К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Толкина К.В.

Научные руководители: Новикова Ю.В., к.э.н., доцент Даисова Н.А.

**Муниципальное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования
«Ужурский центр дополнительного образования»**

В настоящее время одним из приоритетных направлений государственной политики является развитие малого и среднего предпринимательства. Однако будущее любой страны находится в руках современной молодёжи, которую необходимо считать объектом национально - государственных интересов. Большинство молодых людей хотели бы самостоятельно заниматься бизнесом, но лишь немногие становятся удачливыми предпринимателями.

Несмотря на то, что понятие «молодой предприниматель» законодательно пока еще не закреплено, в соответствии молодыми предпринимателями считаются физические лица до 30 лет, а также юридические лица, в уставном капитале которых доля, принадлежащая лицам в возрасте до 30 лет, составляет не менее 50 %. В гражданском кодексе РФ определено, что предпринимательской деятельности гражданам разрешено заниматься по достижении 16 лет[1].

Россия теряет позиции во всех международных рейтингах, и итоги Глобальный мониторинг предпринимательства» (GEM)- еще одно подтверждение этой тенденции. В GEM-2016 участвовали 54 национальных команды, опросившие свыше 140 000 человек, из них в России порепрезентативней выборке 7500. Ученые изучают, какова доля предпринимательски активного населения в разных странах, каков вклад предпринимательства в экономический рост, что нужно сделать правительствам и международным организациям для создания благоприятных условий для развития бизнеса. Россия в проекте с 2006 г.- исследование ведут НИУ ВШЭ и Высшая школа менеджмента СПбГУ. К сожалению Россия по-прежнему занимает одно из последних мест по уровню предпринимательской активности среди всех стран с 6,3% так называемых ранних предпринимателей т.е. начинающих предпринимателей и владельцев совсем еще молодого бизнеса - до 24% в Китае, 23% в Чили и 12,3% в США. Ниже, чем в России, этот показатель только в Словении [2].

Таблица.1- Динамика основных показателей ранней предпринимательской активности по методологии « Глобальный мониторинг предпринимательства» (2011-2016) гг., %

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ранние предприниматели (TEA) (% взрослых)	4,6	4,3	5,8	4,7	4,5	6,3
Владельцы бизнеса старше 3,5 лет(% взрослых)	1,2	1,4	1	2,1	2,7	2,8
Добровольные предприниматели(% взрослых)	3,4	1,9	2,5	2,6	2,5	3
Вынужденные предприниматели (%) взрослых)	1,4	0,5	0,7	1,1	1,3	1,2

И этот результат не является случайностью, отклонением или результатом кризиса. На притяжении всего периода наблюдений - и до кризиса, и вовремя него данные по России стабильно колеблются «вокруг плинтуса». Если сопоставить данные по разным группам предпринимателей

ранних и владельцев зрелого, устоявшегося бизнеса – в 2011-2016 годах, то можно заметить: доля ранних предпринимателей выросла на 15%, а владельцев устоявшегося бизнеса - на целых 33%. Бизнес «стареет». Вернее признак того, что приток новых сил в предпринимательство недостаточно интенсивный.

Привлечение молодежи к предпринимательской деятельности может стать одним из эффективных решений данной проблемы. «Во всем мире и науку, и технологические достижения делают молодые, поэтому наша абсолютно актуальная задача поощрять научно - техническое творчество молодежи, создавать условия для создания новых идей и, самое главное, для их последующего применения, то есть для коммерциализации - отметил Д. Медведев на одном из заседаний Госсовета. Очень важно впоследствии эти идеи популяризовать, поощряя состязательность как часть инновационного процесса».

Согласно статистики примерно 300 млн. молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет во всем мире либо не имеют постоянного места работы, либо вообще являются безработными. Около 20 % из них обладают отличными способностями для начала собственного бизнеса, и в силу различных причин только 5 % решаются на это.

Что такое молодой человек, успешно нашедший себя в предпринимательстве в 18-20-25 лет? Это бизнес - компания, которая будет стablyно работать и приносить доход государству в виде налогов на протяжении минимум 30-40 лет.

Но это решения связано и со многими трудностями.

Каковы же основные проблемы, с которыми сталкивается юный предприниматель?

1. Одной из главных проблем развития молодежного предпринимательства является информационный вакуум как в части возможностей получения знаний и умений для начала предпринимательской деятельности, так в части существующих городских и областных организаций, фондов, проектов и программ поддержки молодежного предпринимательства, а также органов власти, курирующих данные вопросы. К этому пункту также следуют отнести нормальные отношения к бизнес-плану только как к средству, необходимому для получения поддержки.

2. Для быстрого старта любого бизнеса необходима реклама, однако размещение наружной рекламы в городе очень дорогое (Например, на афишных тумбах - 80 тумб на 10 дней-8 000 рублей). Собственники рекламных конструкций не идут на встречу молодым предпринимателям и не снижают цены, многие рекламные стенды пустуют.

3. Не серьезное отношения к молодым предпринимателям как со стороны местных властей, так и со стороны партнёров[4].

Следует отметить те факторы, которые обуславливают необходимость целенаправленного регулирования молодежного предпринимательства.

1. Стремительное сокращение доли молодежного предпринимательства, особенно в высокотехнологическом производстве.

2. Неудовлетворительные социальные характеристики молодых предпринимателей. Исследователи отмечают ориентацию на потребительство, снижения культуры и качества досуга.

3. Доминирование среди молодых предпринимателей ориентация на прибыль. Для сравнения среди молодых предпринимателей Канады на первом месте стоит мотив быть самому себе начальником, тогда как к стремлению получить доход отводится на второе место.

4. Также стоит обратить внимание на то, что еще при выборе профессии, со школьной скамьи человек не имеет практически возможность понять, что это за профессия такая (Предприниматель). На сегодняшний день большинстве случаев сводится к написанию учебного бизнес-плана на уроки экономике (Хотя и экономика есть и не во всех школах), и в этих бизнес-планах ребята традиционно, описывают далёкие от реальности компаний – мечты[3].

В настоящее кризисное время, когда совсем не просто найти работу, открытия молодыми гражданами России собственного бизнеса может стать эффективным способом обеспечения занятости молодежи. С этой целью должны быть созданы правовые предпосылки поддержки начинающих бизнесменов[5].

Роль в формировании нового поколения профессиональных управленческих кадров, развитие инновационной экономики, предпринимательского сектора страны должно сыграть развитие системы бизнес - образования. Это не удивительно, ведь именно на плечах образования лежит задача удовлетворения потребностей бизнеса в квалифицированных специалистах, подготовленных управленцах.

Список литературы:

1. Гражданский Кодекс РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru>
2. Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства - Россия» за 2016-2017г. URL: http://gsom.spbu.ru/files/docs/gem_russia_2016-2017.pdf
3. Харченко К.В. Молодежное предпринимательство как объект социального регулирования // Современная российская молодёжь: от стихийной самоорганизации к целенаправленному формированию субъектности: материалы Всероссийской научно - практической конференции. Белгород: Издательство БулГУ, 2007. С. 208-213.
4. URL: <http://www.bishelp.ru>
5. Федеральный журнал СБК URL: <http://wwconf.ru>

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

Туркова П.А.

Научный руководитель к.э.н., доцент Степанова Э.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Молочная отрасль является одной из отраслей для обеспечения продовольственной безопасности России. Молоко стало необходимым продуктом питания для человека, так как, согласно исследованиям учёных, содержит важные витамины и микроэлементы, которые необходимы для здоровья. Кальций, который содержится в твороге и сыре является строительным материалом для формирования костей и зубов, а магний влияет на работу сердечной мышцы. На современном этапе развития молочная отрасль России сегодня находится в крайне тяжелом положении. Ситуация по производству молока ухудшается об этом свидетельствуют данные статистики.

По предварительным итогам 2015 года, производство сырого молока практически соответствует объемам 2014 года: за январь – декабрь 2015 г. в хозяйствах всех категорий произведено 30 791 тыс. т. В сельскохозяйственных предприятиях произведено 14 713,3 тыс. т. Сырого молока (47,8 % от общего объема), в крестьянских (фермерских) хозяйствах и в хозяйствах индивидуальных предпринимателей – 2 034,7 тыс. т. (6,6%), хозяйствах населения – 14 033,1 тыс. т. (45,6%). В то же время рост производства в сельскохозяйственных организациях и крестьянских (фермерских) домохозяйствах на 2,9% нивелировалось снижение производства в домашних хозяйствах на 3,3%, в результате чего общий объем остался практически на уровне прошлого года.

На протяжении нескольких лет наблюдается тенденция увеличения производства фермерских хозяйств и уменьшение объемов производства молока на фермах населения, что связано с переходом части частных подсобных хозяйств на статус крестьянских хозяйств. Невозможно радикально изменить производство в пользу сельскохозяйственных организаций и крестьянских хозяйств в краткосрочной перспективе по объективным причинам, что отрицательно сказывается на развитии молочной промышленности. Концентрация почти половины числа коров в низкодоходных и нетехнологических домохозяйствах снижает объем молока, доступного для переработки

На региональном уровне максимальный относительный прирост производств в хозяйствах всех категорий отмечен в Республике Ингушетия (+11,5%, до 74,4 тыс. т), Калужской (+11,2%, до 253,8 тыс. т) и Калининградской (+8,8%, до 170,0 тыс. т) областях, а также в Кировской (+6,8%, до 578,8 тыс. т), Тульской (+6,0%, до 187,3 тыс. т), Вологодской (+5,6%, до 469,4 тыс. т), областях, Приморском крае (+4,3%, до 123,7 тыс. т. [1].

Позитивным является тот факт, что увеличивается производство молока во многих регионах страны, включая крупнейшие (республики Башкортостан, Татарстан, Дагестан и Удмуртия, Краснодарский край и Красноярские края). Наибольшее снижение объемов производства (в относительном выражении) в 2015 году произошло в Республике Крым (-21,3%, до 225,7 тыс.) Кургане (-15,9% до 252,6 тыс. т), Калмыкии (-10,5%, до 78,8 тыс. т) и Ульяновской области (-9,2%, до 211,1 тыс. тонн) [1].

В то же время на 25 субъектов Российской Федерации к концу 2015 года пришлось 65% произведенного объема молока. Рекордные объемы производства молока сохраняются в Республике Башкортостан (1 812,3 тыс. Т, + 2,2% по сравнению с 2014 годом), Республике Татарстан (1 750,7 тыс. Т, + 1,3%), Краснодар (1 328,2 тыс. т, + 2,0%) и Ростовской области (1 080,5 тыс. Т, + 0,1%). В топ-25, в том числе Воронежский, Оренбургский, Саратовский, Омский, Новосибирский, Свердловский, Нижегородский, Московский, Ленинградский, Кировский, Тюменский, Белгородский, Волгоградский

и Вологодский районы, республики Дагестан и Кабардино-Балкария, Ставрополе и Пермском крае [1].

Общее количество коров в Российской Федерации в целом в 2015 году сократилось на 1,8% (01.01.2016 по сравнению с 01/01/2015) и составило 8 379,2 тыс. рублей голова. Снижение поголовья скота во всех категориях, за исключением К(Ф)Х и ИП: в СХО - на 1,6%, до 3,385,0 тыс. голов, в домашних хозяйствах - на 3,3%, до 3 873,6 тыс. голов в К(Ф)Х и ИП поголовье скота увеличилось на 3,2% и составило 1 120,6 тыс. голов [2].

В случае СХО сокращение количества скота объясняется в большей степени, в интенсификации производства и обновлением стада на более продуктивный скот зависимости от общей тенденции к урбанизации и сложного экономического положения домашних хозяйств населения.

Наибольшее уменьшение поголовья коров (в относительном выражении) отмечено по предварительным итогам 2015 года в Республике Северная Осетия-Алания (-19,6%, до 55,2 тыс. гол.), Тамбовской (-10,9%, до 41,4 тыс. гол.), Магаданской (-9,7%, до 1,5 тыс. гол.), Курской (-7,2%, до 65,3 тыс. гол.) и Смоленской (-6,6%, до 49,5 тыс. гол.) областях. При этом в 28 субъектах РФ отмечено увеличение поголовья коров. Среди них г. Севастополь (+14,2%, до 1,1 тыс. гол.), Брянская область (+12,8%, до 175,1 тыс. гол.), Республика Ингушетия (+9,1%, до 29,7 тыс. гол.), Калининградская (+6,9%, до 50,0 тыс. гол.) и Калужская (+5,8%, до 57,8 тыс. гол.) области, которые продемонстрировали наибольшее увеличение поголовья (в относительном выражении). Наибольшее поголовье коров сохраняется в Республике Дагестан (485,2 тыс. гол., +2,3%), Республике Башкортостан (460,2 тыс. гол., -5,2%), Республике Татарстан (366,7 тыс. гол., -1,7% [1].

Уменьшение поголовья коров в хозяйствах всех категорий в регионах, являющихся крупнейшими производителями молока, на фоне повышения общего объема производства молока в этих регионах свидетельствует об интенсификации производства и повышении молочной продуктивности коров. Планомерное увеличение молочной продуктивности коров в различных категориях хозяйств отмечается уже на протяжении нескольких лет, при этом СХО демонстрируют наибольшие темпы. За период с 2009 по 2014 годы средняя продуктивность коров в СХО выросла на 18%, до 4 841 кг/год, в то время как в хозяйствах населения интенсификации производства не отмечается. В среднем по РФ (хозяйства всех категорий) за тот же период рост составил 8%, с 3 737 до 4 021 кг/год.

Однако в настоящее время не позволяет осуществлять модернизацию и интенсификацию производства сложное экономическое положение большинства сельхозпроизводителей. Ремонт и обслуживание импортного оборудования на фоне удорожания и недоступности кредитных средств, повышение затрат на корма приводят к необходимости снижения себестоимости производства всеми доступными способами

Правительством России была предложена государственная программа сельского хозяйства и регулирования рынков сельхозпродукции, сырья и продовольствия для улучшения ситуации в молочной отрасли на 2013-2020 годы

Государственная поддержка российской молочной промышленности осуществляется в 2015 году по следующим основным направлениям:

- субсидии на 1 кг продаваемого товарного молока;
- возмещение части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) на строительство и реконструкцию молочных скотоводческих объектов;
- возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) на развитие молочного скота;
- субсидии для возмещения части прямых затрат, понесенных для создания и модернизации молочных ферм (молочных ферм)

Для увеличения производства молока в России необходимо осуществлять государственную поддержку сельхозпроизводителей, внедрять на производство современное, конкурентоспособное оборудование. В ряде хозяйств нужно изменить структуру управления производством [2].

Эта статья нужна для того чтобы научных знаний студента по разным дисциплинам менеджмента, что обуславливает его готовность в написании диплома

Список литературы:

1. [электронный ресурс].-код доступа <HTTP://MILKNEWS.RU>
2. Козлов В.В., Орлова Н.В., Коленченко И.А. Государственное управление инновационным развитием экономики // Аграрный научный журнал. 2010. № 6. С. 51-53.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ОКАЗАНИЕМ УСЛУГ

Улыбин В.С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Актуальность совершенствования процесса управления оказанием услуг в последнее время приобретает все большую значимость. Обусловлено это тем фактом, что в настоящий момент мы все активнее переходим от сферы производства к сфере услуг. В странах, занимающих ведущее положение в мировой экономике, сфера услуг является наиболее перспективной, во многом опережая производственный сектор. Степень и активность ее развития, экономические, научно-технические, структурные и прочие показатели оказывают чрезвычайно активное влияние на экономический и социальный прогресс и место стран в глобальном экономическом пространстве.

Как отмечают Т.А. Бурцева и Е.А. Лысова, «управление предприятием сферы услуг – это сознательное постоянное воздействие субъектов управления на объекты и процессы, а также на участие в них людей, имеющее целью выбора направление деятельности предприятия сферы услуг и получение желаемых результатов. Целями управления являются повышение прибыли и уровня рентабельности деятельности, укрепление конкурентной позиции на рынке, создание конкурентных преимуществ, адаптивность предприятия к изменяющимся внешним условиям, а также реализация интересов собственников, работников и потребителей услуг предприятий»[1, С.46].

Специфика процесса управления оказанием услуг связана, в первую очередь с особенностями самой услуги, учитывать которые необходимо при организации грамотной системы управления. В частности, к таким особенностям относятся [4]:

- нематериальный характер услуги,
- неразрывность потребления и производства услуги,
- изменчивость ее качеств,
- неспособность к хранению,
- зависимость от исполнителя услуги.

Таким образом, специфика эффективности процесса управления оказанием услуг характеризуется результативностью управленческой деятельности, при этом основная особенность менеджмента заключается в том, что управленческий труд непосредственно не создает материальную ценность, а лишь участвует в создании благ посредством организации труда других лиц. По этой причине результаты труда управленцев могут быть воплощены в результате труда возглавляемых групп и компаний в целом.

Как показывает анализ современных организаций, оказывающих те или иные услуги населению, основная проблема их заключается в недостаточно отложенном и эффективном процессе управления организацией. Анализ уровня эффективности менеджмента в современных организациях сферы услуг показывает, что руководителями в далеко не полной степени реализуются цели компании, наблюдается неэффективное использование ресурсов организации, как следствие, увеличение затрат и снижение прибыли.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что, несмотря на активное развитие сферы услуг в мире и в нашей стране в частности, повсеместно наблюдается проблема неэффективного управления предприятиями данной области.

В рамках настоящей статьи нами было выделено несколько направлений совершенствования процесса управления оказанием услуг. В частности, к данным направлениям нами были отнесены:

- совершенствования процесса управления оказанием услуг за счет повышения производительности труда с помощью таких методов, как моральная и материальная мотивация, оптимизация корпоративной культуры, реструктуризация, оптимизация и т.д.
- совершенствования процесса управления оказанием услуг за счет увеличения прибыли предприятия с помощью таких методов, как экономия на издержках, увеличение оборота услуг, расширение сфер деятельности, планирования и т.д.

Таким образом, методы совершенствования процесса управления оказанием услуг зависят от того, в какой области управления наблюдается проблема. Ниже представим наиболее актуальные для сферы услуг методы.

В частности, один из таких методов предлагает М.А. Воронкова [3]. Она говорит о том, что обеспечение целостного и беспрерывного процесса снабжения всех этапов производственного процесса (в том числе и в сфере услуг) нужными запасами в необходимом количестве и надлежащего

качества – одна из главных гарантий эффективного осуществления финансово-хозяйственной деятельности предприятий и успешного стратегического развития в условиях рыночной экономики. Данный путь как способ повышения эффективности функционирования предприятия как в производственной сфере, так и в сфере услуг. Ведь, будучи нематериально, услуга, при ее оказании непосредственно потребителю, тем не менее, требует наличия определенных запасов. Так, если исполнителем оказываются услуги по перевозке, он должен иметь необходимый объем запасов исправных автомобилей, с помощью которых данные услуги осуществляются, а также необходимых расходных средств (бензина).

В тоже время, для организаций сферы услуг возможно предложить расширение спектра предлагаемых услуг, о которой говорят Строков В.А. и Шувалова А.И.[6], на основании конкурентного управления. Смысл конкурентного управления количеством предлагаемых услуг состоит в том, что фирмой для повышения объемов продажлагаются рынку модели услуги одного типа разного функционального качества в разных ценовых потребительских сегментах. Например, в сфере перевозок могут быть предложены услуги такси как эконом, так и бизнес-класса, салон-парикмахерская может предлагать своим клиентам не только услуги по уходу за волосами для взрослых, но и для детей. Этот подход позволит повысить конкурентоспособность, а значит, и эффективность функционирования организации.

Кроме того, в последнее время все активнее традиционный функционально-ориентированный подход вытесняется процессно-ориентированным, оказавшим свою эффективность во многих зарубежных компаниях. В его основе лежит представление о бизнес-процессе как о последовательности действий, предпринимаемых для достижения конкретных целей. По мнению менеджеров процессно-ориентированное управление позволяет качественно изменить деятельность организации на операционном, межфункциональном и межорганизационном уровнях [2, С.26]. В итоге, повысится управляемость организации, снизится влияние человеческого фактора и себестоимость услуг. Результатом будет изменение качества самой организации, ее формирование в процессно-ориентированную организацию, где весь коллектив это осознанный и заинтересованный участник непрерывного процесса деятельности, связанного с конечным результатом оказания услуг.

В заключение отметим один немаловажный момент в совершенствовании процесса управления оказанием услуг. Он заключается в том, что, как отмечают Т.А. Бурцева и Е..А. Лысова [1, С.52], при совершенствовании управления предприятиями сферы услуг необходимо решать задачи его адаптивности, т.е. целенаправленного изменения его параметров, структуры и свойств на происходящие изменения, т. е. переориентацию системы на решение изменяющихся задач. Адаптивный механизм управления предполагает необходимость быстро и с наименьшими затратами реагировать на изменения внешней среды и внутренних возможностей предприятия.

Список литературы:

1. Бурцева Т.А., Лысова Е.А. Особенности управления предприятиями сферы услуг // Вестник НГИЭИ. – 2016. - № 9 (64). – С.46-53.
2. Варзунов А. В., Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Анализ и управление бизнес-процессами /Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. –112 с.
3. Воронкова М.А. Управление запасами как фактор стратегического развития организаций // Проблемы экономики и менеджмента. 2016. № 1 (53). С. 49 - 51.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. пер. с англ. 9-е изд. - М. : Вильямс, 2003. - 1200 с.
5. Нанакина Ю.С. Процессно-ориентированный подход как главный фактор эффективного управления организациями / Ю.С. Нанайкина, В.А. Байбакова // Век качества. – 2017. - №2. – С.40-53.
6. Строков В.А., Шувалова А.И. Качественная конкуренция путём увеличения числа потребительских функций продукта // Проблемы экономики и менеджмента. 2016. № 2 (54). С. 47 - 52.

ЭКСПОРТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Храмцов И.А., Малютин В.В.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Чепелева К.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Экспорт – это вывоз товара с таможенной территории страны без обязательства об обратном ввозе, с целью реализации товара или услуги зарубежом. Другими словами – это показатель внешнеэкономической деятельности, суть которого заключается в продаже товаров или услуг в другие страны. Данный показатель должен быть положительным и превышать такой показатель как импорт (ввоз товаров из-за рубежа). Для любой страны показатели экспорта являются важными, поскольку отражают состояние внутреннего рынка, положение страны на внешнем рынке и экономическую безопасность страны.

Долгое время Российская Федерация была экспортером природных полезных ископаемых, добыча которых составляла значительную часть бюджета страны. Но политическая ситуация, при которой против нашей страны ввели санкции, привела не только к ответным санкциям, но и к пассивной реструктуризации рынка. Но прежде чем говорить о реструктуризации или «переориентации» рынка, следует понять: в чем заключаются основные проблемы современной национальной экономики.

Большинство экспертов считают, что российский экспорт слишком долго основывался на продаже углеводородов (нефти и газа). Конечно, существует мнение, которое утверждает, что добыча полезных ископаемых составляла лишь малую часть от формирования бюджета страны, но данные предоставленные Министерством финансов говорят об обратном (рис.1) [6]:



Рисунок 1. Изменения доли добычи полезных ископаемых в ВВП страны

На протяжении десятилетий доля доходов от добычи и продажи нефти и газа составляла практически половину бюджета страны. Показатели не вошедшего в график 2016 года только за период «январь-февраль» снизились на 34,3 % по отношению к показателю за этот же период 2015 года. Данное снижение обусловлено падением цен российскую нефть: январь-февраль 2015 показатель составлял \$ 33-36 за баррель нефти, аналогичный период 2016 года – \$ 29,7 за баррель[6].

Необходимость реструктуризации заключается в том, что сырьевой рынок – это один из самых ненадежных рынков. Причинами данного суждения являются следующие проблемы:

1. Сыре обладает таким негативным фактором как невосполнимость, то есть рано или поздно оно закончится и тогда рухнет вся экономика страны и регионов;
2. Постоянно меняющиеся цены делают данный вид рынка нестабильным;
3. Долгая зависимость от сырьевого рынка не позволила в полной мере развиваться другим отраслям экономики.

Экспорт страны является синергетическим эффектом экспорта региона, и для эффективного перераспределения экономической деятельности потребуется провести реструктуризацию экспорта регионов. В экспорте страны Красноярский край занимает лишь двенадцатое место.

Так в период с января по ноябрь 2017 года объем экспорта для нашего региона составил 5,21 млрд. долларов, в процентном соотношении это 1,63% от доли в российском экспорте. Как отмечает Российский экспортный центр (РЭЦ) доля несырьевых ненеэнергетических товаров в экспорте Красноярского края составляет 88,17% [4]. Однако самыми экспортными товарами в нашем регионе являются следующие виды (табл. 1).

Таблица 1. Топ 3 экспортных товаров в регионе

№	Товар	Доля в экспорте региона, %
1	Медь	30,54
2	Алюминий	29,25
3	Древесина и продукция деревообработки	11,33

Для того чтобы избавится от перечисленных проблем, нашему региону необходимо использовать приемы реструктуризации, то есть переориентировать экономику региона обеспечив экспорт несырьевой продукции. Среди перспективных направлений развития такого экспорта можно выделить пищевую промышленность аграрно-промышленного комплекса, которое может привлечь как дополнительные инвестиции, так и обеспечить развитие новых технологий.

Под реструктуризацией понимают изменение производственной и организационной структуры компании, отрасли или национальной экономики в целом [2]. Ключевые направления реструктуризации можно рассматривать в сфере сбыта и маркетинга. Эти два направления тесно взаимосвязаны друг с другом и во многом успешное развитие одного, является и успешным развитием для другого, к тому же маркетинг также связан и с производственными процессами, поэтому реструктуризация также затронет и производственные процессы. Но при реструктуризации данных видов деятельности необходимо учитывать ряд факторов:

- 1) использование традиционного и нетрадиционного подхода в маркетинге и сбыте;
- 2) сочетание новых и старых производственных процессов и оборудования;
- 3) использование методов ценовой и неценовой конкуренции; масштабность фирмы (по численности, объему производимой продукции);
- 4) узнаваемость брендов;
- 5) наличие фирменных магазинов и дилерской сети и т.п.

Введение новых производственных процессов оказывается намного более сложным делом, чем изготовление и продвижение новых продуктов с использованием старой производственной базы. Поэтому в большинстве случаев вложение денег в постепенное улучшение старых производственных процессов оказывается более эффективным. Среди таких примеров можно выделить разработки ученых Школы биомедицины ДВФУ, которые разработали оригинальную рецептуру "наношоколада" с морской капустой [3]. Особенность данного шоколада заключается в ведении инновационных технологий, которые позволили доставлять биологические активные вещества в организм более эффективно. Это позволило выйти Приморскому региону на рынок стран Азии (Япония, Китай, Корея), и создать бренд не только предприятия, но и целого региона.

В Красноярском крае таким предприятием может стать кондитерская фабрика в Минусинске, 85% продукции которой идут на экспорт в другие страны и лишь 15% в сам регион [1]. Если применить похожие технологии, то регион сможет обеспечить первые шаги по несырьевому экспорту региона, а само предприятие сможет закрепиться на зарубежном рынке как инновационное предприятие и обеспечит еще большую узнаваемость бренда.

Список литературы:

1. ВГТРК Красноярск. В Минусинске модернизировали кондитерскую фабрику. Репортаж от 21.03.18 Статья. [Электронный ресурс]: <http://krasnoyarsk.rfn.ru/region/rnews.html?id=228366&rid=339&iid=20066>
2. Реструктуризация (понятие слова). [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://wordhelp.ru/word/%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ: ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ Черкашин Д.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Степанова Э.В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия*

Актуальность вопросов, связанных с совершенствованием управления сбытом торгового предприятия строительными материалами заключается в том, что в современных условиях рыночной экономики чрезвычайно активизируется роль отдельных производственных и торговых предприятий как субъектов рыночных отношений. И в этой ситуации требования конкурентоспособного рынка не ограничены лишь производством качественной продукции, удовлетворяющей требования потребителей. Не менее важным в данном случае является доведение товара или услуги до конечных покупателей и организация их доступа для целевой аудитории. В этом аспекте чрезвычайную важность приобретает сбытовая деятельность предприятия. Сбытовая деятельность - это реализация возможности производственного или торгового предприятия в продвижении своих товаров и услуг, направленная на удовлетворение нужд потребителей и получение максимального дохода за счет организации спроса на свой товар и активизацию сбыта. Таким образом, от грамотного управления системой сбыта как центрального звена в системе маркетинга зависит уровень развития всего предприятия. Следовательно, она всегда должна находиться в поле зрения руководителя и маркетолога.

Строительные материалы – товар, всегда востребованный на рынке. Людям хочется жить в уютном и красивом доме, иметь качественный ремонт. К тому же, активные темпы строительства новых домов вносят свою лепту в развитие рынка строительных материалов [2].

Однако, проблема заключается в том, что наряду с развитием рынка строительных материалов, наблюдается, что вполне закономерно, активная конкуренция в этой области. Появляются новые игроки, расширяется ассортимент, наконец, совершенствуется сбыт. У современных покупателей катастрофически не хватает времени на походы по магазинам и выбор нужного товара посредством посещения всех торговых точек города. Однако они с удовольствием в свободное время готовы воспользоваться Интернет-ресурсами для поиска нужного товара. Практически все крупные и не очень магазины имеют свой сайт в Интернете с возможностью оформления через него покупки. Как показывают современные исследования, в настоящее время в мире через Интернет-сайты продается порядка 30% товаров для строительства и ремонта. Однако в нашей стране эта цифра едва достигает порога 2% от общего оборота строительных материалов. В Красноярске же она и того меньше. Таким образом, имея весьма выгодную возможность совершенствования системы сбыта посредством всемирной сети Интернет, многие магазины строительных материалов в нашем городе не уделяют ей достаточного внимания.

Прежде, чем перейти к вопросу совершенствования управления сбытом строительных материалов посредством всемирной сети Интернет, считаем целесообразным определить специфику потенциальных клиентов данной категории товаров, в зависимости от которой возможны различные модификации системы сбыта.

Так, всех покупателей стройматериалов можно условно разделить на три группы.

1. Розничные клиенты. Они приносят максимальную прибыль с каждой единицы товара, т. к. для розничных покупателей цена менее важна, и они готовы платить на 10-15% больше за сервис, наличие, транспортную доступность, качество обслуживания. Но для их обслуживания нужны большие затраты на товар на складе, розничные точки, обслуживающий персонал.

2. Оптовые клиенты - строительные организации. Это наиболее привлекательная группа покупателей, ведь они регулярно нуждаются в больших объемах товара. Помимо цены они ориентируются на представленный ассортимент, скорость и бесперебойность поставок.

3. Оптовые клиенты - торгующие предприятия (посредники), которые перепродают закупленный в том или ином торговом предприятии товар. Это группа, с наиболее низкой маржинальностью - посредники увеличивают оборот, но дают минимальный заработок, т. к. для получения прибыли должны закупать товар по минимально низкой цене. Суть их бизнеса - купить дешевле, продать дороже, они могут переплатить только за эксклюзив [3].

Для увеличения продаж стройматериалов, надо четко понимать, на каких клиентов ориентирован бизнес - оптовых, розничных или и тех, и других.

При этом, как отмечают многие исследователи, подходить к выбору целевой аудитории необходимо не из личных предпочтений, а учитывая ситуацию и статистику по региону и другие объективные факторы, в частности:

- количество потенциальных клиентов в категории,
- текущая ситуация в бизнесе,
- потребности регионального рынка,
- количество средств, которое фирма готова вложить в развитие и другие.

С нашей точки зрения, розничные клиенты как покупатели строительных материалов через Интернет-сайт являются наиболее интересными, т.к. для них важен сам процесс выбора. Сидя дома за чашкой чая, они могут, не спеша просматривать каталоги, получить онлайн-консультацию у сотрудника магазина, наконец, сформировать покупку и проплатить ее. Главное для них в интернет-обслуживании – это комфорт выбора.

Оптовые же клиенты как потенциальные покупатели через Интернет-сайт интересны магазину ввиду того, что ни всегда торопятся, не имеют достаточно свободного времени, чтобы самим подъехать в магазин, но всегда имеют возможность найти несколько минут, чтобы зайти на сайт и посмотреть наличие и характеристики того или иного товара. Кроме того, ввиду экономии на издержках, таких, как аренда торгового зала, обслуживающий персонал, коммунальные расходы и прочее, продажа через Интернет может быть более выгодной в этом аспекте и для покупателей (особенно оптовиков), и для самого магазина [4].

Исходя из всего вышесказанного, нами были выделены следующие плюсы продаж стройматериалов для покупателей:

- комфорт (возможность выбора товаров, не выходя из дома с доставкой при постоянной возможности получения консультации);
- более низкая цена по сравнению с аналогичным товаров в стационарном магазине (что обусловлено снижением издержек);
- возможность покупки в любое удобное для клиента время (круглосуточно, без привязки к графику работы стационарного магазина);
- возможность получения отзывов об интересующем товаре со стороны других клиентов через систему обратной связи.

Для самого торгового предприятия возможность использования Интернет-сайта как канала сбыта дает возможность:

- экономить на издержках;
- активизировать продвижение своего магазина в Интернет-пространстве;
- увеличивать поток клиентов за счет Всемирной сети Интернет как канала сбыта.

Таким образом, Интернет-продажи – это действенный метод для увеличения продаж в кризис или в периоды сезонного спада, например, зимой. Многие современные теоретики и практики маркетинга активно рекомендуют продавать строительные материалы через интернет. Если у магазина нет собственного сайта, самое время его создать. Если сайт есть, важно грамотно его продвигать, добиваясь релевантных (целевых) посетителей. Сайт позволяет не только расширить круг покупателей, но и сэкономить на расходах (на аренде офиса и заработной плате менеджеров, ведь принимать заказы с сайта может сотрудник, работающий на дому).

Однако следует помнить, что продажи через Интернет не замена обычного стационарного магазина, а лишь один из каналов сбыта. Обусловлено это в первую очередь тем фактом, что далеко не весь ассортимент строительных материалов можно реализовать через сеть. Начальник центрального управления по маркетингу и сбыту группы КНАУФ СНГ Алексей Зимин, например, считает, что есть товары, которые лучше и удобнее продавать только через дистрибуторов: они на месте дадут клиенту все необходимые консультации и покажут, как с ними работать [1].

Список литературы:

1. Интернет-продажи стройматериалов: плюсы и минусы. Говорят участники рынка // <http://rcmm.ru/stroitelnye-materialy/30411-internet-prodazhi-stroymaterialov-plyusy-i-minusy-govoryat-uchastniki-rynska.html>
2. Бизнес идеи в строительстве: новые идеи малого бизнеса в сфере строительства и ремонта в 2018 году // <https://biznes-prost.ru/category/biznes-idei/stroitelnyj-biznes>
3. Как увеличить продажи стройматериалов? // <http://salers.ru/povyshenie-prodazh-strojmaterialov/>
4. 10 секретов интернет-продаж. В помощь владельцам интернет-магазинов // http://dlearning.ru/articles/?ELEMENT_ID=332

ВЛИЯНИЕ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

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 России.

Производительность труда можно назвать основополагающим фактором макроэкономического роста Российской Федерации, который влияет на отраслевую и корпоративную эффективность, а также на конкурентоспособность внутренней и внешней экономики страны. Поэтому изучаются различные факторы, позволяющие увеличить производительность труда, одним из которых являются ресурсосберегающие технологии.[7]

Методы повышения производительности труда перманентно занимают значительное место в научных исследованиях. При этом вопросы создания эффективной системы управления производительностью труда и мотивационной составляющей, адаптированной к рыночным условиям, остаются не в полной мере решенными. Несмотря на эффективные приемы развития теории труда, разработанные различными учеными, следует отметить, что многие аспекты повышения производительности труда требуют формирования новых методических разработок по совершенствованию ее системы управления.

Согласно статистическим данным, большая часть территории Красноярского края относится к зоне рискованного земледелия, но, несмотря на данный факт, регион по итогам первого полугодия 2016 года (по данным расчетов) занял 4-е место по уровню производства продукции сельского хозяйства в Сибирском федеральном округе. Также по показателю урожайности зерновых и зернобобовых культур край уже на протяжении 10 лет занимает лидирующие позиции. Основная доля производства зерновых и зернобобовых культур (около 90%) приходится на сельскохозяйственные организации.[8]

Производительность труда – способность конкретного труда производить в единицу времени определенное количество продукции. Это соотношение между количеством произведённой продукции и рабочим временем, затраченным на её производство. Чем больше производится продукции в единицу рабочего времени или, чем меньше затрачивается времени на производство единицы продукции, тем выше его производительность труда. [1]

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 АПК страны.[6]

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.

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.[3]

Одним из направлений увеличения производительности труда является точное земледелие. Такие страны как США (80%), Германия (60%), Дания, Бразилия, Китай, Голландия, Австралия занимают лидирующие позиции по внедрению сельскохозяйственными товаропроизводителями технологий точного земледелия. Наиболее эффективно данная технология применяется при производстве пшеницы, сои и кукурузы. Япония является одной из первых стран, которая нашла применение данной технологии и создала робототехническое оборудование для отрасли сельского хозяйства. К такому оборудованию можно отнести машины, предназначенные для посева риса и уборки урожая. В стране организована сеть научных центров, которые осуществляют свою деятельность при университетах, занимающихся разработкой технологий точного земледелия.[5]

На процесс рационализации использования ресурсов оказывают влияние в основном две группы факторов. На макроуровне к таким факторам относятся: качественные параметры средств производства и химизации земледелия а также их стоимость, паритет цен на промышленную продукцию и зерно, финансовые меры организации стимулирования ресурсосберегающих технологий. На микроуровне: использование основных и оборотных средств, мероприятия, направленные на экономию затрат и ресурсов, форма организации и мер стимулирования трудовой деятельности. На внешнем уровне вопросы восстановления и развития сельскохозяйственного машиностроения, обеспечения финансовой поддержки сельскохозяйственным производителям, увеличения объемов лизинговых операций, регулирования цен, оплаты услуг, тарифов.[3]

Технологическая основа предложенных направлений интенсификации, как пример, производства зерна, на хозяйственном уровне базируется на увеличении обеспечения ресурсами и требует большего количества затрат невозобновляемых ресурсов по отношению к приросту произведенной продукции. Экономичный расход ресурсов, точный расчет их использования составляет основу ресурсосбережения. Ресурсосберегающие технологии должны снижать прямые затраты труда, материалоемкость зерна и производственных процессов, обеспечивать соблюдение норм антропогенной нагрузки, а также приводить к получению максимального выхода продукции и прибыли. Неотъемлемым условием применения данных технологий является высокая культура земледелия, специализированные севообороты, организованная система использования машинно-тракторного парка, квалифицированный персонал.

Формирование ресурсосберегающих технологий на производстве сопровождается привлечением определенного производственного и ресурсного потенциала, уровнем которого определяется масштаб и расширение производства. Данный факт обязывает более тщательно определять направления вложения финансовых средств. Масштабность и востребованность той или иной технологии зависит от экономических и технологических результатов, которые могут быть получены при их применении. В большей степени ту или иную технологическую конструкцию характеризует количество израсходованных ресурсов на единицу продукции. Чем меньшее количество ресурсов нужно для производства одного центнера продукции, тем в большей степени она адаптирована к условиям данной местности и более эффективно используется биоклиматический потенциал территории.[2]

Эффективность ресурсосбережения определяется комплексным показателем, включающим в себя такие ведущие стороны процесса как: капитальные вложения в технические средства и денежную оценку приобретаемых ресурсов. Для определения ресурсоемкости планируемых или проектируемых к применению технологий можно определить как отношение продукции, полученной на конечном этапе производства (в натуральных, денежных и других единицах) к количеству затраченных финансовых средств или энергетических ресурсов.

Сравнительная оценка вариантов технологий (мероприятий, работ), которые производитель сельскохозяйственной продукции планирует использовать в своем хозяйстве, позволит выявить необходимость приобретения средств производства или ресурса данного вида, учитывая свои финансовые возможности, и выбрать наиболее подходящий вариант.

Назовем основные факторы, которые прямым образом влияют на процесс ресурсосбережения в сельском хозяйстве: экономические: формирование кадров механизаторов, способных рационально использовать технику на базе прогрессивной организации труда и производства; разработка форм материального стимулирования в целях повышения мотивации к труду и роста его производительности; совершенствование методов подготовки и переподготовки кадров; оптимизация издержек; создание системы и оптимальных схем обновления парка машин.[2]

Кроме того, внедрение в производство хозрасчетных методов хозяйствования обеспечит экономное расходование материально-денежных средств и труда, позволит производителям сельскохозяйственной продукции снизить затраты на производство продукции, повышая таким образом ее конкурентоспособность, обеспечивая прибыльную деятельность, и на этой основе осуществлять расширенное воспроизводство.

В настоящее время можно предложить использование следующих альтернативных ресурсосберегающих приемов, позволяющих увеличить производительность труда на растениеводческом предприятии, в современных зональных технологиях возделывания полевых культур:

Отказ от некоторых технологических приемов.

1) Использование плоскорезной обработки почвы в степных районах позволяет отказаться от ряда агротехнических приемов – лущения стерни, зимнего снегозадержания, весеннего боронования зубовыми боронами.

2) При применении технологии «Прямого посева» полевых культур основная обработка почвы (лущение + вспашка + весенне боронование + предпосевная культивация) не проводятся.

Совмещение технологических операций.

1) Рыхление, выравнивание и прикатывание почвы перед посевом современными комбинированными почвообрабатывающими агрегатами.

2) Использования для посева стерневых сеялок СЗС-2,1; АУП-18.05 или посевных комплексов «Прямого посева» – они одновременно выполняют предпосевную культивацию, посев, внесение удобрений, прикатывание.

Применение биологических средств.

1) Применение биопрепаратов (ризоторфин, мизорин и др.) позволяет снизить затраты дорогостоящих минеральных и органических удобрений.

2) Применение биопрепаратов для защиты растений (боверин, трихограмма и др.) позволяет снизить затраты дорогостоящих пестицидов.[7]

Снижение потерь в системе бережливого производства по известной классификации TPS создает предпосылки роста локальных и интегральных показателей использования производственных ресурсов: материала отдачи, фондоотдачи, производительности труда, ресурсоотдачи, трансакционной отдачи, рентабельности продукции. Наиболее значимым ресурсом, тесно связанным с потерями производственного времени, является персонал предприятия, а в качестве оценки результативности его использования применяется показатель производительности труда. Оценка финансового влияния на данный показатель со стороны ресурсопотребления является актуальной задачей для определения величины резервов и возможности их вовлечения в производственный процесс. [4]

Список литературы:

1. Борисенко Ю.В. автореферат диссертации «Стимулирование роста производительности труда в сельскохозяйственных организациях» / Ю.В. Борисенко, 2013г. 26 стр., стр. 11.

2. Кошелев Б.С., Ресурсосбережение как фактор повышения конкурентоспособности зерна хозяйств Западной Сибири, Б.С. Кошелев, Вестник Омского государственного аграрного университета, 2014
3. 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
4. Топузов Н.К., Оценка резервов и направлений экономии производственного времени в процессах ресурсосбережения предприятия, Н.К. Топузов, А.Е. Щелконогов,[Текст] / статья, Вестник ЮУрГУ. 110 Серия «Экономика и менеджмент» с. 110-114
5. Труфляк Е. В., Опыт применения систем точного земледелия / Е. В. Труфляк. – Краснодар :КубГАУ, 2016. – 22 с.
6. 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. аналит. обзор. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2015. – 276 с
7. Цвиркун, Е.С., Повышение эффективности функционирования сельскохозяйственных организаций на основе ресурсосберегающих технологий, Е.С. Цвиркун [Текст] / диссертация, Саранск, 2014. – 148 с.
8. Сайт министерства сельского хозяйства Красноярского края – Режим доступа – <http://krasagro.ru/>

ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Чикина Ю.А.

Научный руководитель: д-р т.н. Ступина А.А.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Ключевые слова: менеджмент, функции менеджмента, управляемая система, организация, планирование, контроль и мотивация.

Аннотация: в данной статье идет раскрыты основные функции менеджмента. Каждая функция рассмотрена отдельно. Дано оценка эффективности реализации каждой функции.

Менеджмент – это часть науки управления, охватывающая методологию построения, анализа и реализации управляющих, управляемых и информационных систем на уровне хозяйствующего субъекта, действующего во внешней рыночной среде [1].

Функции менеджмента – виды управленческой деятельности, которые реализуют управление организацией. Функции менеджмента зародились благодаря разделению труда. К основным функциям менеджмента Майкл Мескон, Франклин Хедоури и Майкл Альберт относят организацию, планирование, контроль и мотивацию.

Функция организации заключается в установлении связи между подразделениями, определении порядка функционирования компании. Функция реализуется через административное и оперативное управление. Административное управление представляет собой разделение полномочий и обязанностей между подразделениями фирмы и установление ответственности за их выполнение. Эффективность работы каждого подразделения зависит от его внутренней структуры, элементы которой определяются составляющими данные функции операциями. А, в свою очередь, оперативное управление обеспечивает функционирование компаний согласно утвержденной стратегии [2].

К аспектам организационного процесса следует отнести разделение организации по подразделениям согласно целям и делегирование полномочий.

Планирование – деятельность, направленная на определение целей и задач организации, распределение ресурсов для их реализации. Планирование позволяет организации принимать решения своевременно. Планирование бывает стратегическим, тактическим и оперативным. По срокам планирование разделяют на долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное.

Сущность планирования заключается в конкретизации направлений развития организации с учетом имеющихся ресурсов и рыночной ситуации.

Перед началом планирования необходимо определить объект и субъект планирования, период планирования, средства и методику планирования.

Контроль – наблюдение на поведением управляемой системы и сравнение ее текущего состояния с эталоном. Основными задачами контроля являются: предупреждение кризисных ситуаций, стимулирование ответственности у работников, экономия времени и формирование наиболее близких к действительности планов. Задачей контроля является прогнозирование отклонений и своевременное их предупреждение.

Существуют три аспекта контроля в менеджменте: экономический, психологический и правовой. Экономическая эффективность контроля говорит о достижении эталона с минимальными затратами. Психологический аспект заключается во влиянии на поведение работников: при контроле работники ведут себя так, как необходимо контролёру. Сущность правового контроля заключается в соблюдении правовых норм в деятельности фирмы.

Контроль в зависимости от времени исполнения разделяют на предварительный, текущий и заключительный. Предварительный контроль осуществляют до начала работ, текущий – во время работы, и заключительный – после окончания работ. По форме осуществления они фактически идентичны.

Мотивация – процесс побуждения себя и других к достижению целей. Процесс мотивации: человек осознав задачи и вознаграждение, составляет их со своими возможностями и потребностями, и решает действовать или бездействовать.

Теории мотивации бывают двух типов: содержательные и процессуальные теории мотивации. Содержательные теории основываются на внутренних мотивах. Процессуальные теории основываются на анализе поведения.

К содержательным теориям относят иерархию потребностей Маслоу, теорию потребностей Макклелланда и двухфакторную теорию Герцберга.

К процессуальным теориям относят: теорию ожидания, теорию справедливости и модель Портера-Лоулера.

Планирование можно считать эффективным, если в заданные сроки при определенных рыночных условиях добивается поставленной цели. При анализе реализации функции необходимо определить на каком уровне находится стратегия, а на каком – тактика.

Функция организации выполняется эффективно, если компания имеет оптимальное число подразделений и работников, которые связаны между собой, работают четко и слажено.

Функцию контроля можно считать выполненной, если объект контроля максимально близок, либо соответствует эталону.

Мотивацию в организации можно считать эффективной, если цели сотрудников и цели компании совпадают. Созданы такие условия, при которых сотрудники организации работают с максимальной отдачей.

Реализация основных функций менеджмента в компании позволяет организации работать эффективно, быть конкурентоспособной в условиях рынка, максимизировать прибыль, развивать как себя, так и своих сотрудников.

Список используемых источников:

1 Веснин, В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. - М.: Проспект, 2015. - 320 с.

2 Выбор и анализ функций управления [Электронный ресурс] HR-портал. - Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/vybor-i-analiz-funkciy-upravleniya>

ПОДСЕКЦИЯ 8.2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ, ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

ХРОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДУКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Акинина Н.А.

Научный руководитель: к. б. н., доцент Кулешова Ю. В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Интенсификация и повышение качества процесса обучения является одним из главных требований современного общества, а также результатом научных поисков и передового педагогического опыта преподавателей. Достижение поставленных целей в обучении, посредством интенсификации, по их мнению, должно быть научно обоснованным и управляемым. Глобальная интенсификация интеллектуальной деятельности обучающихся достигается во многом за счет информатизации образовательного процесса, благодаря которой происходит использование новых информационных технологий и расширение возможностей их использования [1]. В связи с этим, одним из важнейших видов образовательных ресурсов современного общества являются информационные ресурсы, значимость которых постоянно возрастает. В настоящее время во многих странах сформировался национальный рынок информационных ресурсов. Этот рынок во многом подобен рынку традиционных ресурсов, поскольку имеет определенную номенклатуру товаров, в качестве которых выступают информационные продукты и услуги. [2] Информационные ресурсы – это совокупность данных, организованных для получения достоверной информации в самых разных областях знаний и практической деятельности. Изобилие таких ресурсов и их источников требует, в свою очередь, готовности обучающихся к восприятию и переработки достаточно больших объемов информации как в рамках аудиторных учебных занятий, так и при самостоятельном изучении.

Традиционно целью образования являлось овладение обучающимися знаниями, умениями и навыками. На сегодняшний день данный подход считается недостаточным, т.к. социуму требуются выпускники, способные практически решать жизненные и профессиональные проблемы. В связи с этим, главной задачей современной системы образования на сегодня является подготовка выпускника со сформировавшимися ключевыми компетентностями. Внедрение компетентностного подхода – это важное условие повышения качества образования. Приобретение определенного спектра компетентностей дает индивиду возможность ориентироваться в современном обществе, формирует способность личности быстро реагировать на профессиональные задачи и их решение.

Одним из способов развития личности, самостоятельности мышления и повышения уровня компетентности обучающихся является продуктивная деятельность, которая заключается в таких следующих формах:

- конструктивная практическая деятельность, ориентированная на получение определенного, заранее продуманного результата;
- изобразительная деятельность, представляющая собой специфическое, креативное познание действительности.

Тем не менее, существует и является актуальной на сегодняшний день проблема рационального распределения нагрузки и организации эффективной деятельности, обучающихся в рамках конкретного учебного занятия. Метод хронометрии позволяет выявить основные аспекты данной проблематики.

Хронометрия как один из видов педагогического наблюдения позволяет определить и проанализировать временной промежуток, затрачиваемый на выполнение каких-либо действий обучающимся во время учебных занятий с помощью секундомера, хронометра или видеосъёмки. Успешное повышение продуктивной деятельности обучающихся станет возможным, если грамотно организовать их совместную деятельность, не исключая индивидуально-ориентированный подход с учетом результатов хронометрического анализа. [3] Это связано с тем, что хронометрия позволяет эффективно выявлять и изучать приемы и методы организации деятельности обучающихся на занятиях, устанавливать нормы времени на отдельные операции и проверять качество действующих норм. Изучение и обобщение опыта наблюдения предполагает его проведение как за обучающимися с высокой, так и с низкой успеваемостью. Дальнейшим этапом является анализ коррекция распределения нагрузки и выбранных методик обучения.

Хронометрирование требует детального планирования, постановки определенной цели, задач и выполняется в три этапа:

1) Подготовка к наблюдению. В первую очередь составляется подробное описание действий, которые вносятся в хронокарту (или протокол хронометрирования) – основной вид документации при хронометраже. На лицевой стороне хронокарты записываются все данные об обучающихся, о всех действиях, учебном материале. В период подготовки к хронометражу учебной деятельности обучающихся необходимо «разбить» данные на составляющие элементы - комплексы приемов, конкретные приемы, действия. Далее в составных элементах определяются фиксажные точки - резко выраженные моменты начала и окончания выполнения действий.

2) Проведение наблюдения. Определяются показания текущего времени с помощью секундомера и фиксируются в наблюдательный лист хронокарты по всем элементам операции. Далее преподаватель заполняет наблюдательный лист, следит за правильностью выполнения операции.

3) Обработка и анализ результатов наблюдения. Обработка полученных результатов начинается с расчета продолжительности элементов операций путем вычитания из текущего времени данного элемента учебной деятельности текущего времени предыдущего элемента.

После проведения всех расчетов получают ряд значений продолжительности элементов операции, т. е. хронометражный ряд. Их число соответствует количеству элементов, на которые была подразделена операция. При значительных отклонениях от продолжительности элементов в данном хроноряде, которые являются следствием ошибочных (дефектных) замеров, проводят очищение хроноряда, т. е. выявление и исключение из дальнейшего анализа дефектных замеров. [4] Полученные данные можно использовать для графических изображений распределения времени продуктивной деятельности обучающихся.

Минимизация погрешностей в процессе реализации данного метода достигается за счет использования современных технических аудиовизуальных средств, увеличения количества наблюдателей и привлечения группы экспертов.

Таким образом, метод хронометрического анализа является эффективным методическим инструментом в организации продуктивной деятельности обучающихся и повышении ее эффективности.

Список литературы

1. Зайцев В.С. Современные педагогические технологии: учебное пособие. – в 2-х книгах. – книга 1. / В.С. Зайцев - Челябинск: 2016. - 446 с.
2. <https://mybook.ru/author/evgenij-shuremov/informacionnye-resursy-klassifikaciya-istochniki-p/read/>
3. Экономика и социология труда (социально-трудовые отношения): Учебник / под ред. В.А. Гаги – Томск: Изд-во Томского госуниверситета, 2008. – 340 стр.
4. Генкин Б. М. Экономика и социология труда : учеб. для вузов / Б. М. Генкин. - 7-е изд., доп. - М. : Норма, 2007. - 448 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕПРОДУКТИВНОГО ПОДХОДА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ Алексеева М.А.

Научный руководитель: к. б. н., доцент Кулешова Ю. В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Репродуктивное мышление имеет большое значение в учебной деятельности обучающихся на всех этапах обучения. Оно обеспечивает понимание нового материала при его изложении преподавателем или в учебнике, применение знаний на практике, если при этом не требуется их существенного преобразования и т. д. Возможности репродуктивного мышления прежде всего определяются наличием у человека исходного минимума знаний.[1] В настоящее время формирование и развитие необходимого уровня мышления достигается использованием в процессе обучения различных методов, что делает этот процесс более управляемым.

Репродуктивный метод подвергается иногда необоснованной критике, его роль и значение умаляются, а природа и сущность трактуются более чем упрощённо. Тем не менее, именно репродуктивный метод всегда был и в настоящий момент остаётся одним из принципиально важных при обучении. Его главные атрибутивные качества и свойства – это экономичность способов сообщения учащимся необходимой учебной информации; относительная простота и надёжность процессов восприятия и усвоения нужного материала; практически гарантированная адекватность восприятия разного рода данных, сообщаемых педагогом; достаточно быстрая ассимиляция соответствующих систем знаний, умений и навыков; опора на упражнение как один из центральных

компонентов учебной работы. Данные характеристики свидетельствуют об исключительной важности репродуктивного метода, обеспечивающего создание прочной профессиональной базы в процессе обучения.

Репродуктивный метод в образовательном процессе рассматривается как совокупность способов организации деятельности обучающихся по часто встречающемуся воспроизведению сообщенных им знаний и показанных способов действий. Учебная деятельности происходит по определенной инструкции с применением (или воспроизведением) полученных ранее знаний и последовательности практических действий. Так как этот метод всегда происходит по определенному алгоритму (инструкции), то его нередко называют инструктивно-репродуктивным. [3]Формируемый в результате характер мышления предполагает быстрое, активное запоминание учащимися новой информации, которую сообщает педагог или другой учебный источник и перенесение знаний на практическую основу.Данный метод обучения предполагает многократное воспроизведение уже полученных от педагога знаний и способов действий для получения результата. Преподаватель дает конкретное задание, а обучающийся по определенному образцу выполняет его. Репродуктивные упражнения в свою очередь должны содействовать эффективной отработке практических навыков, так как любой опыт требует многократных действий повторения.

Такой метод весьма эффективен в следующих дисциплинах: математика, химия, физика, информатика и т. п. То есть осуществляется программируемое обучение. Каждая задача и операция имеют определенный алгоритм действий.[1].

Репродуктивный метод наиболее распространен в учебном процессе общеобразовательной школы и заключается в передаче «готовых» знаний от педагога к обучающемуся. Главная роль на подобном уроке принадлежит словупедагога, а основное внимание в обучении такими приемами уделяется развитию памяти, активная же самостоятельная работа обучающихся при этомведена к минимуму. На этих занятиях ответы обучающегося часто являются односложными, то естьблизкие к пересказу, что свидетельствует об отсутствии анализа материала и эффективного использования при выполнении различных заданий.[2]

М.Н. Скаткин и И.Я. Лернер предложили классификацию методов обучения по уровню включения в продуктивную (творческую) деятельность (или по характеру познавательной активности обучающихся).

Они выделили следующие методы:

- объяснительно-иллюстративный или информационно - рецептивный (рецепция-восприятие);
- репродуктивный;
- проблемного изложения материала;
- частично-поисковый (эвристический);
- исследовательский.

В отличие от продуктивного мышления, репродуктивный тип мыслительных процессов отвечает только за усвоение информации и способность воспроизводить их в аналогичных условиях поставленных задач. Вместе с тем, данный тип мышления не ориентирован на свершение открытий или создание нового продукта, но при этом он очень важен на первых этапах образовательного процесса любого уровня, обеспечивая усвоение фундаментальной базы знаний.

Список литературы:

1. Основы методики преподавания методологии в средней школе / В.Г. Разумовский, А.И. Бугаев, Ю.И. Дик и др. - М.: Просвещение, 1984 - 398 с.
2. Разумовский В.Г. Методика обучения в высшей школе /В.Г. Разумовский – М:Владос, 2006.
3. Самойлов Е.А. Методические аспекты компетентностно-ориентированного обучения / Е.А. Самойлов –Самара: 2005. С. 144 –149.
4. Самойлов Е.А. Использование приемов продуктивной и репродуктивной деятельности / Е.А. Самойлов // Физика в школе. – 2005. – №2. – С.28-31.

РОЛЬ ПЕРЦЕПТИВНОЙ СТОРОНЫ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Гриценко О. О.
Научный руководитель: к. б. н., доцент Кулешова Ю. В.
Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Современные требования к образовательному процессу имеют своей целью становление индивидуальной личности, способной к самостоятельному решению поставленных перед ней задач, обладающей высоким уровнем профессиональной подготовки. Кроме того, немаловажная роль принадлежит формированию гражданской позиции обучающегося, являющегося сознательным членом современного общества, ориентированного на поступательное развитие и совершенствование социума.

Одним из главных условий, работающих на достижение этой цели, является внедрение компетентностно-ориентированного подхода в обучении и воспитании. Компетентностно-ориентированный подход - это подход, заостряющий внимание на результате образования: формирование необходимых общекультурных и профессиональных компетенций, самоопределение, социализация, развитие индивидуальности и самоактуализация. Именно такой подход ориентирует систему образования на обеспечение качества подготовки в соответствии с потребностями современного общества [1]. В свою очередь, под компетенцией понимается готовность применять знания, умения, личностные качества и практический опыт для успешной деятельности в определенной области.

Определяя значимость формирования необходимых компетенций, следует отметить, что именно развитие коммуникативных навыков является ведущей и универсальной составляющей в образовательном процессе, так как собственно коммуникация подразумевает обмен информацией, посредством которого обеспечивается быстрое и полное усвоение необходимых знаний, умений и навыков. Вместе с тем, структура любой коммуникации включает в себя коммуникативную, интерактивную и перцептивную стороны педагогического общения, последняя из которых представляет особый интерес, как элемент восприятия и познания окружающей действительности. [2]

Перцептивная сторона общения представляет собой процесс восприятия и познания партнеров по общению и установление на этой основе взаимопонимания. [3] Для полного понимания этого процесса требуется знание особенностей функционирования её механизмов. К механизмам перцептивной стороны общения относятся:

- познание и понимание людьми друг друга (идентификация, эмпатия, аттракция);
- познание самого себя в процессе общения (рефлексия);
- прогнозирование поведения партнера по общению (каузальная атрибуция).

Процесс восприятия является очень важным аспектом педагогического общения и относительно воспитания. Еще К. Д. Ушинский отмечал, что если педагогика хочет воспитать человека во всех отношениях, то она должна, прежде всего, узнать его во всех отношениях. Именно с особенностями восприятия связана результативность педагогической деятельности.

Собственно восприятие - это психический процесс, относящийся к когнитивной сфере, позволяющей иметь целостный образ предметов, ситуаций и событий в результате непосредственного взаимодействия физических раздражителей и активной «поверхности» различных сенсорных систем. В этой связи следует отметить, что образ восприятия как основа формирования будущих представлений является результатом интеграции ощущений нескольких модальностей. В педагогическом общении - это прежде всего зрительная, слуховая и тактильно-кинетическая. Восприятие, безусловно, связано с такими психическими процессами как мышление, память, внимание, детерминируемый мотивацией на фоне определенного эмоционального состояния.

Сформированный вторичный чувственный образ в виде представления играет большую адаптационную роль в качестве образов конечных результатов деятельности, поскольку без представления конкретного образа конечного предмета невозможна продуктивная последовательная логически преемственная предметная деятельность человека.

Современный образовательный процесс характеризуется также изменениями в системе коммуникативных отношений «педагог-обучающийся» на гуманистические и индивидуально-ориентированные, в результате чего стиль общения приобретает черты диалогического. Вместе с тем, адекватное восприятие педагогом личности обучающегося и создаваемого в сознании обучающегося образа самого учителя позволяет плодотворно организовать процесс взаимодействия всех субъектов образовательного процесса и обеспечить его максимальную эффективность.

Список литературы:

1. С. Л. Троянская Основы компетентностного подхода в высшем образовании: учебное пособие. - Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. - 176 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология. – М.: Аспект Пресс, 1996.
3. Леонтьев, А. А. Психология общения / А. А. Леонтьев. - М.: Смысл, 2003.
4. Общение и оптимизация совместной деятельности / Под ред. Г.М. Андреевой и Я.М. Яноушека. - М.: МГУ, 1987. - 344с.
5. Реан А. А., Коломинский Я. Л. Социальная педагогическая психология - СПб.: Издательство «Питер», 2000. —416 с.

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПОЛНОГО УСВОЕНИЯ ЗНАНИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИН ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

Зайцев Д.В.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент, Миронов А.Г.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Экономические дисциплины являются обязательным компонентом образовательных программ, реализующихся в профессиональных образовательных учреждениях. Эффективность образовательного процесса во многом определяется методикой преподавания дисциплин и применением педагогических технологий. В отличие от многих других наук, экономические науки самым непосредственным образом реагируют на изменение общественного развития, что отражается не только на непрерывной актуализации содержания обучения экономических учебных курсов, но и обуславливают необходимость поиска и внедрения новых подходов, форм, методов и технологий обучения [8].

Целью представленной работы является анализ возможностей применения технологии полного усвоения знаний в процессе преподавания экономических дисциплин на этапе профессионального обучения.

В основе технологии полного усвоения знаний лежат идеи, выдвинутые Дж. Кэрроллом и Б. Блумом во второй половине XX века. В условиях традиционного обучения, в рамках классно-урочной системы, не все обучающиеся оказываются способными успешно освоить учебный материал. Причиной этому является дифференциация обучающихся по интеллектуальным способностям и скорости обработки содержательной учебной информации. Так, около 5 % обучающихся оказываются малоспособными (не в состоянии достичь заранее намеченного уровня знаний и умений даже при больших затратах учебного времени), около 5 % – талантливыми (могут учиться в высоком темпе). Остальные – обычные ученики, составляющие большинство (90 %), чьи способности по усвоению знаний и умений определяются затратами учебного времени [5].

На основе работ Дж. Керолла и Б. Блума В.П. Беспалько разработал технологию критериально-ориентированного обучения (КОО), а М.В. Кларин – методику полного усвоения. Технологию КОО называют также и технологией полного усвоения знаний [7].

Согласно исследований В.П. Беспалько, все обучаемые могут усвоить необходимый учебный материал [5]. Согласно модели КОО, различия в учебных результатах могут иметь место за пределами общего для всех образовательного результата, над которым будут надстраиваться результаты последующего дифференцированного обучения.

Технология полного усвоения включает в себя: установку педагога и ориентацию обучающихся на полное усвоение; разработку критериев (эталонов) полного усвоения для учебного курса; разделение содержания на отдельные учебные единицы; разработку диагностических тестов и коррекционного дидактического материала; оценку полноты усвоения курса и разъяснение значения оценки каждому обучающемуся [4]. Данная технология оказалась очень эффективной в учебном процессе общеобразовательных школ, где и нашла широкое применение. Однако в последнее время в литературе встречаются все больше сведений о возможностях ее применения и на более высоких ступенях образования. Так, обоснована возможность применения технологии полного усвоения знаний при изучении математики в техническом вузе [7], в учебных курсах медицинского университета [3], в организации самостоятельной работы студентов [6] и в процессе изучения исторических знаний на разных ступенях обучения [2].

На основе анализе применения педагогических технологий в преподавании экономических дисциплин в профессиональных образовательных учреждениях Красноярска выявлено незначительная доля обращения к технологии полного усвоения знаний в реализации учебных курсов

[1]. При этом анализ особенностей современного педагогического процесса дает все основания рекомендовать ее в числе эффективных для преподавания экономических дисциплин. К таким особенностям следует отнести современные требования ФГОС к объему и уровню знаний обучающихся, различия студентов в темпах и объемах усвоения учебного материала, необходимость перехода в подаче материала от больших «порций» к малым последовательным, то есть деление его на учебные единицы.

Таким образом, в результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что особенности педагогического процесса преподавания экономических дисциплин и современные требования к образованию раскрывают возможности и обуславливают необходимость применения технологии полного усвоения знаний в освоении содержания экономических дисциплин, реализуемых в системе профессионального образования.

Список литературы:

1. Борисенко С.А. Применение педагогических технологий в преподавании экономических дисциплин в профессиональных образовательных учреждениях города Красноярска / С.А. Борисенко, А.Г. Миронов // Сб.: Инновационные тенденции развития российской науки: Материалы X Международной науч.-практ. конф. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2017. – С. 130-131.
2. Дятлова Е.Н. Технология полного усвоения знаний: теоретико-методические аспекты / Е.Н. Дятлова // Сб.: Гуманизация высшего профессионального образования: цели, содержание, способы осуществления: Сб. науч. трудов под редакцией А.О. Зубрилиной, В.М. Левина. – Ростов-на-Дону: Ростовский филиал государственного казенного образовательного учреждения высшего образования "Российская таможенная академия", 2015. – С. 34-43.
3. Карпухина Е.О. Применение технологии полного усвоения знаний на кафедре пропедевтики внутренних болезней / Е.О. Карпухина // Сб.: Инновационные педагогические технологии в медицинском образовании: Материалы конференции. Главный редактор С.Ю. Никулина. – Красноярск: Версо, 2010. – С. 57-58.
4. Кларин М.В. Инновации в обучении: метафоры и модели: Анализ зарубежного опыта / М.В. Кларин. – М.: Наука, 1997. – 223 с.
5. Лаврентьев Г.В. Инновационные обучающие технологии в профессиональной подготовке специалистов / Г.В. Лаврентьев, Н.Б. Лаврентьева, Н.А. Неудахина. – Ч. 2. – Барнаул: АлтГУ, 2004. – 232 с.
6. Левчук З.К. Самостоятельная работа студентов в контексте технологии полного усвоения знаний / З.К. Левчук // Сб.: Педагогические инновации – 2017: Материалы Международной науч.-практ. интернет-конф. – Витебск: Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, 2017. – С. 187-188.
7. Парфёнова, Н.Н. Возможность применения технологии полного усвоения знаний при изучении математики в техническом вузе [Текст] / Н.Н. Парфенова // Достижения вузовской науки. – 2013. – №3. – С. 61-64.
8. Царапкина Ю.М. Применение инновационных технологий в профессиональном обучении как средство формирования коммуникативно-адаптивной компетенции обучающихся / Ю.М. Царапкина, А.Г. Миронов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2017. – Том 8. – №1. – С. 119-133.

ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ ПРИ ОСВОЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Демидова С. А.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Бурмакина Г.А..

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Информатизация всех сфер жизни существенно влияет на состояние экономики, качество жизни людей, интеллектуальный потенциал общества. Процессы информатизации образования, внедрения мультимедиа технологий в обучение уже необратимы. Можно ли их использовать при освоении экономических дисциплин?

Развитие информационных технологий и их использование во всех областях человеческой деятельности привело к изменению привычных представлений о событиях и при их отражении в

виртуальном пространстве. Примером этого, служат появившиеся и быстро развивающиеся в сети Интернет так называемые виртуальные музеи, которые представляют базы данных, содержащие электронные экспонаты, фото-, аудио- и видеоматериалы, анимацию и многое другое.

Понятие виртуальный музей вошло в нашу жизнь в конце прошлого века, начиная с середины 90-х годов. Сейчас в сети Интернет с помощью поисковых систем можно найти более тысячи электронных музеев с таким названием. Иногда используют названия кибермузей, мультимедийный музей, электронный музей.

Виртуальный музей (вебсайт-музей) — тип веб-сайта, оптимизированный для экспозиции музейных материалов. Представленные материалы могут быть из самых различных областей. Виртуальные музеи представляют собой удачный пример применения Интернет-технологий для решения проблем хранения, безопасности и широкого, быстрого и лёгкого доступа к экспонатам.

Первые веб сайт-музеи стали появляться в Интернете в 1991 году. Сначала виртуальные музеи были сайтами реальных музеев, но вскоре стали появляться и персональные кибермузеи. Если дом может стать дом-музеем, то домашняя страница может стать страницей-музеем. Первый персональный веб сайт-музей, назвавший себя таковым, появился в 1994 году.

Не всякий набор фотографий имеет право называться виртуальным музеем. Цифровая коллекция виртуального музея должна иметь две отличительные характеристики: виртуальный тур и продвинутый поиск экспонатов.

Определение и все вышеперечисленные функции реально существующих музеев присущи в той или иной степени и виртуальным музеям, существующим в сети Интернет. В чем же их разница, какие особенности, отличия в принципе организации и общие черты имеются у реальных и виртуальных музеев? Можно ли их использовать при освоении экономических дисциплин?

В современном Интернете существуют два типа музейных сайтов, которые делятся на: представительства реально существующих музеев и собственно виртуальные музеи, но называются все они пока одинаково: виртуальные музеи.

Сайты на музейную тематику реальных музеев популярны и обеспечивают информацией о многих музеях мира, их экспозициях, выставках, каталогах, месте расположения, времени работы и разных мероприятиях.

Собственно виртуальные музеи встречаются в Интернете реже, их меньше, чем представительства реально существующих музеев, но их становится в последнее время все больше и больше. Нас заинтересовало, можно ли их использовать при освоении экономических дисциплин?

Особенностью виртуального музея является также то, что зритель посещает виртуальный музей на своем компьютере, общается с ним один на один и сам устанавливает с ним личные отношения, погружается в новую реальность, которую он сам воссоздает в своем сознании.

Обобщая информацию о возможностях их применения можно утверждать, что виртуальный музей представляет собою компонент виртуального культурно-информационного пространства, расположенного в сети, и позволяет собирать, сосредотачивать и связывать воедино разнородную информацию по определенной тематике. Виртуальный музей несет не только информационную функцию, но также и образовательную.

Задача создания цифровых экспозиций и размещения их в сети Internet рассматривается и в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации, и в планах Правительства

Однако использование виртуальных музеев для активизации освоения экономических дисциплин практически не применяется. В лучшем случае привлекается разработка виртуальных туров в качестве рекламы для любого вида бизнеса. Виртуальные туры актуальны для любых организаций и фирм, в том числе агрономических. По данным исследований Google, страницы компаний с виртуальным туром привлекают внимание клиентов в 2 раза чаще, чем остальные.

В настоящее время наблюдается интерес к проектной технологии, позволяющих обучающимся приобретать знания и умения в процессе планирования и самостоятельного выполнения определенных практических заданий с обязательным представлением результатов. В связи с этим можно организовать индивидуальную и групповую работу обучающихся по подготовке и проведению виртуальных экскурсий. В этом случае учащиеся, создавая проекты виртуальных экскурсий по тем или иным темам, углубляют знания, полученные на занятиях, осваивают приемы и методы исследовательской деятельности, развивают умения и навыки поиска необходимой информации.

Как и разработка любого проекта, подготовка виртуальной экскурсии будет эффективной при реализации следующих учебно-методических подходов. Во-первых, это индивидуальный подход к обучению, в соответствии с которым учебная деятельность должна быть приспособлена к реальным

познавательным возможностям и потребностям. Во-вторых, инженерно-педагогический подход, который предполагает этапность работы над созданием виртуальной экскурсии.

Список литературы:

Максимова Т.Е. Виртуальные музеи: походы к типологии// Вестник МГУКИ. – 2012. - № 4. – С. 186-190.

Несговорова Г.П.Обзор виртуальных музеев в сети Интернет//pdf.knigi-x.ru/21raznoe/397676-1-gp-nesgovorova-obzor-virtualnih-muzeev-seti-interne

SEO-КОПИРАЙТИНГ

Корничук А.А.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Белых И.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Многие люди никогда не задумывались над тем, как работают поисковые системы, которыми мы так активно пользуемся каждый день. А ведь это стало неотъемлемой частью нашей жизни. Так, например, ежесекундно знакомый всем «Google» обрабатывает приблизительно 40 тысяч поисковых запросов, по данным Стивена Леви за 2015 год.

Казалось бы, что может быть интересного в обычных поисковиках, ведь это всего лишь роботы, которые сортируют информацию и показывают нам максимально соответствующую нашим требованиям. Однако, за этим всем стоят не только программы и машины. Существуют специально обученные люди, которые так или иначе могут влиять на результаты поиска.

Подобные манипуляции в сети по продвижению сайтов в поисковых рейтингах называют поисковой или SEO-оптимизацией. Под ней подразумевают организацию сайтов, ресурсов, объявлений и прочих информативных деталей таким образом, чтобы поисковики и, следовательно, люди могли максимально быстро находить нужные им запросы.

Появление подобных систем спровоцировало появление и новых рабочих кадров – так называемых SEO-оптимизаторов, которые занимаются организацией «тела» сайта, его начинки на техническом уровне, и SEO-копирайтеров, речь о которых пойдет ниже.

Копирайтинг сам по себе подразумевает под собой создание текстов, которые так или иначе рекламируют или популяризируют услуги, товары, компании, людей или даже их взгляды. Копирайтеры существуют уже не один десяток лет, но именно сетевые работники данной профессии появились относительно недавно.

SEO-копирайтеры – это принципиально новые кадры, которые должны совмещать навыки обычного копирайтера, способного создать «вкусный» и интересный для читателя текст, и одновременно «сетевика», умеющего эффективно оформить текст таким образом, чтобы он соответствовал всем требованиям поисковых систем.

В отличие от классических SEO-копирайтеры первым делом при написании текстов изучают не только общую тему будущего творения, но и семантическое ядро (набор ключевых фраз или слов, характеризующих содержание) сайта, на котором будет опубликован текст. Семантическое ядро очень важно учитывать, так как поисковики сначала подбирают сайты по семантическим ядрам, а уже потом по информации на самих ресурсах.

Далее следует само написание текстов. Как и обычные копирайтеры, SEO часто использует модель перевернутой пирамиды – основную мысль и самую важную информацию они сосредотачивают в первых предложениях, далее чуть менее важную, вспомогательную. Заканчивать принято различными заключениями, благодарностями и не только. Если читатели дошли до самого конца, значит, текст был действительно стоящим. Преимуществом данного приема является то, что читатель может прекратить чтение в любой момент, но основная мысль в любом случае будет до него донесена.

Вместе с этим в текст нужно умудриться завуалированно вписать определенные ключевые слова, словосочетания или даже целые предложения для того, чтобы поднять сайт в поисковом рейтинге на высокие позиции. Сложность заключается в том, что сделать это нужно как можно менее заметно. В последние 2-3 года поисковые системы осознали, что копирайтеры заполняют тексты всеми возможными ключами и тем самым с легкостью повышают позицию, поэтому с недавних пор «Яндекс», например, выставил существенное ограничение – ключевые слова не должны составлять более 8% от всего объема текста. В противном случае сайт, на котором он расположен,

воспринимается поисковиком как спам-угроза и вскоре будет заблокирован. В отличие от обычных текстовых реклам, в SEO обязательно должны присутствовать картинки или любая другая графика. Даже в ней нужно особое форматирование. Поисковые ресурсы не обладают зрением как люди и распознать, что изображено на картинке, могут лишь по их описанию. Оно редактируется ещё до того, как попасть на сам сайт – еще будучи на компьютере, в настройках самого изображения в специальных строках прописываются такие же небольшие ключи, как и в текстах.

К критерию текста относится также его уникальность, так как посетители не склонны читать одно и то же на нескольких ресурсах. Поэтому все тексты рекомендуется проверять на уникальность в программах «Антиплагиат». Также текст должен легко читаться и не быть перегруженным. Оптимальная длина абзаца – 5-7 предложений, а количество знаков в предложении не должно превышать ста. Иначе текст сложно воспринимается не только машинами, но и людьми.

Рассмотрим конкретный успешный опыт работы над текстами. Первоначально в интернет-магазин выставлялись рукодельные работы, практически не было текста с описанием изделий, все картинки были выложены с описанием наподобие «06746369.jpg». Количество просмотров и заказов, добавлений товара в «избранное» было минимальным. Так, в день работу просматривало приблизительно 3-5 человек, в коллекции добавляли 0,075-0,09 человека в день, а само изделие находилось в поисковом рейтинге, начиная с 4 и заканчивая 7 страницей. Продажи, соответственно, тоже были небольшими – в месяц заключалось не более 5 сделок.

После долгой работы с изображениями, переработкой ключей и составлением оригинальных текстов-описаний каждой работы все стало гораздо лучше. Без помощи SEO-специалистов удалось «поднять» работы до первых страниц стационарного поисковика сайта-магазина и даже общего поискового сервиса «Яндекс». Число просмотров резко возросло до стабильного 40 в день, количество добавлений в избранное составило уже 0,5-0,75 в день.

Таким образом, SEO-копирайтинг является, безусловно, сложнейшей формой копирайтинга, так как ставит перед собой задачу «понравиться» поисковым ресурсам. Но не стоит забывать и о том, что тексты должны быть интересны в первую очередь людям, так как их поведенческий фактор (время, проведенное на ресурсе, количество кликов и прочее) может опустить на сотни позиций вниз даже идеально оптимизированные сайты.

Список литературы:

1. Каплунов Д. Нейрокопирайтинг. 100+ приемов влияния с помощью текста. – М.: Эксмо, 2016. – 352 с.
2. Крохина, О. И. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей / О. И. Крохина, М.Н. Полосина, А.В. Рубель [и др.]. — М.: «Инфра-Инженерия», 2012. — 216 с.

ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В РАМКАХ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

Кудряшова А.С.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Бурмакина Г.А..

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В настоящее время никто не сомневается, что нужны инициативные и самостоятельные специалисты, способные постоянно совершенствовать свою профессиональную деятельность. Именно они могут выполнять свои функции, обладая готовностью к быстрому обновлению знаний, расширению арсенала навыков и умений, освоению новых сфер деятельности. В основе такого непрерывного самообразования лежит процесс самообучения, который обеспечивает не только овладение способами приобретения необходимых знаний, но и формирование самостоятельности, как профессионально значимого качества личности. Мы проследили, как эти вопросы решались 30 лет назад, чтобы заимствовать наиболее удачные варианты.

Актуальность обеспечения самостоятельной работы обучающихся подтверждается тем, что в современном обществе возрастают требования к умению выстраивать отношения, как никогда ранее, возрастает роль профессиональной готовности специалистов. Реализуются государственные национальные проекты, вводятся новые формы нормативно-документального оформления всех сфер жизнедеятельности человека.

С внедрением современных подходов в подготовке специалистов, который предусматривает переход от «знанияевой» парадигмы к деятельностной возрастает роль самостоятельной работы обучающихся. Особую значимость в современном профессиональном образовании приобретают формы и методы работы, которые стимулируют самостоятельность и творчество студентов.

Министерство образования в течение 2018 г. планирует увеличить количество учебных программ в форме дистанционного обучения. Инновационная система дистанционного обучения базируется на самостоятельном получении учащимися необходимого объема и требуемого качества знаний и одновременно предусматривает использование широкого спектра как традиционных, так и новых информационных технологий, где соотношение лекционного материала (непосредственного контакта с преподавателем) и объему самостоятельной работы составляет 10 и, соответственно, 90 %.

Однако, на момент поступления в техникум, только 40 % абитуриентов способны самостоятельно работать с различными источниками информации, около 80 % обучающихся, самостоятельно выполняющих действия по решению учебных проблем и выполнению домашних заданий, нуждаются в дополнительных консультациях с преподавателем. Фактически около 95 % обучающихся испытывают потребность в помощи при выполнении различных учебных задач в связи, с чем роль педагогической поддержки существенно возрастает.

Особенное значение приобретает педагогическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся в условиях всё более расширяющегося использования Интернета как средства обучения. Это объясняется разнообразием предоставляемых образовательных услуг; возможностью совмещения образования с другими видами деятельности; возможностью индивидуально выбирать темп и маршрут обучения; созданием доступной информационной и учебно-научно образовательной среды; формированием «обучающих электронных учебно-образовательных модулей», предполагающих использование информационных технологий.

Однако возникает противоречие: с одной стороны, возрастает популярность дистанционного обучения, основанного на увеличении доли самостоятельной работы самих обучающихся, с другой стороны, недостаточно разработаны проблемы педагогического обеспечения самостоятельной работы в этих условиях.

Анализ педагогической литературы разных лет свидетельствует о различном подходе к раскрытию сущности самостоятельной работы методистами, практиками и специалистами по дидактике. Некоторые авторы пытаются раскрыть ее через описание путей, с помощью которых можно руководить самостоятельной работой, а некоторые – через формы организации учебных занятий.

На основе анализа педагогической литературы в таблице представлены основные виды самостоятельной работы, которые мы апробируем в профессиональном лицее.

Для овладения знаниями	Для закрепления и систематизации знаний	Для формирования умений
Чтение текста (учебника, дополнительной литературы)	Работа с конспектом лекции	Решение задач и упражнений по образцу
Составление плана прочитанного	Повторная работа над учебным материалом	Решение вариативных задач и упражнений
Конспектирование текста	Составление плана и тезисов ответов	Выполнение схем
Подготовка к аудиторным занятиям (лк, пз, лаб.раб .и др.)	Составление таблиц для систематизации учебного материала	Решение ситуационных производственных задач
Работа со словарями и справочниками	Изучение нормативных материалов	Подготовка к деловым играм
Ознакомление с нормативными документами	Выполнение письменных контрольных работ	Подготовка курсовых и дипломных проектов (работ)

Составление структурно-логических схем	Аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование)	Опытно-экспериментальная работа
Выписки из текста	Подготовка сообщений для выступления на семинаре, конференции	Работа в студенческих научных обществах, кружках, семинарах
Учебно-исследовательская работа	Подготовка рефератов, докладов	Упражнения спортивно-оздоровительного характера
Использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и др.	Подготовка к текущей и промежуточной и аттестации	Рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.
Работа над проектом	Презентация проекта	Выступление на научно-практической конференции

Организация самостоятельной работы активизирует различные формы восприятия и усвоения учебного материала. Оптимальное использование всех её форм поможет успешно решить те задачи, которые ставятся перед профессиональным образованием и воспитать творческую личность.

Список литературы:

1. Веткин Л.Г. Самостоятельная работа учащихся на уроке (лекция по педагогике для студентов университета). Издательство Саратовского университета, 1978. 24 с.
2. Малкин И.И. Рационально организовать самостоятельную работу учащихся. – Приложение к журналу «Народное образование», №10, 1966. С.13-23.

ЗНАЧЕНИЕ ПРОФИЛАКТИКИ ЗАВИСИМОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ

Кукушкина О. А.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Козулина Н. С.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В современном мире в молодежной среде все чаще фиксируются разные зависимости. Для того, чтобы разобраться в проблеме зависимого поведения необходимо понять, что такое «зависимость». В самом простом выражении зависимость (аддикция) – это отношение между объектами, характеризующееся подчинением одних объектов другими.

Многие ученые выделяют 3 вида зависимостей: химические, биологические, нехимические аддикции.

Зависимое поведение представляет собой разновидность девиантного поведения, характеризующееся подчиненностью собственных интересов интересам другой личности или группы, длительной фиксацией внимания на определенных видах деятельности или предметах, становящихся сверхценными, снижением или нарушением способности контролировать свою вовлеченность в какую-либо деятельность, а также невозможностью быть самостоятельным и свободным в выборе поведения. На сегодняшний день самой негативной из зависимостей, которая опасна для жизни, является наркомания. Проблема зависимости от психоактивных веществ набирает обороты [2,5,7] Особенно тревожит рост наркомании среди молодежи, прежде всего в крупных городах [3].

Многие ученые отмечают о необходимости проведения мероприятий по профилактике зависимого поведения среди молодежи.

В Красноярском государственном аграрном университете проводятся занятия по профилактике зависимого поведения по всем направлениям подготовки. Профилактика зависимого

поведения в вузе включает в себя ряд психолого-педагогических, социально-экономических и общественных мероприятий, занятий, тренингов, направленных на предупреждение заболеваний, на всенародное укрепление здоровья обучающихся. О значимости формирования уверенной жизненной позиции, понимания принципов здорового образа жизни современного человека отмечается в работах преподавателей Красноярского государственного аграрного университета Антоновой Н.В., Бельх И.Н., Каракеева А.Ю., Козулиной Н.С., Кулешовой Ю.В. и других [1,9,10,11].

Профилактика зависимого поведения включает комплекс мероприятий, направленных на предупреждение зависимостей и прежде всего наркомании, алкоголизма и табакокурения, включающая действия со стороны государственных и общественных структур и всего общества, необходимые для того, чтобы обучающиеся не попадали под негативное влияние окружения.

В области профилактики зависимости разработаны и применяются разнообразные методики и подходы к решению данной проблемы, с учетом личностных, психологических и социальных факторов.

1. Эмоциональное обучение, основанное на эмоциях и личных переживаниях человека, а также на способности управлять ими. Особенностью этого подхода является поднятие уровня самооценки; ценностные ориентации личности; развитие понимания и выражения эмоций; навыков принятия решений; стрессоустойчивость.

2. Влияние социальных факторов, признание большой роли влияния близких людей и сверстников, которые могут как способствовать так и предотвращать употребление ПАВ. Данный подход строится на теории социального обучения А. Бандуры, предметом изучения которой является поведение индивида, постепенно формирующегося в результате позитивных, либо негативных последствий, а также воздействия примеров соответствующего и несоответствующего поведения окружающих (родителей, других родственников или значимых лиц из окружения) и закрепляется [4].

3. Укрепление здоровья, основанное на стремлении сделать самостоятельный жизненный выбор в пользу здоровья, максимально доступным для каждого. Идея об укреплении здоровья объединяет молодежную среду и связанные с ней группы взрослых. Реализация этого подхода подразумевает долгосрочный положительный и позитивный эффект за счет увеличения личностных ресурсов и готовности к их применению.

Анализ современных подходов к профилактике зависимого поведения показывает, что решение этой проблемы не станет возможным без понимания того, какие именно качества личности, условия окружающей среды могут помочь в сохранении и укреплении здоровья, преодоления употребления психоактивных веществ. Технологии профилактики разрабатывается на сегодняшний день в разных отраслях психологии, медицины, социологии, педагогики и д.р. В современном Вузе необходимо в молодежной среде формировать культуру здорового образа жизни. Следует отметить, важность понимания обучающимися опасность зависимого поведения, которое выражается не только в нарушении физического и психического здоровья, но и разнообразными социальными последствиями, неблагоприятными как для самого человека, так и для общества в целом.

Список литературы.

1. Антонова Н.В. Обеспечение качества подготовки преподавателей вуза как гарантии качества выпускника в институте международного менеджмента и образования / Н.В. Антонова // Международное научное периодическое издание «Новая наука: современное состояние и пути развития». Стерлитамак, 2017.
2. 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»
3. Движение «СМИ против наркотиков» // <http://www.NetNarkotikov.ru/protiv-Narkotikov.html>
4. Елин, Л. Война с наркоманией: пока без победителей / Л. Елин.- СПб.: НЕВА, 2007.- 134 с.
5. О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон РФ от 08.01.1998 №3-ФЗ (ред. от 25.11.2008)// СПС «Консультант- Плюс».
6. Концепция государственной политики по контролю за наркотиками (утверждена Президентом Российской Федерации 22 июля 1993 года) // СПС «Гарант».
7. Стратегия государственной антинаркотической политики Российской Федерации (от 13.11.2009 г) // СПС «Гарант».

8. 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.

9. Козулина Н.С. Фаббинг-неблагоприятный фактор в формировании компетенций у студентов вузов / Н.С.Козулина, А.Ю. Каравеев, Е.В Ахмедзянова / Современные исследования социальных проблем: электронный научный журнал / Научно-инновационный центр/ Красноярск / 2016.-56-65с.

10. 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.

11. Кулешова Ю.В. Морально-этический аспект экологического образования будущих специалистов профессионального обучения / Ю.В. Кулешова, Н.С.Козулина / мат-лы международ. науч-практ. конф.Часть 1.Образование: опыт, проблемы, перспективы развития / Краснояр.гос. аграр. ун-т.- Красноярск,2016.-С.60-62.

ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ

Кулешова С.В.

Научный руководитель: к.с-х.н., доцент Козулина Н.С.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» и концепции модернизации образования, основное направление в высшей школе заключается в формировании творческой личности выпускника, обладающего набором компетенций.

Динамика современной политической и социально-экономической жизни, включая как глобальные, так и незначительные перемены, в первую очередь отражаются на системе образования, которая является главным показателем развития социума и одновременно двигателем его развития, поэтому к образованию XXI века выдвигаются новые требования [5].

В настоящее время одной из важнейших задач большинства образовательных учреждений является повышение качества обучения, так как современному обществу необходимы высококвалифицированные специалисты способные нестандартно, оперативно, самостоятельно принимать решения, действовать активно, быстро адаптироваться к изменениям, которые происходят в мире[1].

Для реализации данной задачи необходимо искать более эффективные образовательные технологии на основе активизации деятельности обучающихся. Современное образование предполагает широкое использование интерактивных методов. Одним из таких методов является деловая игра.

По мнению В.Я. Платова: «Деловая игра – метод обучения профессиональной деятельности, предполагающий решение учебно-производственных задач в игровой форме, когда обучающиеся берут на себя роли и в соответствии с установленными правилами в условиях заданной игровой ситуации выполняют профессиональные функции, имитируя профессиональную деятельность и вступая в коллективные взаимоотношения» [6].

По определению А. А. Вербицкого: «Деловая игра представляет собой форму воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста, моделирования тех систем отношений, которые характерны для этой деятельности как целого» [3].

Педагогической сутью деловой игры является активизация мышления обучающихся, повышение самостоятельности будущего специалиста, внесение духа творчества в обучении, а также подготовка к профессиональной практической деятельности. [2]

Метод деловых игр известен ещё с XVII - XVIII вв. В это время деловая игра определялась как "военная или предпринимательская". Впервые деловая игра значилась как "военные шахматы", а потом как "маневры на карте".

С течением времени игры становились все более реалистичными. Перед Второй мировой войной в Германии, США, Японии начали проводить военно-политические игры. Дальнейшее развитие таких игр, а также возникновение спортивных, салонных игр было связано с уменьшением драматического компонента [7].

Впервые метод деловой игры в обучении использовала М.М. Бирштейн (1932 год, Ленинград). К 1991 году по всему миру использовалось более 2000 деловых игр. Учеными

установлено, что около 90 % информации усваивается при подаче материала именно в форме деловой игры, а активность обучающихся проявляется ярче и носит более продолжительный характер [4].

На современном этапе разработкой теории и практики деловой игры занимаются А.А. Вербицкий, С.А. Габрусевич, В.Я. Платов, Ю.В. Геронимус, Г.А. Зорин, Т.А. Макаренко и другие исследователи.

На сегодняшний день практика проведения деловых игр в процессе обучения становится всё более популярна, а область применения всё более широка. Очень активно применяются деловые игры при изучении таких дисциплин как: управление персоналом, внешнеэкономическая деятельность, логистика, экономика предприятия, бухгалтерский учет, финансовый менеджмент.

Деловая игра помогает в достижении следующих учебных задач:

- развивается активность обучающихся;
- активизируется творческое мышление;
- вырабатывается способность оценивать различные точки зрения;
- прививаются навыки поиска наилучшего варианта выхода из проблемной ситуации;
- формируются аналитические навыки.

Воспитательная эффективность деловой игры проявляется в:

- формировании осознания принадлежности ее участников к коллективу;
- определении степени участия каждого обучающегося в работе;
- установлении взаимодействия обучающихся при решении общих задач;
- формированииуважительного отношения и внимательности к другим участникам.

Развивающая эффективность заключается в том, что в процессе игры развивается логическое мышление, речевой этикет, умение общаться в процессе дискуссии.

В настоящее время деловая игра, рассматривается и как область деятельности, и как метод обучения, а также как имитационный эксперимент. Существует множество типологий и классификаций деловых игр. Рассмотрим некоторые из них.

Деловые игры бывают:

- учебные;
- управленческие;
- аттестационные;
- исследовательские.

Всё это зависит от типа человеческой практики, которая воссоздается в игре.

Деловая игра, традиционно, относится к числу методов активного обучения.

Метод активного обучения включает два основных критерия:

- наличие имитационной модели изучаемого процесса, явления или деятельности;
- наличие ролей.

Также, различают имитационные (построенные на подражании профессиональной деятельности) и неимитационные (связанные с активизацией внимания обучающихся) методы обучения. Имитационные методы, между тем, делятся на игровые и неигровые. К игровым – относится проведение деловых игр, игрового проектирования, а к неигровым – анализ конкретных ситуаций, анализ учебных примеров, решение ситуационных задач и т.д.

Деловую игру смело можно назвать одним из самых сложноустроенных методов обучения, поскольку он может включать в себя целый ряд методов, таких как: мозговой штурм, анализ конкретных ситуаций, дискуссия, действия по инструкции и т. п.

Преимущества деловой игры, в сравнении с традиционными методами, состоят в следующем:

- цели согласуются преимущественно с практическими потребностями обучающихся;
- лучше объединяется широкий диапазон проблем с глубиной их осмыслиения;
- наблюдается благоприятное влияние на вовлеченность обучающихся;
- легче преодолеваются стереотипы и корректируется самооценка;
- ярче проявляется личность обучающегося;
- формируются познавательные и профессиональные мотивы и интересы.

Полученный в деловой игре опыт может оказаться более продуктивным по сравнению с опытом, приобретенным в профессиональной деятельности. Происходит это по причине того, что деловая игра помогает наглядно представить последствия принятых решений, проверить возможность альтернативных решений, а также стимулирует процесс принятия ответственности.

Все рассмотренные выше преимущества обуславливают успешность применения данного метода в образовательном процессе. Деловая игра является мощным фактором организации активной познавательной деятельности, служит толчком для принятия взвешенных самостоятельных решений

и раскрывает творческий потенциал личности. Исходя из этого, можно предположить, что данный метод послужит как наилучшее средство повышения качества обучения будущих выпускников.

Список литературы:

1. Антонова Н.В. Обеспечение качества подготовки преподавателей вуза как гаранция качества выпускника в институте международного менеджмента и образования. / Н.В. Антонова – Международное научное периодическое издание «Новая наука: современное состояние и пути развития». – Стерлитамак, 2017. – С. 12-15.
2. Валутова А.И. Применение деловой игры при изучении экономических дисциплин на старших и младших курсах. / А.И. Валутова, Г.А. Бурмакина – Студенческая наука – взгляд в будущее: мат-лы XI Всерос. студ. науч. конф. Часть 3 / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. – С. 44-46.
3. Вербицкий А. А. Активное обучение в высшей школе: контекстный подход. / А.А. Вербицкий – Метод. пособие. - М.: Высш. шк. 1991. – С. 26-28.
4. Геронимус Ю. В. Игра, модель, экономика. / Ю.В. Геронимус – Учеб. пособие. - М.: Знание, 1989. – С. 19-20.
5. Козулина Н.С., Кулешова Ю.В. Методологические аспекты интерактивных технологий в профессиональном обучении Красноярского ГАУ / Н.С. Козулина, Ю.В. Кулешова – Проблемы современной аграрной науки: мат-лы международ. заоч. науч. конф. / Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2016. – С. 209-211.
6. Платов В.Я. Деловые игры: разработка, организация, проведение. / В.Я. Платов – М.: Профиздат, 1991. – С. 10-12.
7. Шабанов А.С. История деловых игр. / А.С. Шабанов – Омский Государственный Технический Университет, 2015. – С. 2-3.

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ГРАМОТНОСТЬ ОБУЧАЮЩИХСЯ В СФЕРЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

Келер Я.Н.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент, Миронов А.Г.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Юридическая терминология является традиционным элементом законодательной техники [1], при этом профессиограмма юриста предполагает высокий уровень эрудированности и грамотности в смежных отраслях знаний. К одной из таких относится юридическая психология. Как и любая специальная область знаний, данная сфера наряду с общепсихологическими терминами, оперирует сложными, многогранными и достаточно часто специфическими понятиями, которые выражаются соответствующей терминологией. Грамотность и умение пользоваться данной лексикой далеко немаловажный фактор, поскольку именно это является важным инструментарием для формирования научных концепций, теорий, законов [2], а также является необходимым компонентом эффективного профессионального общения юриста. В настоящее время данная терминология стала одной из самых важных, т.к профессия юриста на сегодняшний момент является достаточно популярной. Заимствованные термины из глоссариев стали звучать гораздо чаще на улицах, но что касается более узких терминов, например таких как "Бихевиоризм" или "Эвристика"? Данные понятия и слова не часто можно услышать из уст прохожих, но в профессиональных текстах, аналитических обзорах, периодике, подобного рода термины встречаются часто. Таким образом, для возможностей организации качественного образовательного процесса, возникает вопрос об уровне терминологической грамотности бакалавров и магистров юридических направлений подготовки в области общей и юридической психологии на этапе обучения в вузе.

Ряд норм закона так или иначе требует назначения судебно-психологической экспертизы и при изучении юридической психологии будущий специалист познает закономерность взаимодействия человека, со средой, а также условия и особенности формирования социально адаптированного и девиантного поведения личности, психологические факторы криминализации личности. Студенту необходимо усвоить понятия о психике человека, классификацию психических явлений, психические процессы (познавательные, эмоциональные, волевые), психические состояния и психические свойства личности [2]. Знание и умение оперировать терминами в юридической психологии – один из важных показателей профессиональной компетентности юриста. Психологические знания в данной

сфере позволяют юристу глубоко понять сущность базовых уголовно-правовых категорий, а именно мотив преступления, цель, личность преступника и др.

В связи с вышесказанным, нами была поставлена цель выяснить уровень и понимание терминов у студентов в области юридической психологии, обучающихся на направлениях юриспруденции.

Для достижения поставленной цели, были определены следующие задачи:

1. Провести констатирующий эксперимент среди студентов второго курса юридического института ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет» в рамках оценки владения специфической терминологией в сфере юридической психологии (350 терминов), относящихся к данной тематике.

2. Проанализировать полученный материал (статистическая обработка данных) и выделить термины, часто встречающиеся в современной профессиональной речи юриста, но с пониманием которых обучающиеся испытывают трудности.

В результате проведенных исследований были получены следующие результаты:

Таблица 1. – Уровень владения понятийно-терминологическим аппаратом в области психологии, %

Экспериментальная группа	Знают термин точно, могут дать определение.	Слышали, понимают, но не могут дать определение.	Слышат впервые.
Бакалавриат	56 ($\pm 2,3$)	25 ($\pm 1,5$)	19 ($\pm 2,1$)
Магистратура	59 ($\pm 3,0$)	30 ($\pm 1,9$)	11 ($\pm 1,8$)

Проанализировав данные, проведенного экспериментального исследования, нами были сделаны выводы, что формирование основ грамотности в данной сфере невозможен, без дополнительного изучения литературы и применения таких методов обучения, как глоссарный метод, работа с текстами и проч.. Полученные результаты указывают на то, что обучающихся уровень терминологической грамотности составляет чуть более 50%. В 41-46% случаев обращений к психологическим терминам будущие юристы испытывают трудности в их понимании и применении в учебной и учебно-профессиональной деятельности, а значит не имеют возможности предметно и эффективно свой применять терминологический потенциал в освоении таких курсов как «юридическая психология».

В ходе исследований был сформирован некоторый перечень слов, которые неоднократно были отмечены учащимися. В этот перечень попали такие слова как: Валидность, Катарсис, Эвристика, Фruстрация, Сублимация, Локус контроля, Корреляция, Эмпатия, Бихевиоризм, Астения, Аффилиация, Детерминизм, Инсайт, Конформность, Нонконформизм, Ригидность, Депривация, Делинквентность, Девиация, Онтогенез и др. Полученные результаты весьма важны для составления личных тезаурусов в ходе освоения учебных курсов.

Повышение уровня терминологической грамотности возможно решить методической разработкой занятий либо же серией занятий, которая будет иметь целевую направленность и в последующем разбита на отдельные модули, последовательность которых должна быть логичной и подчинена принципам информативно-содержательного характера. Обучение и эффективность получаемых знаний должна происходить систематически в ходе выполнения различных тренировочных заданий, которые необходимо усложнять в процессе изучения. Также необходимо повысить адаптацию учебного материала и возможность разработки индивидуальной ориентированности на изучение терминов. Можно отметить, что немаловажным фактором в познании и изучении лексики является высокая терминологическая грамотность и компетентность преподавателя в данной области дисциплины. Следует актуализировать лексику в виде речевой деятельности, например в профессионально-ориентированном письменном или устном дискурсе [3]. Описанное выше позволяет сделать выводы о том, что для формирования основ терминологической грамотности требуется не только рациональный подход к отбору и организации содержания обучения, но и составление системы методических разработок на всех этапах учебного процесса.

Литература:

1. Тимошенко, И.В. Юридическая терминология как учебная дисциплина инновационного типа: постановка проблемы // Юридическая техника и технологии, 2009. Раздел 2. С. 212-213.
2. Еникеев, М.И. Юридическая психология с основами общей и социальной психологии // Учебник для вузов. - М.: Норма, 2005. С. 12, 19-21.

3. Соколова, Э.Я. Формирование основ терминологической грамотности в процессе обучения профессиональному иностранному языку. // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал, 2014. С. 4-5. URL: http://tverlingua.ru/archive/034/09_34.pdf
4. Шабунина, В.А. Современные подходы в терминологии профессионального образования / В.А. Шабунина, Н.В. Дунаева, А.К. Шабунина, А.Г. Миронов А.Г. – Москва-Красноярск, 2017. – 562 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ИГР ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПРИ ОСВОЕНИИ ЭКОНОМИКИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЛИЦЕЕ

Купцова Е.В.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Бурмакина Г.А..

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Контроль знаний, умений и навыков обучающихся является важной составной частью процесса обучения. Целью контроля является определение качества усвоения обучающимися программного материала, диагностирование и корректирование их знаний и умений, воспитание ответственности к учебной работе. В методической литературе принято считать, что оценка является так называемой «обратной связью» между преподавателем и обучающимися, тем этапом учебного процесса, когда преподаватель получает информацию об эффективности обучения предмету. Некоторые преподаватели традиционно подходят к организации контроля, используют его в основном ради показателей достигнутого.

Проверка знаний обучающихся должна давать сведения не только о правильности или неправильности конечного результата выполненной деятельности, но и о ней самой: соответствует ли форма действий данному этапу усвоения. Правильно поставленный контроль учебной деятельности обучающихся позволяет преподавателю оценивать получаемые ими знания, умения, навыки, вовремяказать необходимую помощь и добиваться поставленных целей обучения. Все это в совокупности создает благоприятные условия для развития познавательных способностей обучающих и активизации их самостоятельной работы на занятиях. Игровая технология - уникальная форма обучения, которая разнообразит работу студентов на творческом уровне.

Не менее важной особенностью игры является то, что она способствует использованию знаний в новой ситуации. Было выявлено, что в игровой форме усваивается около 90 % информации. Активность студентов проявляется ярко, носит продолжительный характер и «заставляет» их быть активными.

Педагогическая суть деловой игры – активизировать мышление студентов, повысить самостоятельность будущего специалиста, внести дух творчества в обучение, подготовить к профессиональной практической деятельности. Если в проблемном обучении главным вопросом выступает «почему», то в деловой игре – «что было бы, если бы...»

Игровая технология востребована в настоящее время из-за перенасыщенности обучающегося информацией. Важной задачей колледжа становится развитие умений самостоятельной оценки и отбора получаемой информации. Развить подобные умения поможет, к примеру, дидактическая игра, которая служит своеобразной практикой для использования знаний, полученных на учебном занятии и во внеурочное время. Как правило, дидактическая игра требует от обучающегося умения расшифровывать, распутывать, разгадывать, а главное – знать предмет. К примеру, дидактические игры проводят в целях повторения, закрепления и проверки усвоения изученного материала. К таким играм относятся соревнования «Кто быстрее», «Кто точнее», «Технические бои»; технический КВН, составление и решение кроссвордов по материалу предмета; тематические викторины и др. Состязательность, смена видов занятий при проведении дидактических игр оживляют восприятие, способствуют более прочному запоминанию учебного материала, помогают преподавателю, менять темп деятельности, предупреждать переутомление студентов.

На занятиях в профессиональном лицее мы апробируем применение деловой игры «Налоговый инспектор». Основная задача - научить в игровой форме логике экономического мышления, показать способы решения экономических проблем с помощью игровых технологий.

Важнейшую роль в игровой модели контроля знаний принадлежит заключительному этапу – обсуждению хода и результатов игры. Игра рассматривается в 2 планах – содержательном и социально-психологическом. Учащиеся вместе с преподавателем обсуждают трудности, возникшие по ходу игры, эмоциональные переживания, идеи, которые приходили в голову, и полученный опыт.

Особое внимание уделяется обсуждению соотношений игровой ситуации с реальностью, возможности использования полученного игрового опыта в других ситуациях. Но не все участники, проходя через одну и ту же процедуру, оценят её одинаково и получат одинаковый опыт.

В условиях рыночной экономики на первое место встаёт качество подготовки студентов, формирование творчески мыслящих людей, способных к совершенствованию и обновлению своих трудовых умений и навыков, поиску неординарных решений. Выпускнику просто жизненно необходимо морально, психологически и практически быть готовыми к труду в условиях рыночной экономики; ему необходимо помочь осознать, что личный успех зависит от их профессиональной и экономической грамотности, трудолюбия, инициативы, предприимчивости и творчества. И этой можно достичь использую в учебном процессе игровые технологии.

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА
(НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПЕРЕПИСКИ В ОФИЦИАЛЬНЫХ И НЕОФИЦИАЛЬНЫХ
СТУДЕНЧЕСКИХ КРАСНОЯРСКИХ ГРУППАХ)**

Пашкевич Т.П.

Научный руководитель: к.пед.н., доцент Белых И.Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

В современном мире каждый человек имеет доступ к интернету, что побуждает его к самовыражению. Многие люди тщательно продумывают информацию о себе на социальных страницах, трепетно относясь к выбору статуса, и стремятся, чтобы их заметили. Одним из основных способов самопрезентации в Сети является стиль общения и тематика размещенных текстов. Однако не все люди относятся серьезно к виртуальной коммуникации, многие не следят за манерой общения, не задумываясь, что у окружающих в результате складывается о них не лучшее мнение. Некоторым людям в принципе тяжело оценивать свою речь.

В современном виртуальном общении среди студентов довольно часто употребляется сниженная лексика, просторечные выражения. Просторечную лексику употребляют практически все студенты, однако в ситуации официального и полуофициального общения (социальные группы академического содержания) они стараются контролировать свою речь. Чаще всего грубая и табуированная лексика, пользующаяся популярностью среди студентов в неофициальном общении, переходит в конструктивную и благородно соответствующую нормам литературного языка речь, если среди комментаторов присутствуют преподаватели либо же люди более высокого статуса, чем сами студенты. Студенты начинают следить за речью, стараются избегать флейма.

Однако если социальная группа полностью состоит из студентов, то даже в обсуждении какой-либо темы, связанно с учебой, возникает флуд с целью привлечь внимание и троллинг для того, чтобы выделиться, даже несмотря на то, что такими действиями можно вызвать конфликт с другим человеком [1].

Важной особенностью лексикона современных студентов является регулярное употребление в процессе общения иностранных слов и экспериментирование над их формой и значением. Студенты считают престижным использовать в своей речи заимствованные слова. Они выделяются такой особенностью языка, так как не все понимают их семантику, потому что далеко не каждый владеет основами английского языка.

Многие студенты стараются не использовать словесную речь для общения в Сети, заменяя ее стикерами или смайликами. Так же не всегда общение является основной задачей нахождения в социальных сетях. Например, пользователи нередко просто перенаправляют посты из разных групп, в которых зачастую содержится информация, не несущая никакого познавательного замысла. Не все студенты умеют выражать свои мысли. Их речь зачастую «засорена» словами-паразитами, тавтологией [2].

Для того чтобы объективно оценить, насколько справедлива критика в адрес современных студентов, нами была проанализирована переписка в официальных и неофициальных студенческих красноярских группах.

В официальных группах, как правило, соблюдаются речевые этикет. Используются классические формулы («здравствуйте», «пожалуйста», «спасибо»). Например, «Здравствуйте, ...! Скажите, пожалуйста, реально ли выиграть грант Президента?», «Спасибо за ответ!».

Редко встречаются пунктуационные ошибки (отсутствие выделения вводных слов и конструкций запятыми («возможно», «пожалуйста», «на Ваш взгляд»), неправильное использование

большой и маленькой буквы («вашему», «ответьте: Если»), ошибки в написании словарных слов («степендия»), разговорные слова и аббревиатуры («лс» – личные сообщения, «поржать», «препод»), тавтология («Возможно, вопрос не совсем по Вашему профилю, но если возможно»), нанизывание предлогов («в сложившейся обстановке в стране»).

Можно отметить соблюдение качеств хорошей речи, умение четко и лаконично выразить мысль, отсутствие нелитературной, бранной и нецензурной лексики. Например, «Здравствуйте, ..., подскажите, пожалуйста, где и когда можно написать заявление на материальную помощь?», «Здравствуйте! Скажите, пожалуйста, какие профессиональные качества молодого ученого Вы считаете наиболее важными при организации научной деятельности?». Эмотиконы («смайлики») практически не используются.

Сравним общение в официальных группах с неофициальными. Часто используются просторечные и жаргонные слова и фразеологизмы: «типа» в значении «вроде», «халыва», «в уши налили» («лгали»), «рулит» («опережает»), разговорные аббревиатуры «вк» («Вконтакте»), «топчик» («нечто популярное, лучшее»). Встречаются пунктуационные ошибки (пропуск запятых, отсутствие кавычек в названиях программ), пропуск дефисов в сокращениях («Зго»), разговорная лексика («штуковина»), описки («хорошие» вместо «хорошо», «отзовитесь» вместо «отзовитесь»).

Отсутствуют обращения и иные этикетные формулы общения. Редко используются неформальные (привет, ребят). Однако нецензурная лексика также не распространена. Эмотиконы встречаются часто. К положительным сторонам можно отнести соблюдение точности и понятности речи («Люди, которые хорошо знают геологию, отзовитесь», «Кто-нибудь может помочь онлайн на физике? Ставьте лайк, напишу»), написание сообщений преимущественно с прописной буквы (данное правило часто нарушается в виртуальной переписке). Для неформальных групп свойственна лаконичность сообщений («контрольные, курсовые, дипломные работы» вместо «выполняю ...»), стремление к ироничному тону общения («ахаха, стипендия»; «ахаха, работа»; «ахаха, учатся»; «Это еще что-то маленькая очередь»). – «Потому что это очередь тех, кого пораньше отпустили, остальные еще не пришли»; «Внимание, игра:)! Продолжим список:) По три слова. ПатАлогоанатом, судмедЭксперт, обезбАливание»).

Таким образом, в неофициальных группах намного чаще используются эмотиконы, речь более лаконична, нормы речи нарушаются чаще, но не повсеместно, распространена жаргонная и разговорная лексика. Отличия речи официальных и неформальных студенческих групп во многом соответствуют разнице между книжной и разговорной речью в целом. В качестве особенностей неофициальной речи красноярских студентов можно выделить ее ироничность и лаконичность, а также необсценный характер (незначительное использование нецензурной лексики), что, на наш взгляд, является положительными характеристиками. Официальная речь, как правило, соответствует предъявляемым к ней требованиям, что говорит о достаточном владении студентами нормативным, коммуникативным и этическим аспектами культуры речи, однако нередко характеризуется многословием. Важной положительной особенностью речи как в официальных, так и в неформальных группах является умеренное использование иноязычных слов. К отрицательным стоит отнести популярность грубой просторечной и жаргонной лексики.

Список литературы:

1. Белых, И.Н. Этикет письменной речи в Интернете / И.Н. Белых // Проблемы современной аграрной науки: материалы международной заочной научной конференции (15 октября 2016 г.). – Красноярск, 2016. – <http://www.kgau.ru/new/all/konferenc/konferenc/2016/g18.pdf>
2. Михеева, Л.Н. Лингвокультурная ситуация в современной России: речевая культура студенчества. – М.: ФЛИНТА, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976518483.html>

ФОРМИРОВАНИЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОЛЛЕКТИВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Пустошкина Е.В.

Научный руководитель: к.м.н., доцент Каракев А.Ю.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Согласно статистическим данным, человек проводит половину жизни на работе [1]. Многие люди находят друзей на работе или имеют приятельские отношения. Даже существует выражение: работа – второй дом. Не нужно забывать и о психологическом комфорте пребывания на работе.

Работа – одна из главных составляющих человеческой жизни. На работе человек может достичнуть своих целей, реализовать свои способности, развить себя, как личность - самоактуализироваться. Согласно пирамиде потребностей Маслоу-МакКеланда (рисунок 1), достигнув высшей ступени - самоактуализации, человек может считать себя счастливым.



Рисунок 1 – Пирамида потребностей Маслоу-МакКеланда [2]

Недоверительные отношения внутри учебного заведения влияют на нее негативным образом. Руководители и подчиненные, которые не могут договориться о плане и способе выполнения работ оказываются в тупике. Так же необходимо отметить, что напряженная обстановка в коллективе способствует снижению качества образовательных услуг вплоть до срывов занятий. Доверительные отношения напротив, имеют много положительных черт:

- Повышают интенсивность доверительного и непринуждённого отношения между сотрудниками, что ведет к улучшению настроения;
- Повышают производительность труда;
- Упрощают введение организационных изменений, организация быстрее и проще адаптируется к внешним изменениям;
- Формируют уважение сотрудников к руководству;
- Снижают текучесть кадров, за счет приверженности организации;
- Повышают способность сотрудников к командной работе.

Организационное доверие и недоверие существует в трёх формах:

1. Они реализуется как система норм обмена информацией между сотрудниками и как система, ее контролирующая;
2. Они выражаются в психологическом отношении работника и представлениях о своих коллегах и организации в целом;
3. Они выражаются в форме психического расстройства общения между сотрудниками коллектива [3].

Таким образом, уровень доверия в коллективе необходимо повышать, используя ряд мероприятий.

Во-первых, повышение эффективности и развитие организации. Высокий уровень доверия внутри организации способствует развитию сотрудников вместе с организацией и обучению. Сотрудники вносят творческий вклад в работу.

Во-вторых, повышение уровня использования инноваций. Коллективное обучение сплочает. Кроме того, сотрудники могут консультироваться друг с другом.

В-третьих, создание комфортных условий для общения. В результате приятельского общения, работники организации проще переживают стресс.

В-четвертых, существует три направления доверия в организации: доверие между коллегами, доверие к руководству и доверие организации, как системе. Доверие по всем трём направлениям должно быть гармоничным.

В-пятых, необходимо помнить, что можно корректировать только доверие на бессознательном уровне по средствам грамотной речи и проявления уважения. На сознательном уровне корректировка возможна, но это более долгий процесс, так как данный тип доверия основан на прошлом опыте [4].

Необходимо сказать о трёх элементах доверия, управляя которыми, можно воздействовать на уровень отношений в фирме. Элементы и уровни доверия представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Элементы и уровни доверия [5].

Уровень доверия Элемент доверия	Низкий	Высокий
Информация	Скрывается, как снизу так и сверху, намеренно искажается, используется в личных целях	Доступна для всех, имеет одну трактовку, достоверна
Влияние	Сотрудники не участвуют в принятии решения	Инициатива и творческий подход. Работники уважают своё руководство
Контроль	Тотальный контроль руководителя на любом этапе работы	Руководитель ставит задачу, путь решения выбирают подчиненные самостоятельно

Немаловажным фактором является роль руководителя в формировании доверительных отношений внутри образовательной организации. Руководитель должен быть компетентным, порядочным, справедливым, честным, лояльным и открытым.

Делая вывод, необходимо отметить, что доверительная атмосфера в коллективе является важной частью организационной культуры. Формирование доверительных отношений зависит как от руководителя, так и от каждого сотрудника.

Список литературы:

- 1 Половина жизни для работы [Электронный ресурс]: Работа в России. – Режим доступа:
http://tjob.ru/articles/polovina_zhizni_dlya_raboty/
- 2 Гуревич, П. С. Психология и педагогика: учебник / П. С. Гуревич. – Москва: Юрайт, 2014. – 478 с.
- 3 Конникова М. Психология недоверия // М. Конникова. Азбука-Аттикус – 2016. – 460с.
- 4 Ковалев, С. В. Как жить, чтобы жить. Основы экзистенциального нейропрограммирования / С.В. Ковалев. - М.: Твои книги, 2015. - 240 с.
- 5 Shmakov A.V. How trust influences economic decisions // Terra economicus – 2014. - №3 (12).

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА КРАСНОЯРСКОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ (НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ ГОРОДА)

Савченко Д. С.

Научный руководитель: к.п.н., доцент Белых И. Н.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Важнейшей составляющей маркетинга являются рекламные тексты, которые направлены на продвижение товаров или услуг. Кроме того, наружная реклама – важный показатель городской языковой культуры, ее развития, что актуализирует объект нашего исследования – тексты наружной рекламы торговых точек и коммерческих организаций центральной части г. Красноярска. Под текстами мы понимаем любую информацию об объекте, представленную с помощью языка, включая ее название. Для систематизации анализа нами выбраны 3 критерия: 1) особенности нейминга; 2) дополняющих названия рекламных текстов; 3) соблюдение языковых норм.

Нейминг – это способность давать предметам торговли или услуг уникальные имена, которые способствуют продвижению на рынке [1]. Фонетические критерии успешного названия включают в себя благозвучность, легкость прочтения и произношения, которые определяют запоминаемость бренда и его эффективность коммуникации с аудиторией.

В процессе исследования нами был собран и проанализирован материал о текстах наружной рекламы 74 коммерческих объектов центральной части г. Красноярска. Из них на русском языке

названы только 42 (например, «БАБАЕВСКИЙ», «Теленок табака»), представляющие смешение кириллицы и латиницы – 2 («JUMBO&Уклейка», «ПАПА S»), 30 – на иностранных языках (например, «The Bad Guys», «ibuket»). Мотивированных названий (связанных в сознании русскоговорящих людей с предлагаемыми товарами и услугами) – всего – 43 (такие, как магазин обуви «Обувной перекресток», винное бистро «ПРОБКА»), на русском языке – 30, на английском – 13 (к примеру, кофейня «TRAVELER S COFFEE»). Причем некоторые названия требуют не только знания букв кириллицы, но и элементарного владения английским, поэтому их можно назвать только условно мотивированными («KILLFISH», «Поль Бейкери»). Немотивированных, на наш взгляд, – 31 (среди них – пироговая «Штолле», магазин швейной техники «Надэль» и т.д.).

В основу некоторых названий положены такие выразительные средства, как:

- олицетворение: дизайнерский магазин «The Bad Guys» («плохие парни»), кафе «Брюс Ли», магазин для беременных «Кенгуру», магазин одежды «Картель Бестия», охранное агентство «Скорпион», кафе-пекарня «Поль Бейкери» (дословно «Поль Пекарня»);
- аллегория: «Магия моды», «Аура цветов»;
- метафора: «Обувной перекресток», «Бабушкин сундук», «Обувная поликлиника»;
- метонимия: кафетерий «Кекс и крендель», винное бистро «ПРОБКА», бар «KILLFISH» (убей рыбу в значении «съешь»), «DYNASTY» (ювелирные мастерские, специализирующиеся на фамильных драгоценностях), «ДОМ ЕВРОПЕЙСКОЙ ОБУВИ», сеть ювелирных магазинов «Алмаз», кофе-бар «Брауни», Ювелирная сеть «585», строительная компания «Реставрация»;
- эпитеты: Кофейня «WOODCOFFEE» (в переводе «древесный, лесной кофе»), «CIRCLE BOUTIQUE» («круглый бутик»), «Золотой лев».
- аллитерация и ассонанс: Сеть кафетериев «Кекс&крендель»
- каламбур («AM!БАР»).
- гипербола: Столовая «СЪЕМ СЛОНА», магазин часов «ЧАСЫ МИРА».

Следует отметить, что выразительные средства использованы только в 21 названии (в том числе в 4 иностранных) из 74, метонимия – в 9, олицетворение – в 6, метафора – в 3, эпитеты – в 3, аллегория – в 2, гипербола – в 2, аллитерация и ассонанс – в 1. Оригинальных выявлено не было, неудачным можно считать название «KILLFISH» («убей рыбу»).

В качестве средств привлечения внимания также использованы:

- смешение частей устойчивых сочетаний («Теленок табака» из «цыпленок табака»);
- сочетание кириллицы и латиницы («JUMBO&Уклейка», «ПАПА S», «ibuket»)
- графемы-пиктограммы «АПТЕЧНЫЙ» (буква-знак скорой помощи), «ABSOLUT» (буква-рюмка), «РОМАШКА» (буква-ромашка).
- намеренное нарушение орфографии в виде сочетания прописных и строчных букв «БургерКит», «Дёнер», «The Bad Guys», «iRobot» (БытСервис), «Gusto Coffee»
- сочетание слов, написанных большими и маленькими буквами «JUMBO&Уклейка».

Таким образом, языковые средства привлечения внимания, были использованы только в 35 объектах из 74, 7 – в иностранных названиях, 3 – в смешанных. Из приведённых средств мы видим, что рекламные названия по-разному стремятся воздействовать на потенциального потребителя.

Составление рекламных текстов, дополняющих название торговой точки, находится в компетенции копирайтинга. Копирайтинг – это «деятельность по разработке рекламных и имиджевых слоганов, а также по написанию рекламных и презентационных текстов» [2].

Проанализируем, насколько данная деятельность является удачной.

В первую очередь следует отметить, что текстовая наружная реклама 29 из 74 объектов ограничивается только их названиями. У остальных объектов рекламные тексты, как правило, предельно лаконичны и являются торговыми предложениями, дополняющими названия на вывесках либо на отдельных стендах. 17 текстов выполняют функции сообщения, например:

- «Кофе и какао с собой. Горячая выпечка».
- «Домашний текстиль. Ручная работа».

22 текста – воздействия или побуждения («-70% на всё только до 5 марта. Успей купить!»).

6 текстов – сообщения с элементами побуждения («Пирожные, торты, выпечка, десерты, блинчики, кофе, закуски. Возьми кофе с собой со скидкой 50%»).

Таким образом, в наружной рекламе центра г. Красноярска достаточно распространены неэмоциональные информационные тексты, в незначительной степени уступая побуждающим (17 против 22), что можно считать ее недостатком. Рекламные тексты чаще всего представляют собой перечень слов и словосочетаний, называющих предлагаемые товары или услуги, такие как

«оригинальные предметы, одежда и аксессуары сибирских художников и дизайнеров». Намного реже – предложений, только в 12 рекламных объектах, например: «Мы идем за обувью!». В качестве средств воздействия и побуждения используются:

- восклицательные знаки – в 11 объектах;
- прилагательные с положительной и эмоциональной окраской – в 8 объектах: «оригинальные предметы»; «полезные продукты»; «настоящие бургеры»; «свежие торты»; «вкусная еда»; «правильные мужские стрижки»; «культурный лаунж-клуб»; «большой ассортимент»; «демократичные цены!»;
- обращение к покупателю либо речь от лица покупателя – в 7 точках: «Мы идем за обувью!»; «К твоему бургеру чай или лимонад в подарок!»; «Спорим, ты такое не пробовал?»; «У вас есть идея дизайна украшения? Мы воплотим её в жизнь!»; «Ждем вас!»; «Ролл «цезарь» возьми с собой!»; «#тут вам не рады, заходи!»;
- риторический вопрос – в 2 точках: «Спорим, ты такое не пробовал?!»; «У вас есть идея дизайна украшения? Мы воплотим ее в жизнь!»
- повелительная форма глагола – в 2 объектах: «Успей купить!»; «Возьми кофе с собой со скидкой 50%»;
- Эмоционально окрашенные приставки – в 1 точке: «Суперцена!»;
- Олицетворение – в 1 точке: «Я – кофе, и я хочу с тобой!»;
- Каламбур – в 1: «У нас есть то, что есть полезно!»;
- Аллитерация и ассоцанс – в 1: «аксессуары для гор и города!»;
- Ссылка на мнение профессионала – в 1: «бариста рекомендует!»;
- Антиреклама – в 1: «#тесно #разбавлено #бармены хамят #тут вам не рады!»;
- Перечень ассоциаций – в 1: «цветы, любовь, мама, счастье, свидания, круглосуточно».

Таким образом, в побуждающей рекламе преобладают такие типичные средства воздействия, как восклицательные знаки, прилагательные с положительной и эмоциональной окраской, обращение к покупателю и речь от лица покупателя. Оригинальными можно назвать антирекламу и перечень ассоциаций. Неудачным – слоган: «Учеба + шаурма = гениальность!!!».

Третий критерий, по которому нами анализировалась красноярская реклама – это соблюдение языковых норм [3]. Среди нарушений были отмечены следующие:

- включение английских слов в русские предложения: «К твоему кофе меренга или cookies в подарок!»;
- тавтология: «бариста рекомендуют черничный раф, апельсиновый раф, соленый раф, раф шалфей, раф масла, латте пуэр, арахисовый латте»;
- раздельное написание приставок со словами: «по супер цене!»;
- написание новых предложений со строчных букв: «ВСЕГО через 200м! на ЛЕНИНА, 137!»;
- Пропуск дефиса: «3D КИНОКОМПЛЕКС»;
- Отсутствие точки после сокращения: «59 руб»;
- Пропуск запятой: «Я – КОФЕ И Я ХОЧУ С ТОБОЙ»;
- Пропуск кавычек: «РЕСТО-ПАБ РИФ КРАКЕНА»;
- немотивированное использование больших букв в середине предложения: «Режим Работы ... Бизнес-ланч От 250 руб. С 12:00 До 16:00»

Нарушение языковых норм обнаружено в 9 рекламных текстах из 45, 5 относятся к орфографическим и графическим, 3 – к пунктуационным, 1 – к лексической.

Таким образом, в рекламных текстах центральной части г. Красноярска преимущественно соблюдаются языковые нормы. Некоторые ошибки, возможно, были неудачными попытками привлечения внимания покупателей (посетителей), например: «К твоему кофе меренга или cookies в подарок!».

Подводя итоги, выделим психолингвистические особенности текста красноярской наружной рекламы.

1) В названиях торговых объектов и рекламных текстах наблюдается чрезмерное использование латиницы и ее элементов (в 43% случаев), что, возможно, является неудачной попыткой привлечения внимания потребителя. Безусловным недостатком текстов является массовость немотивированных названий (42%), а также ориентация на потребителей, в той или иной

степени владеющих английским языком. 18% названий объяснимо только при его элементарном знании. Выразительные средства языка использованы только в 28% названий, в основном это метонимия и олицетворение. Также внимание привлекается с помощью намеренного нарушения орфографии. В целом языковые средства привлечения внимания использованы в 47% названий.

2) Среди текстов рекламы, дополняющих названия, распространены неэмоциональные информационные тексты (38%), что можно считать ее недостатком. Побуждающие тексты используют в основном элементарные средства воздействия: восклицательные знаки, прилагательные с положительной и эмоциональной окраской, обращение к покупателю и речь от лица покупателя. Оригинальных текстов нами практически не выявлено.

3) Нарушения языковых норм в красноярской наружной рекламе встречаются нечасто. Среди них наиболее распространены орфографические и пунктуационные ошибки. В целом анализ текста красноярской наружной рекламы говорит о владении ее авторами среднелитературным типом речевой культуры, слабой ориентации на социально-психологические особенности потенциальных потребителей и недостатке языкового творчества.

Список литературы:

1. Абдокова, Л. З. Нейминг как составная часть процесса брендирования / Л.З. Абдокова // Теория и практика современной науки. – 2016. - №1(7). – URL: http://modern-j.ru/domains_data/files/7/Abdokova%20L.%20Z.2.pdf (дата обращения 21.03.2018).
2. Финансовый словарь «Финам». – URL: <https://www.finam.ru/dictionary> (дата обращения 21.03.2018).
3. Введенская Л. А. Русский язык и культура речи: Учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. - 12-е изд. - Ростов Н/Д: Феникс, 2005. — 544 с.

РОЛЬ РЕФЛЕКСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Субботин Н.К.

Научный руководитель: к.б.н., доцент Кулешова Ю. В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Активизация познавательной деятельности обучающихся по-прежнему является актуальной задачей современной системы образования. В настоящее время существует большое разнообразие инновационного методического инструментария, позволяющего делать процесс обучения более прогнозируемым и управляемым. Одной из эффективных психолого-педагогических технологий является рефлексия. Рефлексивная деятельность может быть организована в рамках образовательного процесса различными способами.

Как говорил Щедровицкий, что ребенок, повторяющий деятельность, заданную в образце несколько раз, в итоге может ничему не научиться, поскольку тот, кто повторяет, не учится. Освоение происходит только в тот момент, когда в дело включается направленная рефлексия, за счет которой и выделяются эти схемы деятельности - способы решения задач и рассуждения. Усвоение получается тут, как прямой продукт рефлексивного процесса. И в то же время, А.В. Хоторской указывает, что рефлексивная деятельность состоит из некоторых этапов, выполнение которых предполагает появление, успешное завершение и получение результата от рефлексивных технологий.

По мнению еще нескольких ученых, таких как И.Н. Степанов, С.Ю. Степанов, А.А. Тюков к общим психологическим механизмам рефлексии (движение в рефлексивном плане) относят остановку, фиксацию, отстранение, объективизацию и обрачивание. Хоторской А.В. также указывает, что относительно процесса обучения данные механизмы можно применить при организации рефлексивной деятельности.

На каком-то определенном этапе в учебной деятельности, например, после получения образовательного продукта или в результате возникшей проблемы, снова проводится рефлексия, выявляются новые результаты, выдвигаются новые гипотезы и новые решения. Таким образом, образовательная деятельность представляет собой «челночное» движение чередующихся деятельности - предметной и рефлексивной.

Рефлексивные технологии в образовательном процессе могут быть организованы в различных формах. Ученый А.В. Хоторской говорит, что в педагогической практике организация осознания учениками своего процесса познания, способов учебной деятельности, своего эмоционального состояния имеет два основных вида:

- текущая рефлексия, осуществляемая по ходу учебного процесса;
- итоговая рефлексия, завершающая логический или тематически замкнутый период деятельности.

Такая рефлексия предполагает организацию мыслительной деятельности учеников после выполнения цикла предметной деятельности и включает:

- остановку предметной деятельности;
- активизировать рефлексивную деятельность, таким образом ворнуть внимания детей к основным элементам этой познавательной деятельности: к ее направлениям, видам, этапам, проблемам, противоречиям, результатам, использованным способам деятельности.

Рефлексивные технологии структурируют предметную деятельность. Результатом применения такой рефлексии может стать понятие, сформулированное противоречие, найденная причинно-следственная связь или закономерность, теоретическая конструкция по изучаемому предмету, осознание процессов познания окружающего мира, осознание своего психологического состояния и т.д. Текущая рефлексия проводится в ходе выполнения определенной учебной деятельности.

Итоговая рефлексия отличается тем, что у нее увеличен объем рефлексивного периода, а также большая степень заданности и определенности со стороны преподавателя. Итоговая рефлексия проводится по итогам окончания урока, недели, четверти, года и т.д. Важным фактором, влияющим на эффективность развития рефлексивных умений в процессе обучения, является многообразие форм рефлексии, соответствующих возрастным и иным особенностям детей.

Формы образовательной рефлексии различны:

- вербальные формы: устное обсуждение, рассказ, высказывание происходящих изменений, опрос.
- невербальные формы: сочинение, письменное анкетирование, графическое или рисуночное изображение происходящих изменений.

Для эффективного развития рефлексивных умений у обучающихся необходимо комплексное использование указанных форм рефлексии в образовательном процессе. В учебной работе с можно применять невербальные способы выражения рефлексии, организованная деятельность с помощью каких-то рисунков, ассоциаций, музыки и ещё большое количество других средств. Обучающиеся в этом случае выражают чувства различными видами эмоционального языка. Например, младшие школьники, могут «рисовать свое настроение, образ урока в виде чего-либо», обучающиеся средних классов - подбирать цвета для закрашивания таблиц с различными элементами выполненной деятельности, более взрослые обучающиеся - строить графики изменения параметров своей деятельности на протяжении урока. Особый интерес для обучающихся может представлять графическая рефлексия, когда требуется начертить, например, график изменения их интереса (самочувствия, уровня познания, личной активности, самореализации и др.) на протяжении учебного занятия.[2]

Использование методических приемов, способствующих развитию рефлексивных умений, в процессе обучения предполагает создание и внедрение следующих необходимых условий и правил:

1. Полное взаимное доверие учителя и обучающихся.
2. Отсутствие страха, неуверенности со стороны субъектов учебной деятельности.
3. Недопустимы нескромность, субъективность оценок, ирония, иные проявления бес tactности.
4. Рефлексия демократична, корректна.
5. Регулярность проведения рефлексивной деятельности.
6. Допускается использование несколько раз одного и того же упражнения, что редко позволяет выявить побочный или негативный эффект.
7. Профессиональность мастерства учителя, организующего рефлексивную деятельность.
8. Следует делать записи, рисунки в процессе рефлексии: фиксировать впечатления от основных фактов. Это обеспечивает последовательность хода мыслей.
9. Следует учитывать различные ситуации, исходя из которых, могут использоваться различные формы (письменная или устная) рефлексии.

Существуют следующие методические приемы, способствующие развитию рефлексивных умений «Молчание в группе», «Вербализация», «Обратная связь», «Эмпатическое слушание», «Конструктивный спор», «Психогимнастика», «Положительное и отрицательное подкрепление», «Самоконтроль».

Представленные схемы включают в себя: вид рефлексии (познавательная и чувственно переживаемая), составляющие рефлексии, содержание рефлексивных умений, педагогические приемы, развивающие данные умения («Зеркало настроения», «Знайка в круговороте веществ», «Пальчики», «Лучи солнышка», «Елочка настроения», «Метод пяти пальцев», «Коллекционер

ощущений», «Следопыт», «Технологический блиц-опрос», «Мудрые совы» и другие) и используемые формы организации уроков.

При этом для развития выделенных рефлексивных умений в познавательной сфере необходимо разработать рефлексивные игры и задания, а также дневник наблюдений.

Внедрение этих методических приемов в процессе изучения должно подкрепляться учебно-методическим обеспечением. Учебно-методическое обеспечение должно включать в себя дневник наблюдений, комплекс рефлексивных заданий и должно это обогащать опыт рефлексивной деятельности. Система методических приемов представляет собой поэтапное внедрение различных педагогических приемов и использование всех форм организации учебной деятельности. На каждом этапе должно появляться решение определенных задач на основании использования соответствующих педагогических приемов.

С учетом возможной неоднородности развития рефлексивных умений у обучающихся необходимо выделять группы с различным уровнем развитости рефлексии. В учебно-методическое обеспечение также может входить дневник наблюдений, обладающий следующими особенностями:

1. Дневник должен фиксировать отношения ученика с самим собой, фиксировать его статус как ученика, позволять выразить отношение ученика к себе, к учебной деятельности и окружающему миру. Это форма самовыражения и самоутверждения, которая позволит увидеть уровень своих достижений и самоопределиться в окружающем мире, лучше понимать себя, свою уникальность и ценность.
2. Дневник - способ научной организации рефлексивной деятельности ученика через самостоятельное осознание интересов, самооценку усвоения и т.д.
3. Дневник поможет проводить текущую рефлексию (в форме линеек на каждый урок) и итоговую.
4. Дневник должен включать различные формы невербальной рефлексивной деятельности: письменные вопросы, «методику неоконченных предложений», тестовые задания, графическую и рисуночную рефлексию.

Таким образом, использование рефлексивной деятельности в рамках учебных занятий – это процесс совместной деятельности всех субъектов образовательной деятельности, позволяющий совершенствовать когнитивные возможности, ориентируясь на индивидуально-личностные особенности каждого обучающегося.

Список литературы:

1. Болотов В., Спиро Д. Критическое мышление - ключ к преобразованиям российской школы // Директор школы. 1995. № 1.
2. Гукалова И. В. Роль и место содержательной рефлексии на уроке. // <http://kollegi.kz/publ/21-1-0-93>
3. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Словарь по педагогике (междисциплинарный). М.: Ростов н/Д.- 2005.
4. Кашлев С. С. Современные технологии педагогического процесса: Пособие для педагогов. [Текст] / С.С. Кашлев. - Мин.: Высшая школа.- 2002. - 95с.
5. Нюман О.В. Самоконтроль как условие развития рефлексивных умений учащихся начальных классов // Начальная школа.- 2009.- №7
- 6.Хуторской А.В. Анализ, самоанализ и рефлексия урока // <http://khutorskoy.ru/be/2008/0312/index.htm>

УРОВЕНЬ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ В ПСИХОЛОГИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ (ПО ОТРАСЛЯМ)»

Xрипунова Е.В.

Научный руководитель: к.с.-х.н., доцент Миронов А.Г.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Терминологическая грамотность в области психологии является одним из основополагающих критериев в профессиональном и личностном становлении будущих специалистов профессионального обучения. Непрерывно взаимодействуя со специалистами-психологами, сталкиваясь с психолого-педагогической литературой, владение психологической терминологией становится необходимым условиям эффективной профессиональной коммуникации. Так как важным принципом развития общества является непрерывное образование, то владение терминологией

является актуальной проблемой, в связи с постоянной модернизацией и совершенствованием образования. Следовательно, в образовательном процессе большое внимание должно уделяться формированию терминологического аппарата.

Существует большое количество различных терминов и понятий, в которых студенты не ориентируются, не имеют представления, не знают как пишется термин, и тем более не могут дать ему определение. В итоге это влияет на неточное использование специальной лексики, на непонимание получаемой информации и в дальнейшем может препятствовать в трудоустройстве.

В широком смысле слова терминология воспринимается как «часть словарного состава языка, охватывающая специальную лексику, применяемую в сфере профессиональной деятельности людей» [2].

Под терминологической грамотностью понимается овладение терминологическими знаниями (фактами, представлениями, понятиями, законами и т.д.), умениями, символами, правилами и нормативами в сфере общения, поведения, профессионально-коммуникационной деятельности. И именно терминологическая грамотность, способствуя овладению научными знаниями и практическими навыками, делает специалиста более конкурентоспособным [3].

Терминологическая грамотность является составной частью понятий «терминологический потенциал» и «терминологическая культура». В структуре терминологической культуры, выделяют:

- умение объяснять и употреблять термины в сфере научного, профессионального и повседневного общения;
- умение находить ошибки и минусы в использовании терминов;
- усвоение лексической системы языка и науки;
- способность систематизировать терминологический материал.

По мнению Н.В. Бутылова [4], терминология есть ядро языка профессиональной коммуникации, то есть она объединяет в себе его основные признаки и свойства. Таким образом, ученые обращают внимание на важное значение овладения терминологией при формировании языковой и профессиональной компетентности современного специалиста.

С целью выяснения уровня владения и понимания терминологии было проведено исследование среди студентов третьего и четвертого курса ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет» направления подготовки «Профессиональное обучение по отраслям» методом констатирующего эксперимента. При отборе терминологических единиц для проводимого исследования особое внимание уделялось терминам, наиболее чаще употребляющихся в психологии. Материалом исследования послужили опросные листы, содержащих 350 психологических терминов. Студенты оценивали свои знания по следующим критериям:

- 1) «знаю»;
- 2) «имею представление, но не могу дать определение»;
- 3) «впервые слышу».

Результаты обработки экспериментальных данных представлены на рисунке 1.

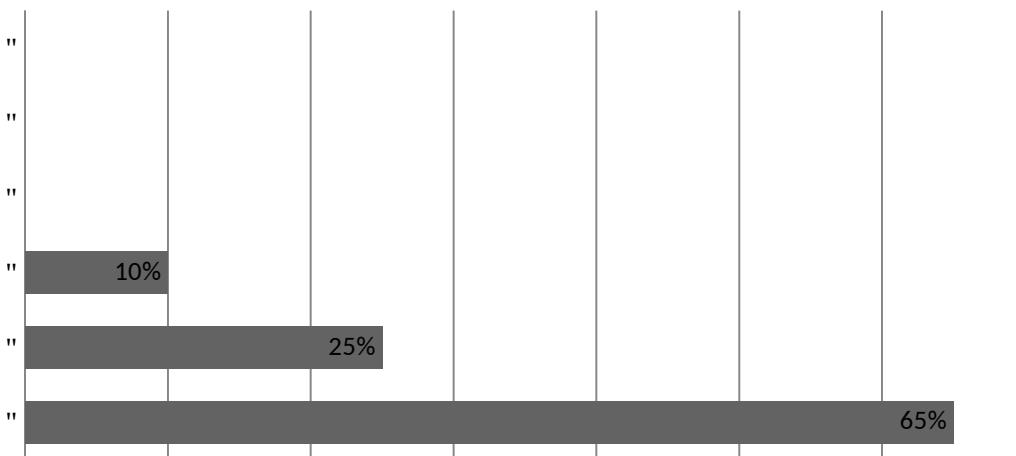


Рисунок 1 – Значения показателей, характеризующих терминологическую грамотность обучающихся

Проанализировав результаты исследования можно сказать о том, что студенты в большей степени знают и владеют психологическими терминами, но так же у обучающихся есть и недостаток в уровне сформированности терминологической грамотности в области психологии. Для решения данной проблемы важно систематизировать в ходе занятий порядок изучения от простого к сложному, так же рекомендуется использовать интерактивные методы обучения, способствующие формированию терминологической культуры специалистов в области образования. Немаловажна самостоятельная работа студентов, а именно составление терминологического словаря, личного тезауруса. Сами испытуемые отметили, что данное исследование является важным в ходе получения образования, поскольку можно оценить свои знания, полученные за несколько лет обучения.

На основе всего вышесказанного можно сделать следующий вывод:

- для повышения качества профессионализма важно овладение профессиональной терминологией;
- для формирования основ терминологической грамотности требуется рациональный подход к ее изучению;
- нужно переходить к активному применению терминов в модельных или реальных ситуациях профессиональной деятельности.

Таким образом, в ходе проектирования образовательного процесса, следует опираться на полученные в настоящей работе данные о терминологической грамотности обучающихся, внося соответствующие корректиры в содержание обучения и применяемые методы (глоссарный метод, работа с текстами с высокой частотой обращения к специальному терминам и т.п.)

Список литературы:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., Советская Энциклопедия, 1968.
2. Берлянд И.Е. Игра как феномен сознания, Кемеровов, 1992.
3. Бутылов Н. В. Роль специальной терминологии в формировании профессиональной компетенции лингвиста переводчика // Исследования в контексте профессиональной коммуникации. Коллективная монография / отв. ред. О. А. Дронова. Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество». 2014. С. 309–314.

4. Ермолаева Ж. Е., Герасимова И. Н. Создание учебного тематического и терминологического словаря по дисциплине «Экология» для курсантов/студентов и слушателей (на материале Академии ГПС МЧС России) // Матер. 16-й междунар. науч.-практ. конф. «Теоретические и методологические проблемы современного образования». М.: Спецкнига, 2014. С. 106–113.

СЕКЦИЯ 9. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

NEUROMARKETING

Astapova T.V.

**Scientific supervisor: candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.
FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"**

In the modern globalized world and the conditions of the so-called "consumer society" the significance of marketing has increased greatly. It is a well-known fact that marketing has the goals and tasks. Traditionally, the following main objectives of marketing activities are mentioned: expansion of sales and markets; increase of the occupied role in the market; increase of profit and ensuring validity of the decisions made by the management of firm in the field of production sales and scientific and technical activity.

Modern science and practice give 4 answers to the question about the purposes of marketing:

1. Achieving the maximum possible consumption. Proponents of this concept believe that the main objective of marketing is to facilitate and stimulate the highest possible consumption, which in turn creates conditions for maximum growth in production, employment and welfare. And, as a consequence, the more people buy and consume the happier they become. However, many people doubt it that when a relatively high level of consumption is reached, the increase in the mass of material goods brings with it more happiness.

2. Achieving maximum customer satisfaction. Based on this formulation, the purpose of the marketing system is to achieve maximum customer satisfaction, rather than the maximum possible level of consumption. But the researchers agree that the degree of consumer satisfaction is difficult to measure. No scientist has yet found a way to assess the level of satisfaction with a particular product.

3. The provision of a wide choice. The declared goal implies that the consumer has the opportunity to find products that best meet his taste and allow to get the most satisfaction. Increasing the range of products does not mean expanding the real choice. There are different brands of cigarettes or beer, but most of them have a similar taste. Some consumers, faced with an excess of supply, feel a sense of confusion, and, as a consequence, the purchase process is delayed.

4. Maximum improvement of quality of life. It follows from this formulation that the main objective of the marketing system is to improve the "quality of life". This concept includes the quality, quantity, range, availability of goods, increasing diversity and volume of services, as well as the purity of the natural environment and the quality of cultural life. Almost everyone agrees that for the marketing system, improving the quality of life is a preferred and noble goal, but recognizes that this mission is very complex, and its interpretation is contradictory. These goals are solved in the marketing cycle, which contains marketing research, marketing synthesis, strategic planning, operational planning and implementation of plans, control and information support.

Marketing tasks are as follows: research, analysis and assessment of the needs of real and potential consumers of the company's products in the areas of interest to it; marketing support for the development of new products and services; analysis, assessment and forecasting of the state and development of the markets in which the company operates or will operate, including the study of the behavior of competitors; formation of assortment policy of the company; development of pricing policy of the company; participation in the formation of strategy and tactics of market behavior, including the development of price policy; sales of products and services of the company; marketing communications; service maintenance.

The purpose of the article is to show what new methods marketing managers find in order to force people buy the goods.

Surely, each of us faced this situation: you come home from the store and after a while you realize that you bought something that you do not really need. But at the time of purchase, you thought that this thing you just needed and you will never find somewhere the thing like this.

It turns out that marketing experts have been engaged in such science as neuromarketing for many years in order to manipulate the consumers. But for the first time in the world this term was introduced by Professor Ale Smidts in 2002. Neuromarketing is an interdisciplinary area located at the junction of neurobiology, psychology and behavioral economics. Using this term, Ale Smidts described the possibilities of commercial use of neurobiology in order to improve the effectiveness of marketing activities. In other words, this is a study of the human brain in order to influence the consumer behavior.

However, it is known that the most famous in the world technology of neuromarketing is called "Method of extracting metaphors by Zaltman". It was developed at the end of the last century by the Harvard

University Professor Jerry Zaltman. It is based on the impact on the human subconscious through graphic images. The scientist found out that the correctly selected picture activates hidden images-metaphors that are born unconsciously and cause positive emotions that prompt a person to make a purchase. Today, Procter & Gamble, General Motors and other leading companies identify the images they need, after which they build the graphics of their advertising video on their basis.

You can ask, what is the difference between neuromarketing and traditional marketing? Neuromarketing allows you to determine the consumer's attitude to the product even before he realized it, and even influence the consumer. While traditional marketing requires the collection and analysis of information about the preferences of the buyer, conducting marketing research.

However, there are those who consider neuromarketing unethical, as it is based on the study of brain activity, uncontrolled desires and reactions. Knowing all this, unscrupulous businessmen can use information for selfish purposes and offer consumers goods of poor quality at a relatively high price. But there are those specialists who tend to think that this new technology is the key to understanding the consumer.

Thus, the goal of neuromarketing is to understand the true reaction of the consumer to certain marketing stimuli and, on the basis of the data obtained, develop the most effective advertising communications. Hence it can be concluded that neuromarketing has a number of advantages over the traditional marketing. For example, in a survey or questionnaire, people feel social pressure and, therefore, are not always honest in their answers, while research methods in neuromarketing see into the "root", or rather, directly into the human brain.

Of course, it should be noted that conducting neuromarketing research is quite an expensive pleasure, and these researches are used primarily by large companies. In rare cases, the company even establishes its own laboratory. The internal laboratory is in Coca Cola, where systematic researches are conducted based on methods of neuroimaging. These researches help to understand which advertising videos or even individual frames will have the greatest impact on people. Maybe just because of this, advertising campaign Coca Cola is one of the most effective in the world. After analyzing, the scientists concluded that the drink of this brand is already a traditional drink on New Year's Eve and for many people became the same integral part as tangerines on New Year's holidays.

In neuromarketing, many methods are used to identify the subconscious attitude of the consumer to the product / design / advertising and their constituent elements. Here are some of them:

- fMRI-functional magnetic resonance imaging, which can be used to obtain a picture of brain activity at the time of contact with the stimulus. With the help of these data, marketing experts can develop the most effective advertising appeals, which will appeal to the right feelings and cause the right emotions;
- EEG-electroencephalography (measurement of rhythms of activity of neurons of the brain due to changes in attention, emotional state);
- Monitoring of the human cardiovascular system (measurement of heart rate, pressure and vascular tone);
- Measurement of electrical resistance of the skin (for detecting increased sweating);
- Registration of contraction of facial muscles;
- Eye-tracking (registration of the direction of view, the size of the pupil and the length of the delay of the view). Eye-tracking allows you to determine the degree of concentration of a person on a particular object and changing his emotional state.

There are 4 main channels of influence on human consumption behavior are used in neuromarketing:

- Vision - visual effects;
- Sense of smell – different smells;
- Hearing – audio, sounds;
- Taste;
- Touch – tactile sensations.

Visualization is the main way to influence human behavior, but smells are the most powerful way to influence a person's condition. Since they act directly on the limbic system of the brain, which is responsible for the formation of emotions and behavioral reactions. To increase sales, many companies use aromamarketing. Examples of such neuromarketing are popular fast food restaurants. For example, the smell in the area where KFC is located can be caught from afar. Or none of you wonder why next to the perfume shops (Letual, Reeve Ghosh, etc.) from the very morning you can hear the fragrance of perfume? After all, there were no visitors yet, and they did not have time to try so many flavors that the passing person could be heard? The fact is that this is also a marketing way. Workers from the morning come and sprinkle testers on the store and next to him to attract women of fashion. Just the same example is the smell of coffee, which literally drags passers-by into the coffee shop. Examples are enough.

Thus, neuromarketing studies the impact on a person with the help of bright colors, tasty smells, beautiful music, and even through sensations. For example, when buying a fur coat, feeling its softness with fingertips, you even want to buy a product even more. Or you can be attracted by a pleasant touch packaging.

The attitude to neuromarketing is now ambiguous. On the one hand, it really allows companies to improve their products, make them more attractive to customers and, as a consequence, sell more.

But on the other hand, the very fact that corporations have access to the subconscious of their customers and receive information that people cannot hide, allows us to talk about the unethical neuromarketing.

After all, everyone has the right to choose: to share information or not. In addition, not all companies disclose the true meaning of their research, so they may be unsafe.

References:

1. <https://texterra.ru/blog/neuromarketing-ili-kak-zavladet-mozgom-pokupatelya.html> (дата обращения 16.02.2018)
2. <http://kirulanov.com/vse-chto-vy-ne-znali-o-neuromarketinge-metody/> (дата обращения 16.02.2018)

ABOUT INFLUENCE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY ON BUSINESS MODELS

Chekushkin N.V.

Scientific supervisor: Lukhtina M.A.

FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"

In our time of sharp revolutionary changes, it is extremely necessary to radically rethink business models and archetypes in general. This article will focus on the merits of blockchain technology, its impact on the financial system and the experiments of some companies in this area.

Traditional financial service providers, and banks in particular, lag behind the pace of technology development. According to one of the Accenture's reports, most of large banks use systems from the 1970s or even 1960s, and new computing technologies are simply superimposed over these systems just to support the ability to use online banking services, e.g. by mobile devices. This means that most of the money goes to support the working condition of these systems, and not to introduce innovations, it is evident that old technologies still work, but not at the highest possible level [1].

If, for example, to consider the introduction of mobile and Internet banking technologies, one can see that most of the companies first wait for a certain level of technology development before investing in this sphere. The fact that most of active players use obsolete technologies, contributes to the emergence of companies that make financial services more efficient through innovations, which at some point can change the whole financial industry beyond recognition.

Blockchain, however, attracted the attention not only of new financial companies, but also of traditional players. The reason for this is that when the technology of mutually distributed registries (that is, the block system) reaches its peak, it will have a strong impact on financial business models.

Now we would like to explain the phenomenon of blockchain.

Blockchain is a way of storing data or a digital register of transactions, contracts. All that needs a separate independent record and, if it is necessary, verification. In the blockroom you can store data on loans issued, property rights, traffic violations, marriages. That is, almost everything. Its main difference and undeniable advantage is that this registry is not stored in any one place. It is distributed among several hundreds and even thousands of computers all over the world. Any user of this network can have free access to the current version of the registry, which makes it transparent to all participants [2].

Everyone knows who created the crypto currency - Satoshi Nakamoto. But, very few people know who is behind this name. Nowadays it is difficult to prove who really offered that idea. But it is known thoroughly how he began to develop with the help of crypto currency and the first currency Bitcoin. It was the man who created the first code and launched the network. And in 2008 a mailing with the information what is Bitcoin and what is virtual money was created. So, at the beginning, we only learned about Bitcoin, and half a year later, software was created to collect bitcoins on the network. The name of this man sounded in the creation and development for the virtual currency, in the development of the source code until 2010, and then he simply disappeared, last time he left a message in 2011, that he was going to work on another

project. Although there is still a version that the creator is not one person, but a group of computer scientists [1].

Now we would like to say a few words about evolution of development. So, why did Bitcoin start to develop? Because its concept was strikingly different from the old technologies, which were completely controlled and did not have freedom. A crypto currency provides freedom of finance. We can say that with the development of bitcoin, a new stage in the digitization of all currencies began. In 2009, when it was launched for the first time, it was quite a complicated process to create an electronic key with encryption-a unique technology that is now distributed worldwide. At that period bitcoin cost cents, and it was very easy to extract blocks - then the first 15 blocks were produced in the Bitcoin v0.1 network belonged to Satoshi, and later new miners started to join, which could upload Bitcoin on the processors of their computers. Then it seemed that mining was fun, and mining was not too popular, a turning point came only in mid-2010, when the publication of Bitcoin on one of the well-known sites took place. And in a few days the number of miners has increased significantly, who does not want to earn sitting at home and doing nothing for it, just using a computer [2]?

Popularity began to grow by 2011, as bitcoin production began to bring profit, then in July 2010 the cost of bitcoin was 10 cents, and the block was 5 dollars, and the miners began to see their benefits, which made Bitcoin a commercial project. The first farm was launched on July 18, 2010, then they started to use video cards for bitcoins mining, and not just processors, which marked a major breakthrough in production technology. In September, the first production pool was created, and already in 2011 in February bitcoin to the dollar was worth as much as 1 to 1. And one block could bring 1000 \$ to the miner.

In conclusion we would like to say if you have decided to use blockchain, for example, for your online marketplace, you are about to enter a truly mainstream market. Many companies and whole industries are embracing blockchain as a secure and effective way of doing business. So, it looks like the future of online commerce platforms is going to be distributed, decentralized and truly global.

References:

1. Naranyanan, A., Bonneau, J., Felten, E., A. Bitcoin and Cryptocurrency Technologies: A Comprehensive Introduction, Princeton University Press, 2016, pp. 27-30.
2. Tapscott, D., Tapscott, A., Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business, and the World, New York, 2016, pp. 58-60.

THE POTENTIAL OF MANSKIY DISTRICT LAND RESOURCES

Dudarev A. P., Serebrennikova O. V.

Academic supervisor: Yushkova K. V.

FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"

Nowadays, the important goal of the Russian Federation agrarian policy is its food security. The criterion for achieving food security is the level of entire population self-sufficiency with basic ecologically clean food products, and the processing industry with raw materials. The most significant role in achieving the fundamental long-term goals of the social and economic development belongs to agriculture. The relevant direction of intensive development of agricultural production is to increase its efficiency, provide the country's population with a variety of high-quality food products, as well as sustainable development of grain production and dairy cattle.

Grain production is one of the most important branches of agriculture, as it provides the population with an indispensable product like bread, provides raw materials for the development of the flour-grinding and baking industry, therefore, the issues related to improving the economic efficiency of grain production are relevant.

The livestock sector occupies an important place in agriculture. Dairy cattle breeding stands out from all cattle-breeding branches with its huge value and distribution. It gives not only a product such as milk, but also most of the meat products. A distinctive feature of dairy cattle breeding, in comparison with other livestock industries, dairy cattle breeding ensures a constant and uniform income receipt during the year. Growing of grain and fodder crops will be organized on the area of 1661.42 hectares located in the territory of the Mansky District of the Krasnoyarsk Territory. Planned types of products are meat, growing grain - rye.

The production of these types of products in the selected area is necessary to ensure the city population with basic ecologically clean food products.

At the same time, production is proposed using resource-saving technologies, the acquisition of new, more high-performance equipment, improving the quality of products.

It is planned to produce beef meat, cereals and fodder crops.

Market analysis and sales organization.

The buyers of the products are the families in Krasnoyarsk, with an average static consumption of 70 kg of beef per year for a family so the output of the farm will be provided to 3,572 families in Krasnoyarsk. According to statistics, 275,708 family cells have been registered in the Krasnoyarsk Territory. As a result it is possible to provide about 1% of families with meat products.

For calculation of financial results, the average monthly amount of meat sales is 20,000 kg at a price of 200 rubles (depending on the seasonality, consumption can decline in the summer and increase in the autumn-winter period).

The cost of sales and advertising will be 2000 rubles in the media and Internet, personal contacts. Delivery will be carried out at home.

Organizational plan

To implement the project, it is necessary to hire chief agronomist, chief engineer, combiner, tractor driver, engineer, farm worker, veterinarian. It takes a month to organize work.

Production plan

Uses of the land plot of 1661,42 hectares in the Mansky district territory is planned for development of dairy cattle breeding and grain production. Ltd Krasnoyarsk Vyshkomontazhny Management (Ltd KVMM) the subsidiary farm is benefiting from dairy and grain.

The southwest part of the Mansky district territory enters the sublime and foothill southern taiga district, a northeast part enters the Kansk forest-steppe district. This area on soil climatic conditions is carried to the following zone: The V-zone of the Kansk and Krasnoyarsk forest-steppe is located in the northeast of Krasnoyarsk, includes Mansky district (a northeast part). The terrain is smooth. The soil cover is leached with high stocks of a humus, subacidic, sometimes neutral reaction of soil solution. Soils are clay mechanical structure.

The climate is continental with cold winter and in the short hot summer. The main part of the territory is located in cool, moderate and cool and moderate and damp climatic zone. The hydrothermal coefficient is quite favorable for agriculture. Average temperatures in July and August is 17,6 degrees. The periods with a temperature over 0 and 10 degrees Celsius have duration, respectively 183 and 103 days. Relative humidity of air quite high. The annual amount of rainfall is about 390 – 470 mm.

Height of a snow cover is 18-50 cm, the soil freezes through up to 3 m. An average annual amount of precipitation is 340-386 mm. The summer is hot. Average annual air temperature is from minus 0,5 to minus 1,30C. The warm weather is 99-120 days. Climatic conditions of the chosen area allow to cultivate all zoned grades of crops and to be engaged in cultivation of cattle breeding.

For implementation of this project acquisition of 50% of a livestock of red and motley breed of cows and 50% of black and motley breed is offered. The estimated enterprises in which it is possible to buy cows: Red and motley breed – CJSC Elite Stud Farm of Emelyanovsky district (90 km from subsidiary farm), Black and motley breed – CJSC Taiga Stud Farm (60 km). Cost 1 tkm is 25 rub.

The livestock of cows is defined from the need for agricultural area on 1 head which standard makes 1,291 hectares of the area of the land plot. The planned area to occupy in Ltd KVMM subsidiary farm is 1661,42 hectares, its distribution is following: 1291,42 hectares on cultivation of forage crops and 370 hectares on productions of grain. Therefore the livestock of cows will be at a rate of 1000 heads (1291,42:1,291). To provide the planned efficiency of cows it is necessary to develop the program of providing with sterns.

Next determine the necessary acreage of forage crops on the maintenance of all livestock of cows (Table 1).

Type of feed	You want to feed, hundredweight		The average yield at the area 1 ha	Required space, ha	Sebestoi for 1 ha, rub.
	a head	on all livestock			

Concentrated data:					
oats	5,14	5140	21,2	242,5	284,3
barley	3,19	3190	20,4	156,4	301,4
peas	1,56	1560	14,1	110,6	310,4
hay perennial grasses	8,81	8810	30,0	293,67	168,9
haylage	15,73	15730	128,0	122,9	85,5
silage	29,36	29360	183,4	160,05	64,1
root vegetables	9,18	9180	180,0	51	157,8
Oats mix	10,09	10090	160,0	62,5	350,0
corn	18,35	18350	200,0	91,8	110,0
Total	101,41	101410	X	1291,42	X

Production-zoo conditions of cattle keeping include an average annual livestock – 1000 heads which is on stall contents in the winter, and in the summer – on breeding ground, the planned dairy efficiency is 4100 kg, gross production is 41 000 c. The cost of forages is 12 950 118,64 rub.

Total cost of milk will be 23 935 649,23 rub ($27\ 577\ 524,39 - 982\ 358,58$) x 90%. The prime cost of 1 ton of manure will be 103,4 rub and one head of an issue is 3 409,64 rubles.

The meat production supposes grain crop-winter rye cultivate.

Winter rye is the most important food crop in Russia. Among grain crops, it presents relatively less requirements for cultivation conditions and production of its grain is economically more profitable in areas with insufficiently favorable soil and climatic conditions.

Unlike wheat, the baking properties of grain rye are determined not by the quantity and quality of gluten, but by the state of the carbohydrate complex.

There are some winter-rye sorts. They are Yeniseika, Metelitsa, Mininskaya, Sinilga, Sibirskaya-4.

Eniseyka is created in Krasnoyarsk plant cultivation centre by N.I. Vavilov. It has been included in the State Register for the East Siberian region. Diploid form. Variety of vulgar. The glumes are lanceolate. The awns are white, 3-4 cm long. Grain is below the average size (21-36 g), semi-elongated, yellow-green, half-open. The base of the grain is pubescent. Leaf is green. The bush form is intermediate. The average yield is 27.4 c / ha, at the standard Short-stemmed 69 and above the Chulpan variety at 3.3 c / ha. The maximum yield of 63.1 centners per hectare was obtained in the Krasnoyarsk Territory. Late ripening, Vegetation period 327-386 days, ripens simultaneously with the variety Korotkostebelnaya 69 or 2-7 days later. Winter hardiness at the standard level. Resistance to lodging is high. Bakery quality is satisfactory. It is susceptible to brown and stem rust, powdery mildew. In the region, the manifestation of diseases other than brown rust under natural conditions was somewhat less: defeat by snow mold to 60%, powdery mildew up to 30%, stem rust to 40%.

MININSKAYA (1991) is medium-sized, the mass of 1000 grains is 20-24 g. The variety is short-stalked, resistant to lodging. Suitable for industrial cultivation technology. The vegetation period is 334-341 days, at the standard level. Winter hardiness is 93.2-5.2%. Positively combines high winter hardiness, resistance to lodging and drought, and has high quality and technological properties of grain. The glumes are lanceolate. Tall, white. The grain is elongated-oval, half-open, yellow-green. The form of the bush is intermediate. The late middle, vegetative period of 335-376 days, ripens on average 4-5 days earlier than the standard. Winter hardiness is higher, exceeds the Chulpan grade for this parameter when wintering in the field to 2.3 points. The height of plants is 72-132 cm, close to the Chulpan variety. Resistant to lodging, in the years of manifestation of the sign exceeds the standard by 1-1.5 points. Grain from below average to above average size, weight of grains 14,4-27,7 g, on the average from 4,3 - to 16,2 g is more fine, than at Chulpan.

SINILGA is large (26-28g.). The variety is resistant to lodging. Winter hardiness is high (5 points). Early ripening. Bakery qualities are good. The average yield is 35-40 q / ha (above the standard by 8-10%). Designed for cultivation in the subtaiga zone. The sowing period is 15-20 August, the seeding rate is 6 million germinated grains per 1 hectare, the predecessor is steam. Rye is a wind-pollinated plant. Winter rye is much more resistant to wheat rust and drought, so it yields more stable yields regardless of weather

conditions. The greatest amount of moisture it consumes during the time of entering the tube-filling grain. Rye is the most winter hardy grain crop. Rye grows on low-power, poor, acidic soils that are not suitable for growing wheat. But the highest yields are obtained on fertile and well aerated chernozems. The active vegetation of winter rye lasts 120-150 days. Autumn for 45-50 days develop vegetative organs, in spring and summer (75-100 days), plants form generative organs and yield. Seeds of rye start to germinate at 1-2 ° C. Seedlings appear at 4-5 ° C. For normal earing and flowering, the average daily temperature is 14-15 ° C.

Table 2 - Volumes of production and sales of products

Indicators	Total
1. Sowing area, ha	370
2. Productivity, per hectare	18,5
3. Gross production, t	684,5
4. Volume of sales, t	600,0
5. The selling price of 1 ton, rubles.	5170
6. Proceeds from sales of products, thousand rubles.	3102

To conclude, that is the real business plan to implement and develop.

EVOLUTION THE SCIENCE OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN RUSSIA

Evdokimova P.

*Scientific supervisor: the senior lecturer Khramtsova T. G.
FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"*

Domestic science of human resources management began its development process very actively in the 20ies of the 20th century. The main representatives of the scientific school for management and personnel management in Russia were such Soviet scientists as Gastev A.K., Yermansky O.K., Vitka N.A. and some others [1].

In Russia were created special scientific structures, for example, the Institute of Technical Management, the Central Institute of Labor, the Institute for Scientific Organization of Production with the purpose of researching the issues of increasing the efficiency of labor force and so on.

The Director of the Central Institute of Labor (CIT) A. K. Gastev paid special attention in his works: "Labor installations", "Installation of production by the CIT method" to the design of high-performance labor processes and the training of skilled workers. He put forward the idea of creating a new science of labor and management: social engineering, which can base the scientific development on new technology of personnel training, in order to guarantee the desired result.

O.A. Yermansky considered in his works: "The Taylor System", "Theory and Practice of Rationalization", "The Tragedy of Waste in Production" the organization of labor as the main factor in the profitability of material production.

N.A. Vitka was the most prominent representative of the school of human relations in Russia. He put forward the thesis about the possibilities of the science of human resources management. At the same time, he placed people on the first place in comparison with the management of things. In his famous work "Organization of Management and Industrial Development" he proposed a social and labor management concept. According to this concept, the management can be divided into two components: the management of production and the management of human labor.

L.N. Kachalina made a great contribution to the theory of organization. She developed a method of rationalizing labor in the administrative body through the division of labor, the organization and equipping of workplaces, the use of progressive methods of work and technical means, the creation of favorable working conditions and its rationing.

There were identified four areas of organizational design:

1. creation a new organizational structure of the management;
2. creation a new technology for performing work types, use of working time, optimization the number of management personnel;

3. streamlining the processes of documenting and informing the management activities;
4. increasing the efficiency of personnel management in organizational and computer technology, and staff training for company's needs.

At present, the problems of personnel management are being investigated in the works of such domestic scientists as A.Ya. Kibanova, B.M. Genkin, A.P. Eroshin, N.I. Arkhipova and others. They all continue the traditions of scientists from the 20th century and make their own contribution into the further development the science of Human resources management, because new time often requires new technologies in this field.

References:

1. History of management thought: textbook / ed. N.V. Ovchinnikovoy. M.: RGGU. 2013.

THE INFLUENCE OF NATIONAL CHARACTERISTICS ON THE MANAGEMENT SYSTEM IN JAPAN

Kano A.
*Scientific supervisor: docent Antonova N.V.
 FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"*

The Japanese management system is the most effective system recognized throughout the world. The main reason for its success is the reasonable use of the human factor. The Japanese developed their own highly effective and original solutions in the field of management. Often, their non-standard approach was conditioned by national peculiarities that allowed them to take the main modern management methods from Americans, but creatively adapt them to the new conditions and the Japanese mentality. Japanese management, like the management of any other country, reflects its characteristics, culture and psychology of people. The basis for Japanese management is collectivism and a sense of duty to the team. In Japan, the minimal stratification of wealth, the income of the population, averaged, this increases the sense of collectivism and makes it the most effective.

European and American management sets the main goal — increasing, maximizing profits, which means increasing incomes with the least effort. Japanese management relies on increasing the productivity of employees, and due to these increases the efficiency of the company. From which it can be concluded that labor is the main subject of management in Japan.

Japanese management expert Hideki Yoshihara argues that there are 6 characteristics of Japanese management:

1) Confidence. Confidence arises with the guarantee of employment and confidence. The stability of the workforce and the decrease in staff turnover positively affect the work of the company, and confidence in the future fixes a good relationship between ordinary employees and management. Without the fear of dismissal, as well as with a real opportunity to advance the career ladder, employees receive a powerful motivation, which in turn strengthens the sense of community with the company. The maintenance of discipline fades into the background since stability allows increasing administrative resources and directing the vector of their activity to more significant goals. The guarantee of employment in Japan is a system of lifelong hiring, which is widespread only on its territory.

2) Trust and full openness of corporate values. All employees of the company use one database. They know the company's policy, its activities, and plans for further development, this leads to an atmosphere of participation and general responsibility, which improves the work of the team and makes it more united. On meetings, there are not only managers, but also engineers, administrators, and other employees, which allows increasing productivity and improve interaction between employees and management. Corporate values of the company are inculcated at all levels on a common basis of understanding.

3) Constant data collection and analysis. In Japan, there are a lot of surveys to find out the quality of products and the possibilities for improving it. Data collection and their systematic use are dedicated to improving the economic efficiency of production and quality characteristics of products. This helps to identify malfunctions, as well as the possibility of their elimination.

4) Priority of leadership — product quality. Quality control is a priority in Japanese management. Management of the production process includes obtaining complete and reliable information

about the quality of products. If the manager able to establish production and consolidate efforts to control quality, then from its production site comes products with the highest quality.

5) The constant presence of management in production. This allows you to immediately see the problems, cope with the difficulties of staff, as well as timely solve problems. In addition, after work, employees often to discuss with manager new ideas or proposals.

6) Cleanliness and order are the guarantees of good work. Cleanliness and order ensure the highest quality of Japanese products. The company's management believes that the performance directly depends on the condition of the surrounding employees, so they ensure the maximum order in production.

Japanese management relies on improving the relationship between people: coherence of actions, shared responsibility, stability and confidence, as well as improving the relationship between management and employees. The Japanese management system can be divided into three parts: 1) The system of lifelong hiring 2) The system of promotion on the career ladder on the basis of work experience. 3) Work of independent trade unions. Lifetime job guarantees stability and confidence throughout the entire period of work. The second implies change in the official position and wages, this depends in many ways not by professional background, but on work experience in the company. Trade unions are a compulsory attempt to unite all employees of a firm, regardless of their status, professional activity or wages. Trade unions create the appearance of common goals and interests of workers.

If you compare the Japanese and American management models, you can see that

1) The Japanese prefer to give up the risk. Americans are also striving for thoughtful risk. 2) The main criterion for promotion in Japan is life experience and knowledge of production. Americans rely on education and the ability to learn. 3) Specialists in Japan are in high demand, there is a constant rotation of the staff. In America, the transition from a narrow specialization to mastering several related specialties.

4) Innovation in Japan is an evolutionary way. America is going through a revolutionary path. 5) Japanese business relations are largely built on personal contacts, as well as the mutual trust of the parties. American business partners rely on written contracts. Based on the above data, it can be concluded that the Japanese model of management, formed under the influence of foreign experience, but with the preservation of national traditions is indeed the most effective in the world.

References:

- 1) <https://psyera.ru/menedzhment-v-yaponii-2182.htm>
- 2) <http://miuki.info/2012/12/osobennosti-i-osnovnye-cherty-yaponskogo-menedzhmenta/>
- 3) <http://kak-bog.ru/yaponskaya-model-menedzhmenta>
- 4) <https://hbr.org/1971/03/what-we-can-learn-from-japanese-management>

HARMONIZATION OF LOGISTICSERVICE IN SUPPLY CHAIN

Kirdiyashkina K.E

Scientific supervisor: docent Antonova N.V.

FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"

This article gives information on the concept of logistics service, its essence and importance. It also provides materials on the interaction of logistics service with the consumer. This concept has been defined as a consumer-service. The relationship between the logistical service and the supply chain has been substantiated.

В данной статье рассматриваются вопросы о понятии логистический сервис , его сущность и важность. Также взаимодействие логистического сервиса и потребителя. Выделяется такое понятие, как услуга-потребитель. Определена связь между логистическим сервисом и цепью поставок.

Ключевые слова: сервис, логистика, поток, логистический сервис, маркетинг, потребитель.

Keywords: service, logistics, flow, logistics service, marketing, consumer

Logistics originated a long time ago, in the early stages of the science formation used in the military sphere, and then economic. In the time of Alexander II under the logistics, people understood the management of the army in all respects (the supply of the army, the development of tactics of the battle, the composition of the army, etc.).

During the USSR period, at the beginning of World War II, logistics projects were implemented to dismantle and transfer a huge number of enterprises deep into the country. Unfortunately, the development of logistics in the country until the 90's was slow. Logistics activities (for example, sales and transport logistics in Russia) have long been underestimated, and the production sphere has always been a step ahead of the

sphere of goods circulation. The result was slow delivery of goods to the place of destination and low quality of customer service. [1.]

Currently, in all sectors of the economy there is a tendency for a constant increase in the need for the development of intangible properties of the total number of goods and services produced in the economy (in material terms). The increased competition stimulates the process of services provided, since one of the main opportunities to be competitive is to offer services that could take into account the needs of consumers more than that of the competitors. But this approach requires increased costs for service activities, while the quality of the service contributes to the expansion of demand for the goods, which helps cover these costs. Thus, there is a problem of harmonization of logistics services at all stages of production.

There are companies that only provide their customers with audit services, marketing, insurance, education, etc, or only goods, quite often, there are those that combine this activity. Today, almost any manufacturer of goods represents at least a minimal set of services: information, financial, transportation. The combination of these services in the economy leads to the fact that modern logistics uses a complex concept: "Logistics Service"

In order to determine the general characteristics of the concept of "Logistics Service", it is necessary to identify the concepts of "Service or Service"???? and "Logistics".

According to F. Kotler, the service is "any measure or benefit that one party can offer another and which is mostly intangible and does not lead to the harboring of anything".[2.]

The Russian standard ГОСТ Р 50646-94 and the international standard ISO 9004-2 define: "The service is primarily the result of the interaction of the performer and the consumer of the service". [3.]

Logistics covers most of the services rendered to consumers, which, in terms of marketing terminology, is being associated with goods in "real performance", that is, with products in a material embodiment forming a certain commodity flow. It allows the customers to receive "goods with reinforcements". The constant decrease in the relative importance of the material part of the aggregate supply ("goods-services") occurs in parallel with a reduction in the part of the benefit produced in industry (in the main production).

Thus, logistics service is a certain set of services provided in the process of direct delivery of goods to consumers, which is the final stage of the flow of material flow through logistic chains.[4.]

In the logistic system, there are several types of service:

1. Service of consumer demand
2. Production service
3. After-sales service
4. Information service
5. Financial and credit services

It is necessary to understand that only a systemic, structural relationship between service flows on each supply chain contributes to the precise performance of logistics functions at each stage of production.

It is also necessary to understand the criteria for the quality of logistics services, such as:

- the reliability of the delivery;
- full time from receipt of an order to delivery of a consignment of goods;
- flexibility of supply, availability of stocks in the supplier's warehouse;
- the possibility of providing loans, etc.;
- working together in order to obtain the best result.[5.]

Let us consider the logistics service in the logistics chain.

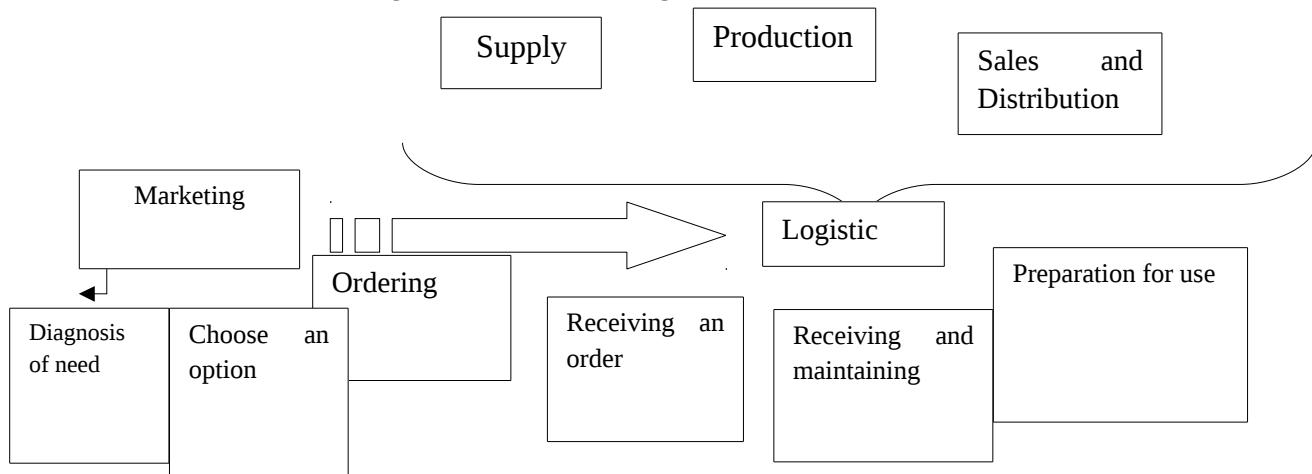


Figure1 Service at the stages of interaction

The pre-sale part of the logistics service is formed under the influence of the marketing service, whose purpose is to find out the components of service of requests that are significant for the consumer. Thus, marketing is considered to be the consumer preferences research, only. Other attributes of operational activities are the responsibility of the physical distribution, that is, the logistics service. [6]

Thus, logistics operations and marketing research combine the service as one common mechanism of interaction between the product and the consumer. Logistic service helps not only to understand the service from the consumer's point of view, but also to reveal systemic problems in the implementation of business processes. Referring to Figure 1, we can see that the logistics service covers not only customer service requests and quality delivery of goods, but also logistics service is an integral part of the logistics chain and ensures the quality work of all logistical flows. Quality service helps avoid costs at each stage of production, in case logistic channels and logistics services work in harmony. It should be understood that only an integrated approach to the system of indicators, based on a thorough analysis of logistics business processes will allow the company to form an adequate management system, in particular, valuation, logistics services.

Let's consider the example of the enterprise LLC Training unit "Minderlinskoye", located in the Krasnoyarsk Territory, Sukhobuzim district. The enterprise is engaged in the organization of effective logistical service.

The issues related to technology, and organization of this service structure is given attention in the article.

It is the building of a large livestock complex, designed for 600 heads of cattle. It was planned to complete the project in 2017, the volume of investments was 280 million rubles. These funds had to be used to build new premises for cows and calves, to acquire modern technological equipment, and to equip the rooms with automated systems for feeding and giving to drink to animals. Within the framework of the project it is planned to build a meat and dairy processing plant, as well as training rooms for students of the Krasnoyarsk Agrarian University, which is the owner of LLC" Minderlinskoye". [6.]

Due to the computerized systems, four operators of machine milking will be sufficient to service such a large herd.

The development of production will also entail an increase in the areas for grain and fodder crops. We expect that fields for cereals will increase by 1,000 hectares - up to 2.5 thousand.

These events provide not only the development of service logistics and a promising increase in the level of demand, but also the development of an algorithm for service logistics and exactingness of quality service.

To carry out the actions to improve the service of this enterprise, to take into account and to fulfill certain standards of service that the world trade practice has developed it is necessary:

1. Promptly respond to customer requests
2. Correctly identify and select a specific type of service.
3. According to the international practice, one can see several systems of service organization:
 - Organization of service by the manufacturer of the goods
 - Organization of servicing of the branch of the manufacturer
 - Organization of consortium of services by firms producing certain types of equipment
 - Organization of the service with the involvement of intermediaries [5]

The implementation of these standards ensures not only the development and increase in the level of demand, but also the company's entry to the new level of competitiveness.

In the future, the level of competition and customer demands will be higher. As a result, enterprises will have to look for new ways to reduce costs. Realizing the huge contribution of logistics to increasing the profitability of the business, the owners of companies increasingly have to contact logistics specialists. This shows that there are good prospects for logistics in Russia. In addition, for the successful development of logistics in the country there are certain prerequisites: technological; scientific and theoretical. The former is related to the development and implementation of material management systems. It is about the appearance of in-production systems and systems for automating processes. Since improving the quality of logistics service is the way to reduce costs, the development of this direction is one of the main tasks of the logistics space.

Therefore, logistics service, being an instrument of competition in the hands of the enterprise, assumes a clear awareness of the requirements of consumers for logistics services, as well as skilful management of the expectations of end users through the provision of the desired quality of logistics services.

References:

1. Электронный научный журнал [Электронный ресурс]: www.science-education.ru
2. Розина Т. М. Распределительная логистика: Учеб. пособие / Т.М Розина. – Минск. Высшая школа. — 119 с.
3. ГОСТ Р 50646-94. Услуги населению. Термины и определения. Введ. 2014-01-01. — М.: Изд-во стандартов, 2012. — 5 с.
4. Аникин Б.А., Родкина Т.А. Основы и обеспечивающие функциональные системы в логистике: Учебник / Аникин Б.А., Родкина Т.А. – ООО «Проспект» 2013.
5. А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко Логистика: учебник / А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко; Москва 2006. – 89с.
6. NewsLab [Электронный ресурс]: <http://newslab.ru/news/674427>

PSYCHOLOGICAL PROBLEMS IN MANAGEMENT

Kniga N.V.

*Scientific supervisor: candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.
FSBEI of HE “Krasnoyarsk state agrarian university”*

There are lots of methods, rules, and advice given by the different scientists, experts and managers, telling how to improve managerial abilities for those, who practice management and occupy the managerial positions. That is all not only about the managerial profession or top levels, but it is also about people of low management levels and employees, who nevertheless deal with different kind of responsibilities, work and decision-making processes within the employees success becomes real. This topic also affects the manager life aspects, in which he must be able to master his personality. After all, only the one, who masters himself, will change everything around for sure. “He that is slow to anger is better than the mighty; and he that ruleth his spirit than he that taketh a city.” [1]. In other words, the manager’s prudence is better than his hasty actions, and the one, mastering himself, is better than a person on the managerial position who is not able to do the less – to master himself.

Psychological illness problem for any of managers and employees is of current interest today, as the growth of their number implies a tough competition in competencies, which also include skills of management and decision-making processes, knowledge, analytical abilities and psychological condition. It tells us about overabundance of the so-called managers, but unfortunately not everybody copes with the job by himself. To be a manager is not an easy task, as it is very stressful and there is so much work done with the real living people, where each of them does not resemble each other and the approach to everybody is almost always from the scratch. The growth of companies’ number and the complication of their organizational structure purport the need in the professionals in their field. Where does professionalism begin? This professionalism begins with the most important thing – “oneself”. Just as for everyone, who is able to master himself in the workplace and beyond, will cope with the various difficulties of psychological condition, overcome the barrier of their fears and complexes, there is such scientific discipline about organizational psychology, as “Managerial psychology” [2 p.25].

Reading a bunch of the news, articles and statistics, you can be terribly horrified at when you learn more about the health of many working people on the whole planet. This issue is of high importance today and it soars around the world just as it was once done by the “Black Death” in the Middle Ages. It terrifies not only by what it can bring from different kinds of diseases or simply changing a person’s thinking from an optimistic to a pessimistic mood, but it can also lead a person to the self-destructive behavior that shows itself in: alcoholism, drug addiction, immoral lifestyle, crime, violence against living creatures and the suicide attempts. The job brings stress and disease for more than 85% of Russian workers, according to statistics of the Ministry of Labor. “According to the results of a survey of the Ministry of Labor, more than 60% of workers note the stress as a negative factor associated with work. Other 25% of workers indicated to harmful workplace conditions as the main source of negative health effects. And only less than 20% of workers do not believe that workplace conditions affect their health.” – Life News told in the press service of the agency [3]. The International Labor Organization believes that stress at work is one of the causes of increased mental illness. For example, the organization is found, that in the workplace people suffer by mental illness more often than in production. Currently, the death rate in the workplace exceeds the death toll in production. Thus, in 2017, 65 people died from general diseases in the workplace, 49 people died in the workplace as a result of an accident. In 2016, these statistics looked as follows: 53 people died from the common disease, 69 died in production, in 2015 – 65 and 51 respectively. The cause of the vast majority of

deaths in the workplace is heart disease. "This interdependence with stress and mental loads in the workplace has practically been proven" – the ILO pointed out [4]. Another organization, the World Health Organization, lists stress as the main diseases that threatens human health in the 21st century. According to its data, every third employee experiences severe stress at least once a week, and 13 % – almost daily in Russia. There is also unhappy situation abroad: in the United States more than 90 % of workers recognize that their psychological condition is determined by the results of work, rather than internal resources, such as, for example, self-reliance. In addition to worsening the well-being of employees, stress also causes losses to the employer himself: according to the International Association for Human Values, 40 % of employee turnover is due to stress; 60-80 % of accidents at work are caused by stress; 60% of truancy occur due to stress [5].

So, based on the statistics of various agencies, including domestic and foreign statistics, we can assume that the matter is how to raise the level of the psychological condition of workers from negative to positive, in order to avoid various problems in the company. The key to solving this problem lies in such discipline as "Managerial psychology". Mental illness is the most difficult topic for conversation with the manager. The problem is that the questions about the psychological condition are quite intimate, and people need to learn to talk about it without embarrassment, and also find the ability to ask about it correctly. Many managers erroneously affirm that the work has no effect on stress, neither hiring, nor scheduling, nor training, nor tasks, but only personal problems of workers themselves, which come from life outside. Therefore such incompetent managers do not assume the responsibility to take the conversation into their own hands in order to find the problem out and solve it. Such a view of managers is disastrous for the company. This is how the ignorance the symptoms in the body can lead to serious illnesses. The problem is not only in the managers, but also in the employees themselves, who do not want to be the initiators of the conversation, either. The situation is very uncomfortable for both sides. The HR department should be responsible for such issues and should identify the problem and initiate the conversation. It is recommended to conduct third-party monitoring of employees at work, in social networks and beyond, if it is a question of joint dinners, corporate parties, etc.; conduct a survey consisting of about 15 questions about their mood and everyday situation; identify a less effective indicator in the work of employees who were previously better and try to find out what is happening in a personal informal conversation or with the help of a consultative conversation. It is all right to find out the reasons for the decline in labor productivity among employees, especially if the cause can be in the psychological condition. Becoming more cautious about the various "symptoms" within the organization is an important step in solving this problem. Forewarned is forearmed. Employees feel more protected if they are taken care of, as if the mother asked her little child about the problem, helped to solve it and continued to support it. This is the same in the organization. Hard work in identifying the "symptoms" of a psychological disorder makes the ideal approach to start talking about issue, discussing and solving the problem. Yes, it is much easier for a manager to identify a physical ailment in an employee, but much harder if the problem lies within everyone and not everyone shows their psychological pain openly. In this case, managers are often lost, rather than understanding what to do. The most neutral question in this moment may be: "What is needed for you to become more productive than you are now?" And the one who starts answering, he will understand how easy it is to say or mention that a person is torturing inside and something does not allow him to become better.

"Not all psychological condition problems are the problems on the workplace?" Thus, everyone can be asked a question after someone has read the story about a woman, who deals with research of psychological condition among employees, managers and in the businesses itself – Mary Ann Baynton. Before she went back to school in the 1990s and became a consultant about workplace mental health, Mary Ann Baynton had a brokerage business with eight employees. "Four had mental health issues," she recalled, although she didn't realize that when she hired them. "I just hired the best and brightest people I could find." At the time, she said, "I had that ignorant stereotype that people living with mental illness must be crazy." She accomplished all the recommendations of brokerage business and it started having a good profit results, moreover employees started coping with goals successfully. This is despite the fact that the workers still experienced psychological disorders, but they got what they wanted and this helped them to become more productive at least. And so, Anne was already on the edge of closing the company, she could return to study back and not to be the specialist as she is in this field of psychological state in the enterprise now. "What this situation has taught me is that not all mental illnesses of people can be a problem. Some use this to be more attentive or more responsible for what they are doing. Even if you are burdened with a psychological disorder, there are always opportunities to remain productive and successful one hundred percent" – Anne shared her views [6].

Based on many different stories and people's experience, those who successfully coped with the problems, you can make the following list of steps to overcome this barrier in the face of the psychological condition. They are as follows:

- Improve comfort in addressing mental health issues in the workplace;
- Provide skills and strategies to approach a distressed employee;
- Facilitate mutually agreed upon approaches;
- Increase confidence in managing employees with mental health issues;
- Recognize signs and symptoms of mental health issues in the workplace;
- Create reasonable accommodations when mental health is a factor;
- Pay attention to labor productivity, if the problem is identified;
- Determine the pattern of the problem and its direct or indirect impact on employee productivity among employees;
- In accordance with the plan and the strategy for solving the problem, begin to act;
- Reduce the tension in the workplace along with the level of conflict;
- Return the organization to a successful life.

In conclusion, it's possible to say, that most of the problems with the mental illnesses are solved. Moreover, the problem is not as bad to talk about it personally. If we define the way, by which each person suffered, we will find the way to take him back from mental illness to a successful life. It's important to always analyze your employees and yourself to be sure that everything is okay. Thus, a healthy company may count on the people, who work for the organization. None of the human beings deserved to be an alive ghost among living people.

References:

1. The Bible [Proverbs 16:32]
2. Harold J. Leavitt & Homa Bahrami. Managerial Psychology: Managing Behavior in Organizations/ University of Chicago Press; 1 edition (December 28, 1989)
3. LIFE NEWS/ life.ru
4. International Labour Organization Staticstics/ ilo.org
5. World Health Organization Statistics/ who.int
6. Mental health – a manager's toughest talk/ published on the site: theglobeandmail.com

THE SYSTEM OF MOTIVATION: HOW IT WORKS IN THE COMPANIES

Kop D.S.

*Scientific supervisor: candidate of Pedagogical Sciences, docent Kapsargina S.A.
FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"*

Motivating employees is vital to any business. A motivated workforce means a highly productive staff, all of which will help you achieve your business goals.

Motivation can be one of the tools with which companies can increase their competition on the market. Employee's motivation can be crucial for survival or dissolution of the company. Motivation can be extremely significant factor for increasing productivity and improving employees' performance and for supporting companies' strategy. The current concepts of motivation system, motivational techniques and strategies are becoming scarce and insufficiently flexible, so it is necessary to develop and introduce new, that will lead to high motivation and employee satisfaction. Today only few companies are considering human capital as being their main asset that is capable in bringing success in their business. If the employees are not satisfied with their job and are not motivated to fulfill their everyday work tasks companies have problems in reaching business success [2, 3].

How major companies motivate their employees varies enormously, from traditional to some really quirky and alternative perks!

What do you think makes a great place to work? 57% of candidates say a company's reputation as a great place to work is the most important consideration for a new job. We take a look at one of the biggest global companies to see what perks are on offer to attract and keep their employees happy.

Let's consider the salary of an ordinary employee of Google. The salary is the most important point for the candidate searching a new place. Google pays its employees a decent salary, the highest in the

industry: the average annual salary of the software developer – 128, 300 dollars. Employees in the same position receive about 123000 dollars in Facebook, Apple pays 114000 dollars. If a child is born in the family of an employee, he / she will receive compensation for his / her meals (\$500 per week for the first 4 weeks), as well as up to 7 additional weeks of vacation. As for health and sport, Google cares about the health of its employees and stands for a healthy lifestyle. Any employee of the company can be provided with qualified medical care without leaving the office, all are provided with medical and pension insurance; free massage. In addition, if one of the employees buy a bicycle and rides it to work, the company will reimburse him half the cost of the bike [3].

As for working time, most employees' working day is irregular in Google, the employee does not stay necessarily in the office for 8 hours, he can plan his work schedule, the main thing is to do the task on time. Employees have the opportunity of free training at various courses that help them to grow professionally; they can count on compensation for the money spent on literature, which will also be useful to them when working. Of course, the company provides free food, which is organized in different offices in different ways. However, the general rule of Google says that the distance from any place in the office to the kitchen should not exceed 30 meters. We should also note the interior of the offices, for the development of which invited the best designers, and the presence in all offices, not only jobs, but also a large number of places of rest. In addition, there are other bonuses (free laundry, providing \$5,000 for the purchase of a car with a hybrid engine, etc.), you can list them for a long time, but we will stop there – this is enough to understand that in Google people cannot think about any pressing problems, and focus as much as possible on the work [3].

In addition, the company supports young specialists, providing them with the opportunity to express their thoughts and views. The company has a great atmosphere inside the team, each employee can ask questions to the authorities or, for example, to play with his leader in billiards during the break. Each employee is given a fifth of the working time to implement their own projects, if any.

And the last, very unusual bonus for Google employees, which is not found anywhere else, it is a posthumous salary for the family of the deceased. Such innovation is made for 34 thousand workers. After the death of the employee, the family receives 50% of his salary for some time, and his minor children are paid one thousand dollars every month until he turns 19 years.

Summing up, we can say that the employees of this company get satisfaction from work on all indicators: satisfaction with remuneration, satisfaction with working conditions, satisfaction with relationships in the team, satisfaction with the possibility of self-realization.

References:

1. Erceg, A. How corporations motivate their employees / Access mode: <https://hrcak.srce.hr>
2. Tracy, B. The four factors of motivation / Access mode: <https://www.amaned.org>
3. Пак, В.Д. Мотивация персонала: как это делают в крупнейшей ИТ-компании / В.Д. Пак, Н.И. Нужина // Социологические науки.- февраль. – 2014 г. Режим доступа: <http://research-journal.org>

ABOUT ESPORTS AS A CULTURAL AND SOCIAL PHENOMENON

Korneev V.A.

Scientific supervisor: Lukhtina M.A.

FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"

Since its inception, e-sports have been directly connected with popular youth culture. The first competition was held in the distant 1972 at Stanford University. Participants fought in the game Spacewar: a duel on two spaceships equipped with missiles. The winner was awarded the magazine "Rolling Stone", which was often associated with hippy culture. Already in 1980, the competition began to gather more than 10,000 people [1].

The Japanese, and then the American video game industry, created trends. And it became clear that the gaming industry had not only prospects in the economic sphere, but it would also promote the spread of culture and international communications. Japanese companies such as Atari and Nintendo literally seized the minds of young American generation. Messages about game updates and video game tournaments began to appear on the pages of the largest newspaper editions such as Times, Life, ABC News, USA Today and in

television news. In the "Guinness Book of Records" you could find a special section dedicated to achievements in video games.

Since the large-scale spread of the Internet in the 1990s, competitions between video game lovers have gone far beyond the main developed countries (the USA, Britain, Canada, Australia).

Its current name «cybersport», spreading the competitive movement, was received in 1999 during the press release of the creation of the Online Players Association (Online Gamers Association). In the same year, one European player compared e-sports with traditional sports.

Formally, the further development of e-sports can be divided into two directions - Western and Eastern. Western direction by the early 2000s had experience and history, but attempts to secure e-sports as an official sports discipline were not supported by the governments of developed countries. The first American league of cybersports - Cyberathlete Professional League appeared in 1997 [3].

A slightly different situation was in the eastern direction. In order to understand one of the primary values of e-sports, it is necessary to mention the Asian financial crisis of 1997-1998. The extremely rapid growth of the leading Asian countries led to overheating of their economies. Wage cut, food price rises, unemployment, and unstable political situation affected primarily the population. In addition, it is necessary to take into account the Asian work culture, which implies the routine of processing. People wanted to avoid all those problems - they went into the virtual world. Therefore it is quite understandable that it was the Asian country, South Korea, that has become and continues to be the center of e-sports.

But despite this positive effect, there is an evident problem when you begin not to see the difference between the real world and the virtual world. The expert believes that the negative impact of the virtual environment can be so dangerous that it can change the perception of surrounding reality by a person [2].

And as for me I've been watching the DOTA (Defence Of The Ancients / Computer game) - community for a long time, and the thought that crept into my head in 2014 turned into a firm conviction: if everything goes, as it is now, as it has been in recent years, in five years, cybersport will replace traditional sport. So, now we will try to explain why we think so.

For many people in their childhood, the main amusement was football. What is its charm? For playing it almost nothing is needed. We put in the corridors of the school two pairs of backpacks, symbolizing the gate and play with a ball. And usually we used a bottle, a can of Cola, or just a crumpled piece of paper. Of course, this is a bad substitute for football nowadays, but to play football a real ball is needed, you need to gather people, and eventually find a free football field. In my childhood, there were few fields to play and that tendency created certain problems that we solved [1].

In Russia, in England, and in Africa, almost the same happens. Football gives equal rights for all. If you are from a poverty family, or from a rich one, you can still find a way to play football.

And as you can understand the game developers, suddenly, found the necessary vector of development. The main barrier that they had ten years ago - accessibility, disappeared by itself. Now most families have computers and internet. Children learn how to work with a computer since childhood, and now it is the same attribute that, for example, a fork with a spoon [3].

Cybersport became more accessible than football. You do not need to ask the parents to buy a ball, you do not have to try to gather all the friends in one place, you do not need to search for football fields, nothing is needed. And every year, computers and the Internet will be more accessible. And, consequently, more and more children will choose cyberport, preferring this sport to the usual.

We can make a conclusion that easy accessibility of cybersport, its diversity and variability, its flexibility to adapt to the needs of society, as well as the opportunities that the computer gives, make it an ideal entertainment of the future.

References:

1. Inka s, D. (2014), E-Sport and its popularity in Asian countries, Journal of Psychology Today, Vol. 2, No. 1 & 2, pp. 65-68.
2. Kar wai, S.A. (2015), Motivation and Frustration of Youth, Journal of Management and Social Sciences, Vol. 10, pp. 97-106
3. Patr os, S. (2017), E-Sport: yesterday, today and tomorrow, Xbox Magazine, US Edition, May 31, 2017. pp. 75-77.

ABOUT PECULIARITIES OF CONDUCTING BUSINESS NEGOTIATIONS IN DIFFERENT COUNTRIES

Kozhev D.K., Gievskyi K.A.

Scientific supervisor: Lukhtina M.A.

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

One of the most important skills anyone can hold in daily life is the ability to negotiate. In general terms, a negotiation is a resolution of conflict. We enter negotiations in order to start or continue a relationship and resolve an issue. Even before we decide to accept our first jobs, or begin our careers, we all learn how to negotiate.

If earlier we could say that “Business is the same all over the world”, nowadays it is not quite true. The rapid and successful development of former developing countries has strengthened the confidence of companies in the markets and will lead to the development of many culturally different management styles.

If you are an entrepreneur, you can see that there are great differences in international business negotiations between different countries. Some scientists are sure that the explanation of this phenomenon is that culture influences negotiating styles in different ways, because negotiators who come from other nations are quite different from us in manners, behaviors, language, beliefs, etc. Culture affects negotiations even before negotiators meet each other face to face. And it becomes evident, that if an entrepreneur wants to be successful in conducting negotiation with foreign partners it is necessary to know culture, behaviour peculiarities of businessmen from this country, we may say it is important to know traditions of this country. And in this article we want to tell about some important peculiarities of conducting business negotiations in Asian countries.

And we would like to tell about China.

China is considered almost the center of world business. The art of trade in this country plays a significant role. Foreigners are often treated with distrust, so when conducting common affairs with the Chinese you have to work a little bit in compliance with all the formalities of business communication.

In business matters, the Chinese are always serious and emotionless, and generally keep a little too formal, in contrast to the expressive Italians or Spanish. If you smile too much at an important meeting, your Chinese colleagues may think that you are not ready for a serious conversation and serious business, because business isn't funny [1].

At the meeting, like other countries, handshakes are accepted, however, first you should greet elders. Any other form of bodily greeting, such as hugs, pats on the shoulder or kisses on the cheek, causes a negative reaction. This is primarily due to the fact that the Chinese do not tolerate violations of their personal space. Also special attention to women is not taken: if you open the door, help to dress a coat or give a place that could be considered flirting.

It is necessary to address colleagues, using words “mister” or “madam” before a surname, also it is possible to use an official position of the interlocutor or his title instead of surname. Remember that the surname of the Chinese is written and pronounced before the name, which, in turn, can only be used by family members and friends, so you should be careful.

When communicating, try to avoid disputes and conflicts with a person, who is senior by age, position or post – this is a violation of national custom.

The Chinese clearly differentiate work and rest, so you will never be invited to a restaurant or cafe for business talks – all matters are solved in offices, business centers and other official places [3].

When you make a deal with the Chinese you need to hire not one, but a whole group of professional lawyers. The Chinese are extremely scrupulous about all formalities, and the consideration of a case can be delayed for a long time because of the discussion of every detail. The same situation is applied to the interpreter, who must be present at every conversation in order to avoid confusions and misunderstandings caused by the language barrier.

Very often Chinese businessmen can act very carefully and indifferently, so you shouldn't get nervous and be concerned about it: so the business partners are checking your resistance and attitude to work. In any case, you need to stay calm and polite.

And if we speak about the choice of clothing for official meetings, the people of China remain traditional: strict suits and neutral colors, no open body parts and bright shades. The same rules are applied to foreigners

Being late for a meeting is taken by the Chinese almost as a personal insult, punctuality in China is a sign of good education, so it is better to come a little earlier [2].

At the end of negotiations and business meetings entrepreneurs usually exchange gifts. The bigger the deal, the more expensive the presents are. The best choice is expensive alcoholic drinks (whiskey, cognac), books, paintings, stationeries and souvenirs for home. It is necessary to present gifts to the Chinese colleagues, starting from the senior position. Also, do not forget to present with both hands – it is a sign of respect.

And finally, you should be patient. Making a deal with the Chinese never happens in one meeting. You should be ready for several business visits [1].

In conclusion we would like to say that, our efforts to understand one another can drive us apart. It would be a mistake to give great weight to stereotypes in our dealings with negotiators from other cultures, lest we begin to view them as stereotypical representatives of their group. A more promising approach would be to consider whether or not our negotiating counterparts share a “family resemblance” with their culture of origin, as we understand it to be. Sizing up our counterpart’s culture should be just one element of our due diligence. And we can get more information by researching our counterpart’s profession, work history, negotiating experience, education, reputation, and areas of expertise both before and during the negotiations.

References:

1. Bon d, M. H. Emotions and Their Expression in Chinese Culture / M.H. Bond // Journal of Nonverbal Behavior, Cambridge Press - 2013. - 17 pp. 245-262.
2. Cha ng L.-C. Differences in Business Negotiations between Different Cultures / Dr. Lieh-Ching // The Journal of Human Resource and Adult Learning, Hsuan Chuang University Publications, Inc. - 2016. - pp. 134-140.
3. Rath je. S. Intercultural Competence: The Status and Future of a Controversial Concept. /S. Rathie //Journal for Language and Intercultural Communication, 7(4), Inc. - 2010. pp. 254–266.

A DRESS CODE: HISTORY AND TRADITIONS

Lyssenko A.

*Scientific supervisor: the senior lecturer Khramtsova T. G.
FSBEI of HE “Krasnoyarsk state agrarian university”*

How do we know, a dress code in general means a list of written or sometimes unwritten rules having regard to the clothing style. Every kind of clothing, like other aspects of human appearance, has a social sign, with different requirements and expectations. Any individual may need to choose between two or more dress codes within a single day. Usually this ability is a result of cultural acclimatization. For example, many people decide between a smart dress code and a work dress code: where is it suitable to wear? It is evident, that different societies and cultures had, have and will have different dress norms, but western styles are widely accepted as more preferable.

Actually every dress code includes rules or signals, sending the message being given by a person's clothing. And mostly, this message may show indications of the person's gender, age, occupation, income, belonging to a social class, political, ethnic and religious groups, his/her relation to comfort, fashion, traditions, marital status, sexual orientation and many other things. What's more, clothing can send other social messages including personal or cultural identity, social group norms, but also challenge, provocation etc.

Let's look through some examples... Wearing expensive clothes can expose wealth, high status in the society, or belonging to artistic circles. As a rule, clothing can carry a social message, even if none is intended: if the receiver's code of interpretation differs from the sender's code of communication, misinterpretation follows [1]. However clothes may be worn not to carry a message, just because they are comfortable and practical for people.

In every culture, present fashion trends signal, how clothing is made and worn to send a social message. The modern fashion is very changeable. Clothes, accessories, shoes become old fashioned within some months, weeks or even days. When the fashion changes, it is usually connected with definite processes in society, because they are closely bound with each other.

The development of modern traditions goes due to the historical way of every country. In the time of Middle Ages, the European royalty and nobility used a special dress code to differentiate themselves from other classes of people. It was the time of power and glory. In many societies, particular clothing may be a status symbol, reserved to people of high rank. For example, in Ancient Rome only senators were permitted to wear garments dyed with Tyrian purple. In China, before the establishment of the republic, only the emperor could wear yellow [1].

In most cultural traditions, certain types of clothing are worn exclusively by either women or men. For example, long sleeves are common for both genders, while the wearing of a knee-length skirt or a knee-length dress tends to be associated with female dress, ankle-length trousers are associated with male dress [1]. Then hairdressing in some societies may also conform to a dress code, such as long hair for women and short hair for men. It certainly depends on the country.

There is an interesting example from the modern history. One day former President of the USA Bill Clinton suggested the idea of school uniform. Many schools in the United States of America took up this idea. By requiring students to wear a uniform, they are less likely to have something similar. Most students prefer democratic style, in order to know one another by their personal traits and who they really are, rather than the clothes, they wear at the university every day.

Some people in certain fields of their activity can't work without uniform. For example, military, police and firefighters usually wear their original uniform, to be recognized in the crowd of people. The workers in many industries have special uniform too. School children often wear school uniform, university teachers and students sometimes wear their original academic dress. Members of religious groups may wear uniforms known as habits.

Besides, national costumes and styles in clothing and ornament in many regions of the world declare belonging to a certain caste, nationality, village, region, religion group, etc. Sometimes clothes can indicate an opposition to cultural norms and beliefs, underline personal independence and the spirit of freedom. For example, in the Europe of 19th century, writers and artists used to live in so-called Bohemian style and dressed to shock: women in men's clothing, emancipated women in bloomers, men - artists in velvet waistcoats. Bohemians, Beatniks, Hippies, Goths, Punks, Skinheads have continued this affective tradition in the 20th - 21st centuries in western countries and the USA.

In a long process on historical development different religions keep their own traditional rules. By wearing a turban and other traditional clothing, a Sikh or Muslim man may underline his religious status. Even nowadays many Muslim women wear head or body coverings, to hide the so-called intimate parts of the body, which display their status as respectable married women. A Jewish man may indicate his belonging to Judaism by wearing his original cape and side-locks.

In many countries clothes show the marital status. In India Hindu women traditionally wear so-called sindoor, to indicate their married status in the society. After husband's death, they abandon sindoor and jewelry, and wear modest white clothing. Men and women in many countries throughout the world may wear wedding rings to indicate their married status.

In conclusion it is necessary to say: our world is diversified and everybody should understand it and treat the other people's preferences with the highest esteem.

References:

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Dress_code.

WAYS OF THE PERSONNEL LABOR ACTIVITY MOTIVATION

Matantseva Yu.I.

Scientific supervisor: candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.

FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"

Many Russian companies are engaged in the development and implementation of various employee motivation systems. And yet the complexity of the problem is that it's not entirely clear how to encourage people to labor feats?

When do you need to develop and implement a new or change the existing system of motivation?

It is necessary to think about the solution of the personnel motivation problem:

- if staff evaluate their own work as insignificant for the company;
- if employees have expressed dissatisfaction with career growth and wages;

- if they talk about lack of independence in work;
- if there are fuzzy requirements on the part of the company management or departments;
- if the work of other employees there is a short load, as a result, a large proportion of informal conversations, tea parties, snacks, etc.

Also the development and implementation of motivation system becomes necessary if many employees show symptoms of professional "burnout": decrease of enthusiasm and loss of interest to work, as well as substitution of professional interests with other non-work-related interests. In addition, if the company dramatically increases staff turnover, then first of all you need to think about its motivation. It is necessary to focus on such a "turnover rate": from 4-7% to 12-15% of the renewal of the staff. In some Russian companies, turnover reaches from 100% to 250%! It should also be noted that if a company has warring factions between young and mature employees, or between women and men, the problem may also be an ineffective motivation system.

Motivation of the staff includes a set of incentives that determine the behavior of a particular individual. Consequently, it is a set of actions on the part of the head aimed at improving the ability of employees, as well as ways to attract qualified and talented professionals and retain them.

Each employer independently determines the methods that encourage the whole team to be active in order to meet their own needs and to achieve the overall objective. Motivated employee gets pleasure from work, which is tied to the soul and body, and feels joy. This cannot be achieved by force. Recognition of achievements and encouragement of employees is not an easy process that requires taking into account the quantity and quality of work, and all the circumstances of the emergence and development of motives of behavior. Therefore, it is extremely important for the manager to choose the right motivation system for subordinates, and each requires a special approach.

The labor activity of the personnel in any organization is purposeful and motivated. **Motivation** in scientific and practical management is the process of encouraging yourself and others to work to achieve their personal and common goals of the organization. The combination of personal and social goals serves as a scientific basis for personnel management in all organizations and firms, since the choice and justification of a single production or economic goal is the first function of modern management, the main task of personnel at all levels of management.

Motivation for work is also understood as an interest in professional problems and creative work, the desire to broaden horizons, focus on the future, success and achievements, readiness for social conflicts in the interests of workers and business, to reasonable risk.

Good motivation contributes to the successful achievement of the ultimate goal of production, the full return of all employees, the development of their creative activity and the satisfaction of physical and spiritual needs.

There are many ways to motivate. They include: wages, bonuses, career advancement, intangible rewards, etc. But the world does not stand still and now employers are trying to introduce new and original ways to motivate their employees. For example, the father of the modern cartoon Studio Walt Disney came up with quite an interesting approach to their employees. He understood that people strive to flee with the work, which is considered not prestigious. Therefore, he personally turned non-prestigious jobs into prestigious ones. So, not very popular among workers in laundries in hotels amusement parks when Disney was renamed as textile service that equated their importance with the service marketing or customer service. At the same time, getting to work in the textile service was much easier.

But the marketing company Hime & Co, in turn, gladly supports the spiritual impulses of its employees. For example, the user freely permits workers to walk half of the day, but only if it is for a good reason. By the way, these include visits to seasonal sales.

Here are a few tempting motivators that you can safely practice in your business:

Unexpected gifts, nice gifts for employees, just in honor of the day of good mood.

Can't afford to pay the premium – find a more budget way to reward merit. For example, give an employee an unplanned day off.

You can set a free schedule for valuable employees from time to time.

Instead of a cash bonus, let employees choose a prize on their own: for example, a season ticket to fitness club, any gift certificate.

Organize a corporate sports trip. This is not just a vacation, but a desire for sports victories and achievements. Today, especially corporate karting, yachting and football are popular.

Awards to those who monitor their health. For example, many western companies pay employees annual bonuses for not being sick for a year and visiting doctors regularly.

Some companies not only encourage the best, but also jokingly punish the worst. For example, enter the company title "Turtle forever" or award "Get a skunk".

Care of the employee's family. This can be tours for children in a summer camp. Tickets to concerts, performances are also possible.

Thus, it can be concluded that in order to effectively stimulate employees to productive work, it is necessary to know what is most important for people. It is possible to determine the most important motives affecting their activities. Note that when organizing the system of motivational impact on the staff, the Manager should remember that any motivation loses its strength over time, so you need to diversify the methods and techniques. Accordingly, the head of the company should know at least two dozen ways to motivate their employees.

Motivation of employees' work activity depends not so much on the process of work itself, but on communication links and opportunities for self-realization.

References

1. Мотивация персонала. URL: <https://businessman.ru/motivatsiya-personala-osnovnyie-vidyi-i-metodyi-sistemy-motivatsii-personala.html> (дата обращения 24.03.2018)
2. Мотивация персонала. URL: <https://studfiles.net/preview/4343153/page:8/> (дата обращения 24.03.2018)

THE «COCA-COLA» HARMFUL INFLUENCE ON THE HUMAN BODY

Ondar S.A.

Scientific supervisor: Kulakova N.S.

FSBEI of HPE "Krasnoyarsk State Agrarian University"

On the shelves of modern shops there is a huge variety of carbonated drinks, but mostly people talk about the harmful effects of "Coca-Cola". Everyone knows about the dangers of "Coca-Cola", but continues advertising the company's brand and sales do not fall. What is the true cause of such demand?

First of all, let's turn to the history of this drink. The recipe of Coca Cola was invented in 1886 by John Pemberton, the owner of a small pharmaceutical company, who was fond of chemistry [1]. He took a note of the composition in the nearest pharmacy, where they began to make and sell syrup, the recipe was simple: 3 quarters of Coca and one Cola tree nuts growing in the tropics. It was advertised as a sedative drink. The name of the syrup was invented by an accountant Frank Robinson, who created the logo of the drink: moving calligraphy product name with a hyphen: Coca-Cola [2]. The syrup was not popular until one day, a visitor of the pharmacy accidentally watered it down with soda. Since that moment, Coca-Cola became a carbonated drink. After that, an emigrant Aza Candler, who came from Ireland, bought the recipe and founded a Cola company [3]. Thanks to Kendler's talents, the company quickly developed. In 1916 another recognizable detail—a "waist" of the bottle came up with advertising with Santa Claus. The drink started its victorious march around the world. Coca-Cola was the official drink at the Olympic games in Moscow.

The composition of the drink includes: carbonated water, sugar substitute (cyclamate), natural caramel dye, natural flavors, orthophosphoric acid—acidity regulator, caffeine, as well as a trade secret natural spices.

The most frequent responses to the question about the reasons of drinking Coca-Cola among young people are:

- bright labels;
- abundant advertising of carbonated beverages;
- it is up-to-date;
- just because I want to drink it;
- it has pleasant flavour

Recently scientists from different countries have conducted many experiments and laboratory studies on the harm of Coca-Cola to the human body. It was found that it has a very detrimental effect on the human body, as far as the chemicals contained therein cause diseases of the gastrointestinal tract (gastritis, ulcers, etc.). By the way, dentists claim that excessive consumption of the drink leads to the teeth destruction. Its

composition contains dyes that is very persistent and teeth are getting darker. Moreover, phosphoric acid contained in the drink is used to etch tooth enamel before filling teeth [1].

Our goal was to conduct an experiment, which results proved the harmful effect of the drink "Coca-Cola" on the human body. We took a chicken egg (shell) because it contains a lot of calcium, substances that participate in the structure of human teeth and bones.

Experimental procedure:

A raw white hen's egg was placed for 3 days at home room temperature in a glass jar with a carbonated drink "Coca-Cola". Observations have shown that at the end of the experiment the white egg became brown and the egg shell softened.



Figure 1



Figure 2

The results of the experiment with Coca-Cola and egg have shown that excessive intake of the beverage contained in the phosphoric acid causes calcium deficiency, leading to the destruction of tooth enamel. This experiment confirmed the hypothesis about the ability of carbonated drinks to wash out calcium. Out of all the components of the most popular drink in the world, the safest and most harmless was only one. What do you think? You are absolutely right, it's water.

References:

1. https://ru.wikipedia.org/wiki/Pemberton,_John_Stit
2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola>
3. https://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/Kandler_Aza_Griggs

MARKETING IN FITNESS INDUSTRY

Panchenko Yu. V.

*Scientific supervisor: candidate of science in philosophy, docent Shmeleva Zh.N.
FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"*

Marketing (from English “market”) is an original unity of strict science and ability to work effectively in the market. Marketing is a unified complex of production and distribution of goods (services), aimed at identifying and meeting the needs of specific consumer groups with a view to profit. The purpose of marketing is to transform the needs of consumers into the income of the company.

There exist a wide range of marketing tools, each of which is closely interconnected with others: marketing research, product policy, sales channels, price, advertising, service. In general, marketing tools form the marketing system of the company, the effectiveness of which largely depends on the success of the company. Marketing tools are aimed at ensuring strong links between the client and the company. Marketing

tools are manageable by the organization. The main marketing tools are grouped by functions: commodity policy; communication policy; price policy; marketing policy.

Marketing is used in many branches of business. Our purpose is to show how marketing is used in fitness industry.

This topic is quite relevant nowadays due to the fact that recently in Russia under the influence of various social and cultural factors the attitude of the public to sports and health has changed dramatically for the better, there has been a leap in the fitness industry. **There is no limit to perfection.** In our opinion, this phrase describes our modern world very well. People are constantly creating something new, every year there are new gadgets in more advanced versions, cars in new bright designs, created a variety of works of contemporary art and fashion industry, also, every year surprises us with their solutions. But no matter what make-up or clothing is popular this season, a beautiful taut body will always be in fashion.

The promotion of a healthy lifestyle leads to the fact that people are increasingly beginning to think about the secrets of longevity and the creation of a healthy, toned body. To meet these aesthetic, moral and social needs, the company uses the services of fitness centers. Research shows that playing sports can significantly increase the productivity of the population. A sharp jump in the development of fitness services is also associated with an increase in the solvency of the population, which allows customers concerned about their health to visit fitness centers or buy season tickets to fitness centers.

Fitness club is an institution that provides the client with services such as gyms, swimming pools, zone for cardio loads, rooms for group classes, and dance programs. Also, the fitness club can provide its client with an instructor, whose duties include the preparation of an individual program of improvement and strengthening of the body. Also, some health clubs include extra services (massage, beauty salon, steam room and sauna). All of the above together is a fitness service.

The fitness industry in Krasnoyarsk is developing very rapidly. One can find fitness clubs to all tastes and money on the Krasnoyarsk market. First, there are big fitness centers such as "Excellent", "World class", "Strongo Hammer Strength", "Level up". They are the so-called "giants" that offer everything from the gym to saunas, swimming pool, restaurants, massage, towels etc. Secondly, there are fitness centers of the middle segment, because many people choose a fitness center not according to the maximum set of programs. The decisive factors are the availability and convenient location. That is why affordable fitness centers are available in almost every district of the city, such as "Red", "Well and fir", "Da Vinci", "Exotica" and others. Thirdly there are fitness clubs of small segment. They provide sport programs but the clubs themselves are small. They are "Four seasons", "Body balance", "Yin Yang", "Athletic" and others. So you see there is a strong competition on the fitness industry market that is why the companies should use various marketing strategies in order to attract the customers.

So, having analyzed the methods of attracting the customers we can identify some tips. First of all the enhancement of services; development of individual programs that include elements of different sports: aerobics, wrestling, callanetics, exercise at the gym. There has also been the introduction of new programs and techniques that focus on a specific category of clients: women, couples, the elderly, and children. The permanent customers receive discounts and gifts, so flexible pricing policy is introduced. Based on studies conducted by the Association of fitness professionals, in recent years, the fitness industry in Russia has been steadily growing by an average of 20% per year. We should say that some of methods are quite understandable and logical and some are really very **tricky**, so let's have a look:

1. The attraction begins in the lobby

Most often in the lobby of the fitness center there is quite a relaxing atmosphere with soft sofas or aquarium / fireplace or even all together, so one can agree that this atmosphere is unlikely to give you the right motivation for sport but will attract you as a customer because you will feel comfortable.

2. The 'best' of the annual club card.

Often comparing the prices of the monthly and annual subscription to the hall, people make a choice in favor of the annual season ticket, so its cost is more favorable compared to the monthly purchase of the season ticket, but here lies the main deception. People who have bought a season ticket for a shorter period for a large sum try to use it to the maximum, while others postpone trips to training warming themselves with the idea that they still have a whole year and missing a couple of workouts, they do not lose much.

3. Gold club cards or all-inclusive system.

Most people choose this type of card to use all the services of the fitness club without restrictions, sounds great is not it? But then it's not so easy, because after the first hike in the hall it turns out that you have paid a tidy sum only for visiting the hall, but many, and especially beginners in all the variety of simulators, classes and techniques of exercises do not understand and then they come to the aid of a qualified coach of course for a fee.

4. Bars

Almost in all fitness clubs there is a fitness bar, a place where you can regain energy before or after the gym with the help of health food or by using various tools. However, not all that is sold there is useful and will help you lose weight, of course, no one will tell you about it.

5. The coach is not a guarantor of the result

Of course sessions with a trainer are much more effective than lessons alone, but whether the coach interested in your success. As it turned out, some fitness centers are deliberately forbid coaches to give clients a more effective program with time increase their physical fitness, what would those remained their customers.

The basic conclusions:

- the Russian market of fitness services is quite young, so the degree of its saturation is very low compared to other countries;
- unlike other countries, the first health clubs were developed mainly in the premium segment. However, currently there is an active development of the middle price segment;
- the further growth reserve of the Russian fitness services market is concentrated primarily in the development of the mid-range price segment;
- the potential for development of the fitness industry in Moscow and regional markets remains significant, as there is an increased demand for fitness services;
- competition in big cities forces players to consider **new strategies for selling club cards (logical and tricky)** that we have mentioned before;
- women are more likely to be consumers of fitness services. Among the age groups, the most active part of fitness clients is the group of 20-29 years;
- the success of the fitness club is provided due to high quality services (work of the staff), the choice of a favorable location of the club, flexible pricing policy, the introduction of a variety of services.

So, having studied even such a small share of marketing in the fitness industry, we can see that all these methods are perfectly applied and work perfectly. No one is protected from these advertising tricks, so before choosing a gym, try to carefully study the reviews about it, coaches and club cards and maybe you will not be caught on this marketing fishing rod.

References

1. The review of Krasnoyarsk fitness clubs. URL:
http://www.siberiafit.ru/articles/fitnes/raznoe27/obzor_fitnes-klybov_krasnoyarska/ (дата обращения 25.03.2018)
2. Эмпирический маркетинг в фитнес индустрии. URL:
<http://www.lifefitness.ru/news/empiricheskiy-marketing-v-fitnes-industriii> (дата обращения 25.03.2018)

ADVANTAGES OF SOCIAL MEDIA IN THE BUSINESS

Popova A.D.

Scientific supervisor Antonova N. V.

FSBEI of HE "Krasnoyarsk state agrarian university"

Nowadays advertising is an important tool for promoting goods and services. It involves every activity that introduces potential consumers to the trading company and the products it offers in the market. It creates a positive image of them and leads to increase sales growth.

More recently bright signboards are caught by consumer's sights therefore companies can manage demand. However, traditional advertising has been supplemented by internet marketing in the digital age.

Development of the Internet, improvement of information technologies have led to revolutionary changes in the methods of doing business and, in particular, in the ways of promoting goods and services.

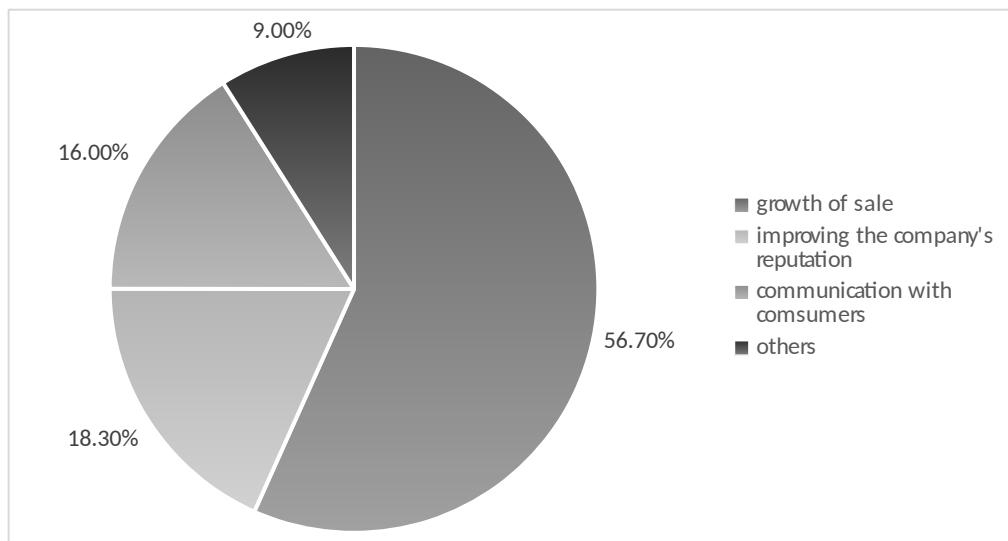
Today social networks are not only a part of our lives, but an important platform for business promotion. Now, with the advent, social networks have changed the ways in which people share information with each other. "Now we have this incredible tool. If earlier the average of people reported something one or two of their friends, now the proportion has changed suddenly, as one to a thousand or fifty thousand". People can share your content with their friends and readers using just one button. This is an amazing business opportunity. The goal is to find the response you need people.

Some of the best social media platforms for business, like Facebook and Instagram, have become essential tools in the modern marketer's toolbox. More and more consumers are using these channels to find new companies and to be engaged with their favorite brands. However, most companies cannot be everywhere at once, especially small businesses with tight marketing budgets. That is why it is vital for businesses to be strategic about which social media platforms they work to build a presence on. The key to successful social media marketing will be choosing the best social media for your business. This is based on a number of factors, including the type of business you have, what audience, you are trying to reach, your specific goals.

There are three main models for promoting business in social networks:

SMM is Social Media Marketing that includes a complex of events on other platforms like forums, blogs, websites, chat rooms, news resources, etc. The main order to promote goods, services, marketing services and coverage of events. It means that the site should be filling unique and interesting content.

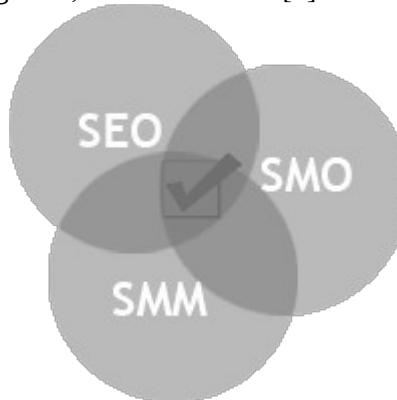
Effect of business- accounts in social networks [3]:



Social media optimization (SMO) is the process of increasing the awareness of a product, brand or event by using a number of social media outlets and communities to generate viral publicity.

Social media optimization includes using social news and bookmarking sites, as well as social media sites and video and blogging sites. SMO is similar to SEO (search engine optimization) in that the goal is to drive traffic to your Web site. According to Matt Cutts, the former spam head of Google, social shares have no impact on your website's ranking. However, it is a fact that social media properties do dominate the front of the search engine result pages for brand names. Which means, social media profiles indeed have the power to rank in the top 10 results. Social media profiles are a great way to connect to your prospects and customers. They work as a doorway to your business website because they show your human side. They not only inform the searcher about your business, but also help them become a part of your conversations.

It is important to recall that any task to promote your brand or products on the Internet, it is better to perform comprehensively, skillfully using SEO, SMO and SMM.[1]



By giving your business brand the social media touch, you not only generate more business but also connect with your customers better and serve them on a higher level. It actually makes your online marketing easier.

What advantages of digital advertising has? Why it makes businesses more and more successfully? [2]

- Lower ad costs: When compared to traditional advertising methods such as print media, TV and radio advertising, social advertisings are not only dependable, but also cheaper. What is more, you are allowed to engage on various social media channels for free before scaling with paid advertisings. You are free to grow on your own, at your own pace.

- Targeted reach: Traditional advertising does not give you the luxury to reach out to your target audience the way social media do. Using social media advertisings, you reach out to targeted prospects, increase your conversions and ultimately get a higher return on investment.

- Real-time performance analysis: To know, if your advertising is working or not is integral in order to improve it. When you are doing any type offline advertising, you are unable to analyze the performance of your advertising campaign. Social media advertisings on the other hand allow you to constantly keep track of how well (or how bad) your advertising is performing. You are able to change your advertising on the fly and instantaneously see the results.

Social media marketing can prove to be really cost effective. Therefore, today, even the paid social media campaigns, such as Facebook Advertisings, are cheaper than other advertising options such as search engine ads. Which means there is a higher return on investment.

Using the social media bandwagon is no longer a matter of choice if you want to succeed. Your business needs it. Every business needs it. It is more needed than ever.

Choosing social platform is not easy, as it may seem. Before you deepen into social media strategizing, it is important to know your purpose. You first need to consider your company's main goals. What is important to you, right now? Once you establish these, you can start to think about how social media can align with those goals and help contribute to the overall betterment and success of your brand.

In the end, I would like to talk about the most popular social media platforms for business and what their advantages are.

Instagram

If you have a business that has a story that can be told with pictures, and your target market is under age of 40, Instagram could be a great place to show another side of your business. Now owned by Facebook, Instagram is growing quickly and brands are catching on to how they can create a visual marketing strategy. Before you decide Instagram is not for your business, check out how these 20 brands are knocking it out of the park with Instagram.

Facebook

Facebook is currently the biggest social media platform in the world. Because of its wide potential reach, many businesses have found it useful for advertising and connecting with customers. Facebook is one of the best tools to use if you want to target a specific audience through paid campaigns. The community page is where posts, photos and videos from customers show up. Customers can also check in to your store here. This page is a great area for your audience to interact and learn more about your company.

References:

1. Всё об интернет-маркетинге: SEO, SMM и SMO // [Электронный ресурс] URL: <https://perfect-seo.ru/smm-i-smo-ishhem-otlichiya>
2. Продвижение бизнеса в социальных сетях: 10 секретов // [Электронный ресурс] URL: <http://kak-zarabotat-v-internete.com/zarabotok-v-sotsialnyih-setyah/prodvizhenie-biznesa-v-socialnyh-setyah.html>
3. Соцсети для бизнеса: как компании используют социальные сети // [Электронный ресурс] URL: <https://www.kom-dir.ru/article/1137-sotssetsi-dlya-biznesa>

THE POWER OF ADVERTISING

Volchok P.

*Scientific supervisor: docent Antonova N.V.
FSBEI of HE “Krasnoyarsk state agrarian university”*

I would like to start my article with the famous phrase of Ludwig Metzel. He founded the first advertising Bureau in Russia in 1878. This phrase was the slogan of the new office. I think it is difficult not to agree! The main position in the promotion of any brand is taken by advertising.

The main task of advertising is to attract the attention of the potential customers, otherwise it makes no sense.

The seller's main weapon is information. The product itself, information about its properties, advantages, etc. With the help of this information and all possible methods of advertising we will promote a product and here it is important how a person perceives information.

Perception is the process of obtaining information from the environment, and its processing. This process is closely related to the senses. Thus, the types of information perception are as follows (in %):

Visual 60

Audio 30

Semantic 10

Now let's see how we can influence our perception - in order to see how it is easier and faster for us to convey to the client what we want to say.

So, most of the perception is devoted to the visual form of perception, and I would like to dwell on it. There are a lot of ways to influence this perception channel in the advertising world.

I think each of you visits shopping centers and that's where the power of visual advertising accumulates.

It can be attributed as showcases and various flyers, leaflets, banners, etc

And as for the Windows, it is necessary to make the most of your imagination and taste. The design should attract the eye of the buyer. As an example, I will give the boutique "Yves Rocher". Their showcases are updated every three weeks. And you know it works! In my experience, I was convinced as a window beckoning you to come in and buy something that you don't need, in fact. Their Christmas decoration hurt me in the heart!

We must not forget about the universal methods - billboards, flyers, leaflets still work. If you use such "paper" as advertising, use not only their informational function, but also the fact that they are able to encourage purchases. For example, include into them information about the upcoming action, the benefits for the buyer who has this flyer (so you can track whether your advertising works at all, or should make adjustments to its design/content). You also need to remember that in such places where we have "the accumulation of advertising", you significantly need to stand apart from the others.

The most effective way to interest the client at the moment is to interact on the Internet. This is a powerful tool for advertising programs. Thanks to the diversity, versatility and flexibility of the world wide web, very good results can be achieved. Social networks are an integral part of modern life and brands use it well. Social networks help to reach a huge audience of different ages. Instagram and Facebook are now considered the most popular and selling platforms. On their pages you can find many diverse shops, boutiques, salons etc. Nowadays even the smallest marketing business is trying to have a page on one of these networks. Social network helps you to tell as much as possible about your product. Beautiful picture, detailed description, all contacts, customer reviews in total give an excellent result. I learnt a few Siberian brands in Instagram, and honestly if not Instagram, I would hardly know about them. But these were not advertisements!

Another option to attract new customers via the world wide web is contextual advertising in search engines such as Google or Yandex. What is the advantage of contextual advertising? No need to spend months waiting and significant funds for search engine website promotion. The goal is to attract traffic through a beautiful ad to motivate the user to click on the link and go to the site.

Let us return to our perception. The second place is given to the auditory view. And here advertisers also did not pass by. You can attract customers with the help of television or radio. Through these communication channels it is possible to convey information to people who are regularly driving, housewives, etc.

The third place is taken by semantic type of information perception .

But despite the fact that in percentage terms, we have allocated the last place for it, it does not become less significant. In the process of advertising your product or service, you should not avoid it! And here more significant becomes not just a pretty picture or the sound of your ad, you should pay special attention to the meaning. The winner is the firm which can show real benefits when buying its product.

The original version of the attraction of customers was offered by the Director of one of the bookstore. After reading, the buyer can return the book, if he did not like it, and get back 25% of the money spent. As a result, the entrepreneur received loyal customers, competitive advantage and the opportunity to earn on the re-sale of books, albeit with a discount. The service quickly became known: the principle of "word of mouth" worked effectively.

It is worth paying attention to the increase in the total customer value. It is important for any person, each of us, to feel our own value, importance for the company, confidence that he/she is truly respected. Therefore, it is necessary to express gratitude to all customers. For example, you can bring one "chip", which took advantage of one of the advertising agencies. After the order is completed, the Advertising Agency sends to the employees of the client company sets of chocolates with pictures on the boxes. When you call the Agency clients are sent a box of great tea – and also with portraits. The company never sends the same gifts-to regularly surprise and intrigue the customer, increasing his/her loyalty and interest in repeated treatment. This can be attributed to the resolution of conflict situations. They should not be ignored. Try to solve this situation on the spot, the most profitable way for the client.

These methods are basic, but in fact there are much more of them and they are limited only by your imagination. The most effective result will be the complex use of all these methods. This will allow to cover a large part of the audience. It should be remembered that each of these methods has its advantages and disadvantages, which should be taken into account in the preparation of the advertising program. Do not forget that the quality of services provided leaves a good impression, which will also be distributed among people.

References:

1. 21 ways to attract customers <http://prhappy.ru/21-способ-привлечения-клиентов/>
2. Perception of information by a person <http://psyh.info/psihologiya-lichnosti/vospriyatiye/vospriyatiye-informatsii-chelovekom.html>
3. psychological research on the perception of visual information
<https://lpgenerator.ru/blog/2015/12/18/5-psihologicheskikh-issledovanij-po-vospriyatiyu-vizualnoj-informacii/>

THE FUNCTION OF ORGANIZING IN A MODERN COMPANY

Volokitina A.

Scientific supervisor: the senior lecturer Khramtsova T. G.

Krasnoyarsk State Agrarian University, Krasnoyarsk, Russia

As a rule, experienced managers understand, that organizing is a very important process for every organization. Due to many sources we know, there are different ways of organizing a company. A good idea for companies is to have an organization chart. In general, an organization chart shows the structure of the whole organization: who is in charge of which department and how the departments work. Usually there are some main departments in the company: human resources department, finance department, technology department and others. Normally they have a vertical structure of subordination and their functions are clearly seen within the organization.

In company hierarchy, one of the most important departments is the human resource department. How do we know, the human resource department is responsible for staffing in the organization. What's more, the staffing process involves different stages. First of all, the department can supply the company with employees through recruitment. For example, it can perform an internal recruiting. Internal recruiting is a process of looking for employees within the organization. It is a good opportunity for employees to be promoted and make a career. Different skills and attitudes can allow the employees to find the better opportunity in another department. Then, the human resource department can perform an external recruiting. External recruiting consists of recruiting applicants through newspaper ads, job fairs, the Internet job sites. On the one hand, it is sometimes difficult to hire people from outside, when nobody in the company knows them. Although most organizations are used to perform background check, reference check, drug testing to avoid future problems. However it is still not a guarantee, that the candidate will be suitable for the definite organization. On the other hand, a candidate from outside the company can bring new ideas to this company.

Next is the finance department. It is an important part of every organization too. The finance department is known to control all aspects of the organization finance. The finance department's responsibility is to control the budget, to distribute finance according to company needs. The most difficult part of the finance department is to manage firm's finance during crisis periods. What's more, the finance

department measures the productivity and can help the operation team to make decisions. Besides, the finance department can advise the operation team and upper level management about some investments.

It is evident, that organizing of the technology department is necessary for companies, using their own software. Nowadays many organizations use popular software. The technology department needs advanced technologies. The organizational chart of this department should include a manager of technology, who is in charge of technical support, research and development, market development, application development. Without doubt, it requires a lot of experienced employees in order to put and process data. And it involves different administrative functions such as preparation of payrolls, inventory control, customer accounting, billing by banks [1, p.88] etc.

Although it is expected, that most departments cooperate with each other, it is important to find a suitable person for managing in every department. Any organization chart shows different levels of management. For example, in order to run a corporation, the organization chart must include a board of directors on the top and different managers, who reports to them. In their turn, they are supported by regional managers and supervisors.

The main problem is, that some organizations are centralized, while others are decentralized. It depends on the purposes of the company. Usually in centralized organizations, the top level management makes most of the decisions and passes them down to lower levels. Sometimes it is much easier to manage in a centralized organization, as it is possible to oversee all the organization activities. The main advantage of centralization is, that top level management is aware of every single transaction, taking place in the organization. On the other hand, in decentralized organizations decisions are sometimes made opposite the management efforts. Managers sometimes consider decentralization rather difficult for managing, as it requires professional line structure. However, decentralization has its advantages too, like line management decisions about purchases and other things. The process of organizing an organization chart in the company is winning for its wellbeing. If an organization chart is well organized, the company will be able to operate a profitable business. It is also true, that not all organized companies are profitable, but such activity, like spending time to organize each department, making sure they are working accordingly to the modern requirements, is fundamental for the business. It is decisive, whether the top level managers follow the wishes of other team members in achieving business goals. Involving everybody in company's affairs is a wide opportunity for implementation of new ideas.

References:

1. Антонов О.И. Английский язык для бизнесмена – М.; Информпечать, при участии Верхневолжского Института предпринимательства, 1991.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 6. РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ

ПОДСЕКЦИЯ 6.1. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЖИВОТНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ

Афонина А.Н. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАПОРОТНИКА В ТЕХНОЛОГИИ МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ В ТЕСТЕ	3
Боркина А.В., Харченко Н.А. УСТРОЙСТВО ДЛЯ ПЕРЕМЕШИВАНИЯ ФАРША	5
Васина Т.В., Синицына Н.А. МОДЕРНИЗАЦИЯ МАССАЖЕРА	8
Воробьёва А.В., Елупахина А.С. ЭКСПРЕСС-МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ШПИКА ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК	10
Кольман Т.Ю., Сафронова М.С. КОНСЕРВАНТЫ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ НАПРАВЛЕННОГО ДЕЙСТВИЯ	12
Лушников М.С. ПРОИЗВОДСТВО СЫРОКОПЧЕНОЙ КОЛБАСЫ С ДОБАВЛЕНИЕМ ЙОДА	14
Мальцев А. А., Бушуева Т.А., Степанов В. Р. СУШКА ПАНТОВ ОЛЕНЯ СЕВЕРНОГО	16
Ручина К.Н., Санникова О.В. ПЕРЕРАБОТКА КРОВИ УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ	20
Синицына Н.А., Васина Т.В. ВЛИЯНИЕ СУБПРОДУКТОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА МЯСНЫХ РУБЛЕНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ МЯСА	23
Харченко Н.А. ПРОИЗВОДСТВО МЯСНЫХ РУБЛЕНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ С РЕГИОНАЛЬНЫМ СЫРЬЕМ	24

ПОДСЕКЦИЯ 6.2. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ИЗ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ

Безъязыков Д.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ШЕЛУШЕНИЯ ЗЕРНА ОВСА	26
Бушуева Т.А., Мальцев А.А., Степанов В.Р. ТЕХНОЛОГИЯ СУШКИ ГРИБОВ	28
Веретнова О.С. ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ МАРМЕЛАДА ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СОКА БРУСНИКИ	31
Вертипрахова Д.Н. ЗЕРНОВЫЕ БАТОНЧИКИ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ	33
Горбунова Т.П. ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ВАФЕЛЬ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПОРОШКА МОРКОВИ	35
Дидур Е.А., Ускирева Л.В. РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ СУШКИ ЯГОДЫ КЛЮКВЫ, СОБРАННОЙ В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	38
Маньжова А.И., Семенова Д.И. ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАРХУНА В ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ	40
Масягина Р.Д. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СУБЛИМИРОВАННЫХ ФОРМ ПОРОШКА МОРКОВИ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	42
Михалкина Т.С. ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ ВИШНИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ГРИЛЯЖНЫХ КОНФЕТ	44
Пьянкова А.С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОРОШКА ЧЕСНОКА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ХЛЕБА	47
Разаренных Ю.А. ПОВЫШЕНИЕ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПЮРЕ ИЗ ТЫКВЫ	50
Ларькина А.В., Сазонова А.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛАВАНДЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ	52
Маньжова А.И., Зыкова А.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОРСКИХ ВОДОРОСЛЕЙ ДЛЯ ОБОГАЩЕНИЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ЙОДОМ	54
Степанов В.Р., Мальцев А.А., Бушуева Т.А. ТЕХНОЛОГИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ ШЕЛУШЕНИЯ ЗЕРНА ПШЕНИЦЫ	56
Храмов Ю.С. ЧЕРЕМША КАК ИСТОЧНИК ПОЛЕЗНЫХ ВЕЩЕСТВ	59

ПОДСЕКЦИЯ 6.3. ОЦЕНКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ АПК

Бедерина А.А. ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЙ И ПЫЛЬЦЕВОЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОД ИДЕНТИФИКАЦИИ ВИДА МЁДА	61
Карпанова М.Н. ТОВАРОВЕДНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ТВОРОЖНОГО СЫРА, РЕАЛИЗУЕМОГО В ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. КРАСНОЯРСКА	64
Савчук И.С., Диур М.А. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗЦОВ МИНЕРАЛЬНОЙ ВОДЫ РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ	66
Савчук И.С., Бабаева К.А., Попков А.П. ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КАЧЕСТВА ВАРЕНОЙ КОЛБАСЫ ВЫСШЕГО СОРТА «ДОКТОРСКАЯ», РЕАЛИЗУЕМОЙ В ТОРГОВОЙ СЕТИ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА	69
Сазонова А.В., Ларькина А.В. СОДЕРЖАНИЕ ВИТАМИНА С В ПРОРОЩЕННЫХ СЕМЕНАХ ПШЕНИЦЫ И ГРЕЧИХИ	72

СЕКЦИЯ 7. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АПК РЕГИОНОВ РОССИИ

ПОДСЕКЦИЯ 7.1. БУХГАОТЕРСКИЙ УЧЕТ, ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ

Абашина С.А. РЕФОРМИРОВАНИЕ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	74
Григорян К.Г. ВЫБОР ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ДИАГНОСТИКИ РИСКА БАНКРОТСТВА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЕМЕЛЬЯНОВСКОГО РАЙОНА	76
Дмитренко А.И. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ	79
Корман К.Ю. АУДИТ РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА	80
Колычева А.М., Ванькина Ю.А. ЛУКА ПАЧОЛИ И ЕГО ВЗГЛЯДЫ НА БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ	82
Лещенко В.А. МЕТОДЫ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ	84
Мага С.А. ЛИЗИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	87
Семибратская И.А. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	90

ПОДСЕКЦИЯ 7.2. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ

Афанасьев А.С., Юданова К.А. ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	93
Глухих Д.В. МАЛЫЙ БИЗНЕС И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	94
Горбунова Д.Д. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ	97
Грудева А.Е. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ	99
Злобин А.А. ПРОБЛЕМА МОНОПОЛИЙ И БОРЬБЫ С НИМИ В РОССИИ И КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ	100
Ишутин А.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА ПОДСОЛНЕЧНИКА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ	103
Карасев И.В. ПРОГНОЗЫ ИНФЛЯЦИИ В РОССИИ	106
Качкаев Я.Е ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	108
Кеҗисина А.Е. ОПЫТ УЧАСТИЯ БОГОТОЛЬСКОГО КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ В КРАЕВОЙ ГРАНТОВОЙ ПРОГРАММЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА	110
Кирнос А.В., Тюнис К.В. СУЩНОСТЬ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ КРИПТОВАЛЮТ	113
Коновалов Н.А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МАСШТАБОВ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ	115
Коновалова Л.Е., Григорьева С.Н. БЕЗРАБОТИЦА СРЕДИ ВЫПУСКНИКОВ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В РОССИИ	116
Коробкин А.С. ПРИЧИНЫ БЕЗРАБОТИЦЫ В РОССИИ И СНИЖЕНИЕ ЕЕ УРОВНЯ	117
Кулакова С.М. МОЛОДЁЖНЫЙ ЦЕНТР КАК ДРАЙВЕР СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ В РЕГИОНЕ	119

Торощина К.Г. ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ДОХОДОВ И ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ

В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	122
Тунников И.И. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ	124
Шульц Д.М. ОСОБЕННОСТИ ИНФЛЯЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ	127

ПОДСЕКЦИЯ 7.3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Безденежных М.А. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	129
Беренгилова Е.И. ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА (НА МАТЕРИАЛАХ СПК «МАЙСКИЙ» ИРБЕЙСКОГО РАЙОНА)	130
Диденко Т.А. ФОРЕНЗИК В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	132
Десинова Е.О. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНТНОЙ РАЗВЕДКИ В СИСТЕМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	135
Зотин В.М. ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ	137
Иванова Е.С. ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ	140
Козуренко Я.Г. РОЛЬ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	142
Корощенко М.А. ВЛИЯНИЕ СОСТОЯНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ) НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ВОСХОД» ТАСЕЕВСКОГО РАЙОНА)	144
Кутухина Ю.И. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕСТУПЛЕНИЯ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ	146
Левочкина Е.Д. НОРМАТИЧНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА МАТЕРИАЛАХ СПК «МАЙСКИЙ» ИРБЕЙСКОГО РАЙОНА)	149
Нелюбова А.В. ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	150
Рыжикова Н.М. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	151
Хандогина Д.С. ПОДХОДЫ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ВОСХОД» ТАСЕЕВСКОГО РАЙОНА)	154
Юсупова А.Р. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ СОЗДАНИИ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ ЗАО АПХ «АГРОЯРСК»)	157

ПОДСЕКЦИЯ 7.4. УПРАВЛЕНИЕ И МАРКЕТИНГ В АПК

Андреева М.В. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ	160
Богданов В.С. ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА «ИРБЕЙСКИЙ»	161
Гранкова К.О. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ	164
Давыдова А. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ	165
Зюлина П.А. МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ СЕРВИС-ЦЕНТРА «ДОМАН»	166
Иванова Ю.Г. ПРОГРАММА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ПОСЕЛЕНИЯ ТУИМ ШИРИНСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ ХАКАСИЯ	169
Коняшин П.И. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ НА РЫНКЕ	171
Козлова А. РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ УЧЕБНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ЦЕНТРА	172

Малышева Ю.О. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА «ВЕНЕРА»	175
Михеев А.А. КОНУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ НА РЫНКЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	178
Мотыль Е.Е. РАЗРАБОТКА И ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА РЫНКЕ EVENT ИНДУСТРИИ	180
Норина А.А. КРИЗИС В НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЕ	182
Спирич Д.Л. ТЕХНИЧЕСКОЕ ПЕРЕОСНАЩЕНИЕ РАБОЧИХ МЕСТ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В УПРАВЛЕНИИ МИНИСТЕРСТВА ЮСТИЦИИ ПО КРАСНОЯРСКОМУ КРАЮ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	183
Хамула Ю.Е. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ	185

СЕКЦИЯ 8. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ОБРАЗОВАНИЯ

ПОДСЕКЦИЯ 8.1. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ЛОГИСТИКА И УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Астапова Т.В. ФОРМАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ: ХОРОШО ЭТО ИЛИ ПЛОХО?	187
Ахмедов Н.Т. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ	189
Бугаева А.Н. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	191
Бутаков Д.И. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ	193
Волкова К.А. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	194
Дробушевский Д.М. ИЗУЧЕНИЕ СПОСОБОВ ВЫРАЩИВАНИЯ БЕЛОКОЧАННОЙ КАПУСТЫ В УЖУРСКОМ РАЙОНЕ	196
Дударев А.П. СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ И МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОНИЖЕНИЮ БЕЗРАБОТИЦЫ НА ТЕРРИТОРИИ МАНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	199
Еремина Е.Г. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ	200
Зинкевич О.А. ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ МОЛОКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ АРТЕЛИ «КОЛХОЗ ЗАВЕТЫ ЛЕНИНА»	202
Лихтина Е.А., Федосенко Д.Э. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ПЕРИОД КРИЗИСА	203
Осипова К.П. УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ	204
Ренева М.А. ЗНАЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	205
Серебренникова О.В. АДМИНИСТРАТИВНАЯ ПОДДЕРЖКА И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО СЕКТОРА НА ТЕРРИТОРИИ МАНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	208
Сайботалова В.Н. ЗНАЧЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЕГИОНА	209
Соколова И.В. ПРОБЛЕМЫ РАСТЕНИВОДСТВА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ	210
Смирнова А.А. МЕТОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА	212
Толикова К.В. К ВОПРОСУ О ПРОБЛЕМАХ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ	215
Туркова П.А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ	217
Улыбин В.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ОКАЗАНИЕМ УСЛУГ	219
Храмцов И.А., Малютин В.В. ЭКСПОРТНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ	221
Черкашин Д.В. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ: ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖИ	223
Чистякова М.А. ВЛИЯНИЕ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	225
Чикина Ю.А. ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ	228

ПОДСЕКЦИЯ 8.2. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ, ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Акинина Н.А. ХРОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДУКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	230
Алексеева М.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕПРОДУКТИВНОГО ПОДХОДА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	231
Гриценко О.О. РОЛЬ ПЕРСПЕКТИВНОЙ СТОРОНЫ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ	233
Зайцев Д.В. ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПОЛНОГО УСВОЕНИЯ ЗНАНИЙ В ПРЕПОДАВАНИИ ДИСЦИПЛИН ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ	234
Демидова С.А. ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ МУЗЕЕВ ПРИ ОСВОЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН	235
Корнйчук А.А. SEO-КОПИРАЙТИНГ	237
Кудряшова А.С. ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ В РАМКАХ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА	238
Кукушкина О.А. ЗНАЧЕНИЕ ПРОФИЛАКТИКИ ЗАВИСИМОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ВУЗЕ	240
Кулешова С.В. ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ	242
Келер Я.Н. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКАЯ ГРАМОТНОСТЬ ОБУЧАЮЩИХСЯ В СФЕРЕ ЮРИДИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ	244
Купцова Е.В. ПРИМЕНЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ИГР ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПРИ ОСВОЕНИИ ЭКОНОМИКИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ЛИЦЕЕ	246
Пашкевич Т.П. РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА (НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПЕРЕПИСКИ В ОФИЦИАЛЬНЫХ И НЕОФИЦИАЛЬНЫХ СТУДЕНЧЕСКИХ КРАСНОЯРСКИХ ГРУППАХ)	247
Пустошкина Е.В. ФОРМИРОВАНИЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОЛЛЕКТИВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ	249
Савченко Д.С. ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА КРАСНОЯРСКОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ (НА ПРИМЕРЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЧАСТИ ГОРОДА)	250
Субботин Н.К. РОЛЬ РЕФЛЕКСИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ	253
Хрипунова Е.В. УРОВЕНЬ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ В ПСИХОЛОГИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ (ПО ОТРАСЛЯМ)»	256

СЕКЦИЯ 9. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАУКИ (НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

Astapova T.V. NEUROMARKETING	258
Chekushkin N.V. ABOUT INFLUENCE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY ON BUSINESS MODELS	260
Dudarev A.P., Serebrennikova O.V. THE POTENTIAL OF MANSKIY DISTRICT LAND RESOURCES	261
Evdokimova P. EVOLUTION THE SCIENCE OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN RUSSIA	264
Kano A. THE INFLUENCE OF NATIONAL CHARACTERISTICS ON THE MANAGEMENT SYSTEM IN JAPAN	265
Kirdiyashkina K.E. HARMONIZATION OF LOGISTICSERVICE IN SUPPLY CHAIN	266
Kniga N.V. PSYCHOLOGICAL PROBLEMS IN MANAGEMENT	269
Kop D.S. THE SYSTEM OF MOTIVATION: HOW IT WORKS IN THE COMPANIES	271
Korneev V.A. ABOUT ESPORTS AS A CULTURAL AND SOCIAL PHENOMENON	272
Kozhev D.K., Gievskiy K.A. ABOUT PECULIARITIES OF CONDUCTING BUSINESS NEGOTIATIONS IN DIFFERENT COUNTRIES	274
Lyssenko A. A DRESS CODE: HISTORY AND TRADITIONS	275
Matantseva Yu.I. WAYS OF THE PERSONNEL LABOR ACTIVITY MOTIVATION	276

<i>Ondar S.A. THE «COCA-COLA» HARMFUL INFLUENCE ON THE HUMAN BODY</i>	278
<i>Panchenko Yu. V. MARKETING IN FITNESS INDUSTRY</i>	279
<i>Popova A.D. ADVANTAGES OF SOCIAL MEDIA IN THE BUSINESS</i>	281
<i>Volchok P. THE POWER OF ADVERTISING</i>	283
<i>Volokitina A. THE FUNCTION OF ORGANIZING IN A MODERN COMPANY</i>	285

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА – ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Материалы XIII Всероссийской студенческой научной конференции

(4 апреля 2018 г.)

Часть 3

Секция 6. Ресурсосберегающие и экологически безопасные технологии пищевых производств
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)

Отв. за выпуск:

Бопп Валентина Леонидовна

Коломейцев Александр Владимирович

Издается в авторской редакции

Санитарно-эпидемиологическое заключение № 24.49.04.953.П. 000381.09.03 от 25.09.2003 г.

Подписано в печать 09.07.2018. Формат 60x84/8. Бумага тип. № 1.

Печать - ризограф. Усл. печ. л. 37,0 Тираж 40 экз. Заказ № 187

Редакционно-издательский центр Красноярского государственного аграрного университета
660017, Красноярск, ул. Ленина, 117