

Министерство образования и науки Алтайского края
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства»

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
КОМПЕТЕНЦИЙ МОЛОДЕЖИ**

**СБОРНИК ТЕЗИСОВ
III МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ**

Барнаул

2019

ББК 65.42

Ф 43

Формирование и развитие предпринимательских компетенций молодежи : сборник тезисов III международной научно-практической конференции; Алт. академия гостеприимства. — Барнаул : Литера, 2019. – 583 с.

Сборник тезисов III международной научно-практической конференции. Рекомендовано к печати Методическим советом КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», протокол № 2 от 22 ноября 2019 г.

В сборнике представлены материалы научно-исследовательских работ по теме «Формирование и развитие предпринимательских компетенций молодежи».

Проведение конференции способствует развитию самостоятельной и ответственной личности, воспитанию творческой индивидуальности, формированию общих и профессиональных компетенций в процессе научной и учебно-исследовательской работы. Сборник дает возможность обмениваться опытом по вопросам предпринимательства, организации собственного дела, основных проблем в сфере бизнеса.

Сборник предназначен для обучающихся, преподавателей, предпринимателей, социальных партнеров.

Секция №1

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ И
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
ИНИЦИАТИВ**

LENDING OF THE POPULATION OF ALTAI REGION

Regeshchuk Maria Alexandrovna, RSBPEI "Altai Academy of Hospitality",
Barnaul, a student of the B-181 group specializing in Economics and Accounting (in
branches);

Annotation. The issues of borrowing of the population of the Altai Territory are considered. The prospects for solving this problem are determined.

Keywords: credit, loan, loan, overdue debt.

УДК 338

ЗАКРЕДИТОВАННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Регешчук Мария Александровна

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул,
обучающаяся группы Б-181 специальности «Экономика и бухгалтерский учет
(по отраслям)»; aniki87@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены вопросы закредитованности населения Алтайского края. Определены перспективы решения данной проблемы.

Ключевые слова: кредит, займ, ссуда, просроченная задолженность.

Ни для кого не секрет, что у российской экономики бывали и лучшие времена. Постепенная девальвация рубля, а также рост цен на товары постоянного потребления – всё это ощутимо «бьёт по карману» обычного гражданина. Но и это ещё не самая большая проблема.

Эксперты утверждают, что повальное оформление займов и кредитов российскими гражданами создало проблему государственного масштаба. Более пяти миллионов человек имеют просрочки по кредитам, их долг, в среднем, составляет более полутора триллионов рублей. Это может быть связано с тотальным сокращением рабочих мест и увольнением людей по всей стране. Непогашенные кредиты на данный момент есть у половины экономически активного населения России.

Согласно данным Банка России, за 1 квартал 2019 года объем ссудной задолженности российских граждан перед банками вырос на 4,3 % [1, с.22].

Просроченная ссудная задолженность по кредитам, выданным населению, занимает существенную долю в структуре общей просроченной задолженности российских банков.

На 1 января 2018 года просроченная ссудная задолженность физических лиц в целом по России снизились на 1,7 %. А по данным за 1 квартал 2019 года объем просроченной задолженности в целом по банковской системе вырос на 5,3 %. Это вызвано ужесточением подхода Центробанка к учету проблемных активов, в соответствии с которым к просроченной задолженности с 2019 года также относятся просроченная дебиторская задолженность и просроченные приобретенные права требования.

Исходя из данных, в целом на каждую семью Алтайского края в среднем приходится по два кредита. А похвастаться отсутствием долговых обязательств могут лишь 23,9 % экономически активного населения. При этом на погашение займов жители края тратят в среднем 53,6 % своих доходов. А средний просроченный долг составляет 60 тыс. рублей. Это не самый высокий уровень средней просрочки в стране – в ряде регионов он доходит до 140 тыс. рублей, но особого оптимизма и эта цифра не внушает. В более богатых регионах долги выше, потому что зарплата больше и кредиты весомее [2, с.36].

По данным Банка России видно, что количество кредитов на одного заёмщика постоянно растёт. Несмотря на рост количества кредитов, снижаются суммы кредитов. Это обусловлено тем, что население все чаще проводит

адекватную оценку своих финансовых возможностей и не обращается в коммерческие банки за большими суммами, а берёт несколько небольших ссуд.

Всё большую популярность среди населения приобретает такой вид кредитования, как кредитование кредитными картами. В начале января 2018 года в России была зафиксирована выдача более 587 тыс. новых кредитных карт, что в 1,7 раза превзошло показатели 2017 года. А в начале января 2019 году по данным Национального бюро кредитных историй (НБКИ), количество выданных кредитных карт составило 3,88 млн., что на 24 % больше показателей аналогичного периода прошлого года.

С 2016 года наблюдается тенденция снижения уровня кредитной нагрузки российских граждан в России. В 2017 году показатель снизился и составил 32 %, в 2015 году его значение было на уровне 38 %. В конце августа текущего года представители Центробанка сообщили, что совокупный уровень долговой нагрузки населения в первой половине 2019 года достиг 10,4 %, что в свою очередь является пиковым значением с 2014 года. На изменение ситуации с долговой нагрузкой, как отмечалось ранее, оказало влияние увеличение доходов населения, меры по ужесточению оценки кредитоспособности заёмщика коммерческого банка большинство заёмщиков сейчас стремятся направить максимум свободных средств на погашение долга до окончания срока кредитного договора. Это говорит о росте уровня финансовой грамотности населения. В условиях непростой экономической ситуации многие стараются уменьшить собственный уровень долговой нагрузки, более тщательно взвешивают свои финансовые возможности и трезво подходят к совершению той или иной покупки, в том числе в кредит [5, с. 56].

Несмотря на снижение кредитной нагрузки в целом по стране Банк России озадачен проблемой закредитованности населения. Именно поэтому регулятор планирует установить надбавки к коэффициентам риска по потребительским кредитам. От размера надбавок будет зависеть объём резервов, которые банк должен создать по каждому выданному кредиту.

3 декабря 2018 года Минфином России совместно с Банком России и другими заинтересованными ведомствами принят План реализации Стратегии повышения финансовой грамотности в РФ на 2017-2023 годы.

Центральный Банк РФ предложил несколько вариантов выхода из кредитной кабалы, разработав и выпустив памятку для населения по вопросам кредитования. Потенциальные заемщики могли ознакомиться с советами финансовых аналитиков и специалистов по кредитованию, которые провели скрупулезный разбор нюансов, связанных с получением займа. Были разработаны новые программы кредитования, оформления и погашения займа. Основной лозунг этой памятки был – «Прежде чем сделать, десять раз подумай». То есть, перед тем, как взять в банке кредит, заемщик должен несколько раз подумать и просчитать свои возможности по отдаче займа. В памятке также предлагается ввести ограничение на возможности кредитования для семей, доходы которых не позволяют нормально производить положенные выплаты. Также необходимо обращать внимание на предосторожность в получении, так называемого, «быстрого займа». Это и кредит наличными, и товарный кредит. Предупреждение о подобных видах кредита было вызвано, в первую очередь, из-за того, что процентная ставка в этих случаях была непомерно высока. Еще в этой памятке были описаны правила погашения займа. Простым обывателям в доступной форме предоставлялась информация о сроке перевода финансовых средств на кредитный счет банковского учреждения в качестве ежемесячного взноса погашения кредита. Ведь сроки поступления кредитной задолженности прямо зависят от выбора организации, через которую заемщик совершил ежемесячную уплату в счет погашения задолженности. По мнению Центрального Банка РФ, считается незаконным преднамеренное навязывание клиенту услуг по страхованию личного имущества, которое впоследствии может послужить причиной отказа клиенту в выдаче займа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Берзон, Н.И. Основы финансовой экономики / Н.И. Берзон. - М. Вита-пресс, 2015. – 198 с.
- 2 Думная, Н.Н. Как вести семейный бюджет / Н.Н. Думная. - М.: Интеллект-центр, 2014. – 245 с.
- 3 Паранич, А.В. Путеводитель по финансовому рынку / А.В. Паранич. - М. И-трейд, 2016. – 234 с.
- 4 Рыбаков, С.И. Зачем нам нужны страховые компании и страховые услуги / С.И. Рыбаков. - М.: Интеллект-центр, 2017. – 344 с.
- 5 Чумаченко, В.В. Основы финансовой грамотности / В.В. Чумаченко. - М.: Просвещение, 2016. – 132 с.

STATE SUPPORT FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN ALTAI KRAI

Yudina Anna Gagikovna, student of the ZIO-61 group

Head: Safonova Tatyana Viktorovna, teacher

КГБПОУ «Altay Architectural and Building College»

shataevatanya79@mail.ru

Annotation. The main ways of obtaining state support for the development and conduct of small and medium-sized businesses are outlined. State programs to support small and medium-sized businesses are presented.

Keywords: State support programs, stimulation of small and medium-sized businesses, problems of small and medium-sized businesses, types and methods of state support.

УДК 377

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Юдина Анна Гагиковна, студентка группы ЗИО-61

Руководитель: Сафонова Татьяна Викторовна, преподаватель
КГБПОУ «Алтайский Архитектурно-Строительный колледж»
shataevatanya79@mail.ru

Аннотация. Обозначены основные способы получения государственной поддержки развития и ведения малого и среднего бизнеса. Представлены государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: Программы государственной поддержки, стимулирование малого и среднего бизнеса, проблемы малого и среднего бизнеса, виды и способы государственной поддержки

Малый бизнес (малое предпринимательство) — предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения.

Средний бизнес - это предпринимательство, которое оказывает большое влияние на развитие национальных рынков в мире, а так же связывает крупный и малый бизнес как между собой, так и с потребителями.

Малый и средний бизнес являются важной частью рыночной экономики, без которой не может успешно развиваться страна. Эффективное рыночное хозяйство возможно только в тех случаях, когда в экономике будет действовать достаточное число предпринимательских структур.

По данным единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.08.2019 года в Алтайском крае зарегистрировано 75,4 тыс. хозяйствующих субъектов. Большая их часть представлена индивидуальными предпринимателями – 43,6 тыс. единиц (57,8 %) и микропредприятиями – 29,1 тыс. единиц (38,6 %). Количество малых и средних предприятий менее значительно – 2,5 тыс. единиц (3,3 %) и 0,25 тыс. единиц (0,3 %) соответственно.

**Количество индивидуальных предпринимателей в Алтайском крае,
учтенных в статрегистре по видам экономической деятельности, единиц, в
2019 году**

	на 1 января	на 1 апреля	на 1 июля
всего	52 945	53 024	53 351
раздел а сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	4 122	4 062	4 073
раздел б добыча полезных ископаемых	11	10	9
раздел с обрабатывающие производства	3 387	3 388	3 389
раздел d обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	61	63	67
раздел e водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	235	233	228
раздел f строительство	2 515	2 643	2 827
раздел g торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	22 853	22 626	22 523
раздел h транспортировка и хранение	6 009	6 102	6 160
раздел i деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	1 623	1 655	1 723
раздел j деятельность в области информации и связи	1 004	1 026	1 047
раздел k деятельность финансовая и страховая	289	292	293
раздел l деятельность по операциям с недвижимым имуществом	1 827	1 854	1 886
раздел m деятельность профессиональная, научная и техническая	2 850	2 894	2 924
раздел n деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	1 174	1 209	1 254
раздел o государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	8	8	9
раздел p образование	342	345	356
раздел q деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	381	379	372
раздел r деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	558	568	592
раздел s предоставление прочих видов услуг	3 687	3 658	3 611
раздел t деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству товаров и оказанию услуг для собственного потребления	8	8	8
раздел u деятельность экстерриториальных организаций и органов	0	0	0
конкретные виды экономической деятельности не установлены	0	0	0
коды видов деятельности, представленные налоговыми органами, отсутствующие в оквэд2	1	1	0

Условия программ поддержки малого бизнеса в Алтайском крае:

Действующие программы поддержки малого предпринимательства ориентированы на компании и организации с определенной численностью сотрудников и размером годового оборота. К малому бизнесу относятся предприятия со штатом не более 100 человек и с максимальным оборотом до 800 млн руб.

Дополнительные требования:

Срок деятельности фирмы – не более 2 лет. Обязательная регистрация субъекта в налоговой. Отсутствие долгов по налогам и социальным отчислениям в Пенсионный фонд, ФОМС, соцстрах. Для получения финансовой помощи на открытие или развитие собственного дела нужно предоставить подробный бизнес-план. Полученные средства важно расходовать по назначению. Так на что же могут рассчитывать алтайские предприниматели, решившиеся открыть собственный бизнес?

Рассмотрим в общих чертах программы господдержки.

- 1. Субсидии от центра занятости.** В рамках этой программы предприниматель может рассчитывать на единовременную помощь от центра занятости (58800 рублей в Алтайском крае)
- 2. Грантовая поддержка.** Данная программа подразумевает оказание помощи от региональных властей. Для получения такой субсидии необходимо подать заявки на конкурс и пройти отбор. В Алтайском крае максимальная сумма составляет 50000 рублей.
- 3. Федеральные программы поддержки.** Данный вид можно разделить на отдельные программы (Минэкономразвитие России, Корпорации МСП, АО «МСП Банк», Минсельхоз России). Проходит конкурс на получение грантов, только в отдельных отраслях.
- 4. Региональные программы поддержки.** Так же подразделяются на отдельные виды, формы и инфраструктуру поддержки. На сайте Алтайского края они подразделяются на: государственные программы, долгосрочные целевые программы, ведомственные целевые программы.

5. **Субсидии на возмещение процентов по кредиту.** В данной ситуации предприниматель может рассчитывать на компенсацию затрат утраченных процентов по кредитам.
6. **Так же можно получить компенсацию расходов на регистрацию.** Вернут деньги затраченные на: госпошлину(800р или 4000р), услуги нотариуса(300-1000р), изготовление печати(400-1200р), услуг правового и технического характера, приобретение бланков, изготовление и штампов и др. На любой возврат денег необходим товарный и кассовый чек.

Структура государственной поддержки малого и среднего бизнеса выглядит таким образом:

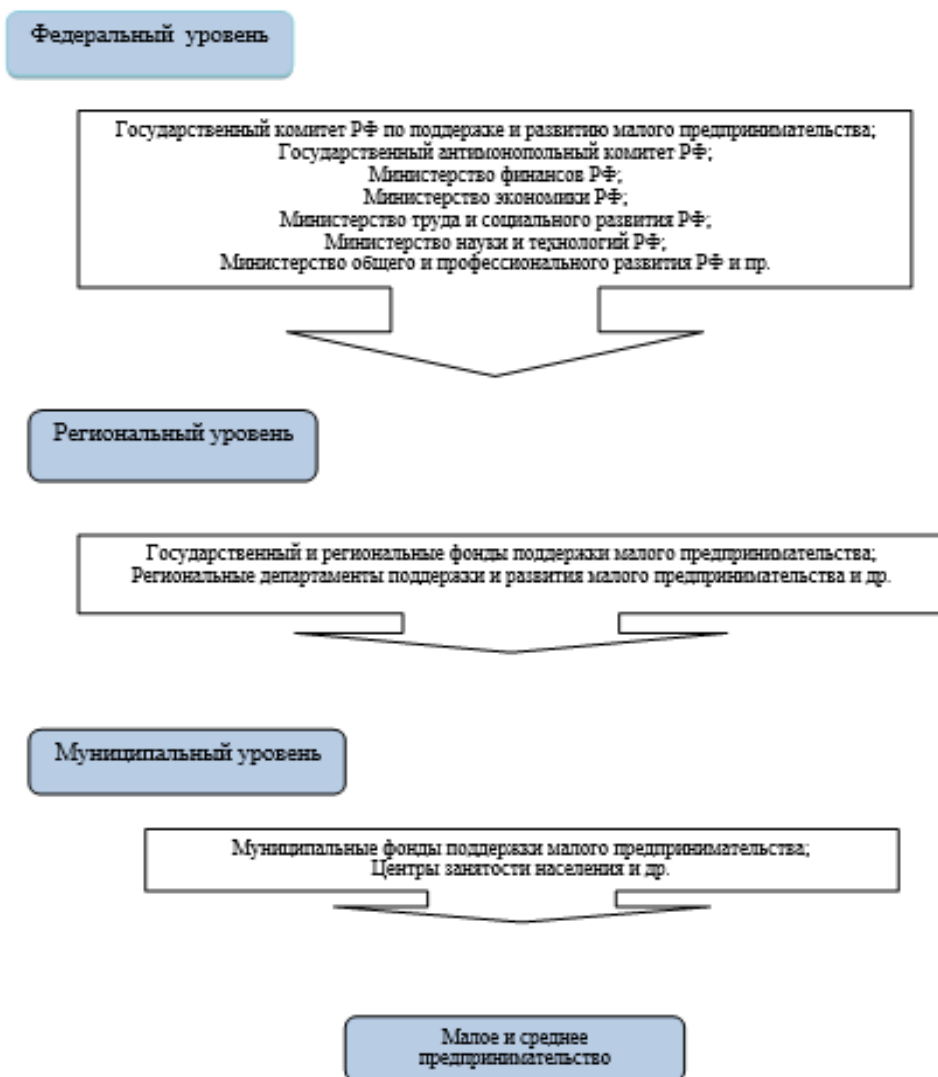


Схема взята с сайта <https://nauchforum.ru/journal/stud/3/19299>

На данный момент малый и средний бизнес поддерживаются, прежде всего, на государственном уровне. Муниципальные образования гораздо меньше участвуют в его развитии, несмотря на то, что этот уровень управления более близок и доступен начинающим предпринимателям. В связи с этим возникает необходимость изменение направления государственной поддержки на муниципальный уровень.

По данным Сбербанка Алтайский край вошел в число регионов, в которых сократилось число предприятий малого и среднего бизнеса. В Алтайском крае этот показатель составляет - 1,32%.

Сокращение малого и среднего бизнеса – результат не только закрытий и банкротств, но и миграции в другие регионы. По данным аналитиков, из-за оттока компаний в другие регионы в августе 2018 года—марте 2019 года Алтайский край потерял 0,12% субъектов малого и среднего бизнеса.

В Алтайском крае показатель активных компаний оказался достаточно низким: 22,85, тогда как в среднем по стране — 27,6 единиц. Это 51-е место среди 70 изученных регионов.

Это спровоцировано проблемами малого и среднего бизнеса в Алтайском крае, основными из которых являются:

- несовершенство законодательства, а так же, налогообложения, регулирующего деятельность малых инновационных предприятий;
- недостаточная поддержка институтами развития инновационной деятельности;
- неумение грамотно донести и раскрыть потенциал и замысел проекта до инвесторов.

Выявленные проблемы достаточно остро влияют на малый бизнес. В связи с этим взят курс на повышение значимости государственной инновационной политики в сфере развития малого и среднего бизнеса.

Пути решения проблем:

- Снижение налоговых выплат
- Выработка способностей к антикризисному мышлению

- Усиление контроля над работой ответственных лиц

Основными целями государственной политики развития деятельности малого и среднего бизнеса являются:

- создание благоприятных условий для предпринимателей;
- обеспечение устойчивого развития малого и среднего бизнеса;
- увеличение доли малого бизнеса в формировании ВВП и ВРП

Осуществление этих целей государством достигается с помощью:

1. Совершенствование и упрощение систем налогообложения для малого бизнеса;
2. Обеспечение доступности форм финансирования;
3. Сокращение количества сертифицируемой продукции;
4. Упрощение и сокращение издержек связанных с административными процедурами.

В соответствии с вышесказанным можно выделить основные виды государственной поддержки.

1. Финансовая. Выдача грантов и субсидий на безвозмездной основе.
2. Имущественная поддержка. Выделение недвижимости на долгий срок для реализации предпринимательской деятельности.
3. Информационно-образовательная. Создание ресурсов для информирования и повышения образования уже работающих или потенциальных предпринимателей.
4. Консультационная. Создание организаций помогающих малому и среднему бизнесу как консультационно, так и юридически.

Таким образом, нужно сказать, в первую очередь, улучшений требует налоговая система. Но, не смотря на недостатки и проблемы государство, старается помочь развитию малого и среднего бизнеса, улучшая условия, то есть, упростив систему налогообложения и помогая материально. Выдача грантов и субсидий довольно благоприятный фактор и скорее всего самый значимый. Не имея средств, предприниматель не сможет открыть свое дело, даже самое маленькое, а банки зачастую отказывают в кредитах для этих

целей. В результате финансовой поддержки государства растет количество малых предприятий, благодаря чему появляются новые рабочие места, а отсутствие рабочих мест является серьезной проблемой края, следовательно, решится ещё одна проблема. Так же увеличиваются суммы налоговых поступлений в бюджет. А, значит, именно общими усилиями алтайских предпринимателей и властей, как государственных, так и муниципальных, будет создаваться модернизация экономики, формирование среднего класса, повышению качества жизни.

Список использованных источников:

1. Сайт Министерства экономики развития [Электронный ресурс] - <http://economy.gov.ru>
2. Научный форум [Электронный ресурс] - <https://nauchforum.ru/journal/stud/3/19299>
3. «Проблемы развития малого бизнеса в России» Т.И. Головастова 2017г.
4. Статья «Госпрограммы поддержки малого бизнеса» [Электронный ресурс] - <https://kontur.ru/articles/4710>
5. Статья по теме «Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в России» [Электронный ресурс] - https://knowledge.allbest.ru/economy/3c0b65625a3ac79a5d43a89521216c27_0.html

Секция №2

ТУРИЗМ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

**REGIONAL ELECTRONIC RESOURCES AS A TOOL OF PROMOTING
A TOURIST PRODUCT OF ALTAI REGION**

Kozmina Tatyana Alexandrovna, student

Goncharova Natalia Gennadyevna, head

Regional state budgetary professional educational institution

«Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul

Annotation. The types of tourism in the Altai Territory are considered, the most common Internet portals with tourist services in the Altai Territory are listed.

Key words: tourist portals, tourism, Internet portals, electronic resources.

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ИНСТРУМЕНТ
ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА АЛТАЙСКОГО КРАЯ**

Козьмина Татьяна Александровна, обучающаяся

Гончарова Наталья Геннадьевна, руководитель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

t.kozmina2002@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены виды туризма в Алтайском крае, перечислены самые распространенные интернет-порталы с предложениями туристических услуг по Алтайскому краю.

Ключевые слова: туристские порталы, туризм, интернет-порталы, электронные ресурсы.

Развитие глобальной сети Интернет разнообразило способы продвижения туристического продукта. Потенциальный турист, готовясь к путешествию, изучает доступную информацию, в первую очередь, это информация, находящаяся в открытом доступе сети Интернет. Соответственно и большинство предприятий туристской индустрии стремятся довести до потенциального клиента как можно больше информации через сеть Интернет. Поэтому электронные ресурсы, а особенно региональные порталы и сайты о туризме, являются одним из инструментов продвижения туристского продукта.

Совершенствование использования электронных ресурсов в индустрии туризма представляет несомненный интерес не только для отдельных туристических предприятий, но и может позитивно повлиять на развитие туристской отрасли в регионе.

В настоящее время Алтайский край является одним из ведущих регионов Сибирского федерального округа по развитию туризма. Разнообразие природных комплексов, наличие уникальных памятников истории и культуры ежегодно привлекают в край сотни тысяч не только российских, но и иностранных туристов. В регионе активно развивается лечебно-оздоровительный, сельский, научно-познавательный, спортивный, событийный, деловой виды туризма.

Спелеотуризм в Алтайском крае. Пещеры Алтайского края издавна привлекали к себе внимание путешественников, ученых, туристов. Особой популярностью пользуются Талдинские, Чарышские пещеры. В Чарышских пещерах многими исследователями найдены останки вымерших животных: мамонта, шерстистого носорога, бизона, пещерной гиены, ископаемого оленя, а также кости тигра, бобра, кабана. Чарышские пещеры расположены в основном в Краснощековском районе по долинам и водоразделам левых притоков Чарыша. Талдинские (Тавдинские) пещеры (левый берег Катуня) находятся в отвесных скалах и утесах, но добраться до них нетрудно. В прошлом Талдинские пещеры служили жильем для человека. Ряд пещер встречается в

бассейне реки Песчаная, недалеко от Солоновки, в сторону д. Карповка, а также большая пещера по р. Барагаш (приток Песчаной).

Конные туры по Алтайскому краю. Алтай известен тем, что здесь в 1971 году Алтайским краевым советом по туризму и экскурсиям был проложен первый в СССР плановый конно-верховой маршрут и только с 1975 года были созданы подобные конные маршруты в Грузии, Башкирии, Адыгее, Карачаево-Черкесии, Чувашии, Восточном Казахстане, на Урале и т.д. Алтай и сегодня является одним из немногих регионов, где до сих пор туристам предлагают большое разнообразие конных маршрутов.

Гастрономические туры. Обряды, праздники, национальная кухня, история и археология – в одной поездке. «Многоликий Алтайский край» - это маршрут, где туристы знакомятся с историей, национальными традициями, гастрономией Алтайского края. В программе тура – посещение событийных мероприятий, уникальных природных и археологических объектов. Маршрут проходит по территории 5 районов

Сплавы по рекам Алтайского края. Алтайский край с его разнообразием и обилием рек - настоящий рай для водного туризма. Здесь возможны путешествия на всех типах туристских судов: от экскурсионных поездок на комфортабельных теплоходах по Оби до спортивного сплава высоких категорий на байдарках, плотах с надувными элементами плавучести, на рафтах и катамаранах.

Велотуризм на Алтае. Широкие возможности Алтайского края в развитии велотуризма определены разветвленной сетью дорог, покрывающих его территорию достаточно равномерно. Главной дорогой края является знаменитый Чуйский тракт, трасса федерального значения (М-52). Многие районные центры связаны регулярным автобусным сообщением с Барнаулом, Бийском, и другими городами края. Широкая дорожная сеть позволяет планировать разнообразные велосипедные походы по Алтаю.

Маршруты для автомототуристов. Автомотопутешествия по Алтаю могут быть различной протяженности и продолжительности. Это походы

выходного дня и многодневные некатегорийные путешествия для автотуристов Алтайского края и прилегающих к нему Новосибирской, Кемеровской и Павлодарской областей. Для автотуристов центральных районов страны поход по Алтаю будет составной частью многотысячекилометрового маршрута дом - Алтай - дом.

Детский туризм. С 2017 года Алтайский край принимает участие в реализации пилотного проекта по экскурсионно-образовательному туризму «Живые уроки». В рамках Международной туристской выставки «Интурмаркет-2017» между Правительством Алтайского края и Российским Союзом Туристской Индустрии было подписано Соглашение о взаимодействии по вопросам развития детского туризма на основе реализации проекта «Живые уроки». Пример тура: туристско-спортивный оздоровительный маршрут «Салаир» (г. Барнаул – ст. Тягун – гора Рассыпная – ст. Тягун – г. Барнаул).

Сегодня самый распространенный способ продвижения регионального туристского продукта это создание, поддержка и продвижение региональных электронных ресурсов (сайтов и порталов о туризме). А одним из самых популярных способов заявить о регионе – это продвигать региональный интернет-портал.

Наиболее распространенные интернет-порталы с предложениями туристических услуг по Алтайскому краю:

1. ВизитАлтай (<http://www.visitaltai.info/>). Информационный портал о туризме. На портале можно ознакомиться с турами, экскурсиями по Алтайскому краю, узнать о разных видах туризма, выбрать объекты для проживания, узнать новости о туристических событиях Алтайского края.

2. Алтай туристский (<https://www.vtourisme.com/>). Туристический портал Алтай туристский — один из крупнейших ресурсов уникальной информации об Алтае. Сайт организован при поддержке Федерации спортивного туризма Алтайского края.

3. Туры на Алтай (<https://www.altai-tour.ru/>). На сайте можно забронировать тур по Алтайскому краю. Удобство этого сайта заключается в

том, что всё находится «под рукой», можно выбирать туры, которые буду в ближайшее время, а можно бронировать и на месяцы вперед. Причём компания подстраивается под ваш бюджет, так же можно связаться с оператором по телефону или SMS-чат, который ответит на все ваши вопросы.

4. АлтайТур.ру (<http://altaitur.ru/>). Портал о туризме и отдыхе на Алтае. Актуальная информация о ценах на турбазах, в санаториях, гостиницах кемпингах, сельских (зелёных) домах, гостиницах. Также Вы узнаете о достопримечательностях и удивительных местах, которые, несомненно, захочется посетить.

5. Алтай-Онлайн (<https://алтай-онлайн.рф>). На сайте можно подобрать и подстроить тур поездку специально под вас. Вы сами выбираете место, куда хотите поехать, дату заезда и выезда с базы, если нужна помощь, всегда работает онлайн-менеджер.

Региональные электронные ресурсы, в частности туристические порталы, являются эффективным инструментом для продвижения регионального туристского продукта. С помощью электронных ресурсов можно не только рекламировать туристический продукт региона, но и на основании исследования сегментов пользователей портала сформировать стратегию по развитию туризма, которая будет ориентирована на увеличение туристического потока в Алтайский край.

SEASONALITY AND SMOOTHING OF SEASONAL FLUCTUATIONS IN THE SPA BUSINESS OF BARNAUL

Khreshkova Elizabeth Evgenevna, the student

Leader: Olga Andreevna Sikorskaya, teacher

Regional state budgetary professional educational institution «Altai

Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul.

Olya200191@yandex.ru

Annotation. The work outlines seasonality, which allows to determine the degree of influence of natural and climatic conditions on the formation of tour flow, to establish the duration of the tourist season, to reveal the factors that determine seasonality in tourism. The ball is considered part of the techniques that allow to estimate the amount of seasonal fluctuations. Seasonality indexes were used for this purpose. The study found that seasonality is a very significant phenomenon in tourism, which should always be taken into account by a competent manager in the work. The work provides recommendations for smoothing seasonal fluctuations in the Spas and resort business in Barnaul.

Keywords: *Natural and climatic conditions, seasonality, spa business, demographic factors, seasonal fluctuations, cyclicity.*

СЕЗОННОСТЬ И СГЛАЖИВАНИЕ СЕЗОННЫХ КОЛЕБАНИЙ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ БИЗНЕСЕ Г. БАРНАУЛА

Хрешкова Елизавета Евгеньевна, обучающийся

Руководитель: Сикорская Ольга Андреевна, преподаватель
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Olya200191@yandex.ru

Аннотация. В работе изложена сезонность, которая позволяет определить степень влияния природно-климатических условий на формирование тур потока, установить продолжительность туристского сезона, раскрыть факторы, обуславливающие сезонность в туризме. Была рассмотрена часть приемов, позволяющих оценить величину сезонных колебаний. Для этого были использованы индексы сезонности.

В ходе исследования было выявлено, что фактор сезонности является весьма значительным явлением в сфере туризма, который всегда должен учитываться грамотным менеджером в работе. В работе даны рекомендации по сглаживанию сезонных колебаний в санаторно-курортном бизнесе г. Барнаула.

Ключевые слова: Сезонность, санитарно-курортный бизнес, демографические факторы, сезонные колебания, цикличность.

Актуальность исследовательской работы заключается в том, что в последнее время успешно стало развиваться лечебно-оздоровительное направление, в реализации которого основная роль принадлежит санаторно-курортной деятельности. Однако, санаторно-курортному бизнесу свойственна цикличность, которая оказывает значимое влияние на финансовый результат деятельности коммерческих организаций данной сферы. Также влияют внешние и внутренние факторы.

Сезонность влияет на эффективность работы санаторно-курортных учреждений. Низкая загрузка и тем более консервация материально-технической базы приводит к значительным убыткам для организации. Поэтому, проблема преодоления сезонного характера работы является, безусловно, актуальной для всех.

Целью исследования является разработка мероприятий по сглаживанию сезонных колебаний в санаторно-курортном бизнесе.

Для достижения поставленной цели, был выделен ряд задач:

1. Раскрыть понятия и выявить основные проблемы сезонного спада на услуги в санаторно-курортном бизнесе;
2. Дать характеристику санаторно-курортному бизнесу в г. Барнаул;
3. Проследить влияние фактора сезонности на деятельность и функционирование в санаторно-курортном бизнесе;
4. Разработать рекомендации по сглаживанию сезонных колебаний в санаторно-курортном бизнесе г. Барнаула.

Объектом исследования является УАКСП санаторий «Барнаульский».

Предметом исследования является сезонность и сглаживание сезонных колебаний в санаторно-курортном бизнесе г. Барнаула.

Деятельности санаторно-курортных учреждений свойственна цикличность (сезонность). Цикличность означает повторяемость основных тенденций и

интенсивности развития. Цикличность может обуславливаться как внешними факторами, так и внутренними, глубинными свойствами рынка [5].

Сезонность – это колебания определенных социально-экономических и финансовых параметров, связанных с периодическими изменениями покупательских потребностей и возможностей различных социальных групп населения, вызванных сезонными факторами.

Можно выделить четыре типа сезонов:

1. Сезон пик – период времени, который в наибольшей степени благоприятен для пребывания гостей, для реализации лечебно-оздоровительных целей или отдыха. Он характеризуется наиболее комфортными условиями пребывания, благоприятными климатическими условиями;

2. Высокий сезон – период повышенной активности гостей, в том числе больных. В это время устанавливаются наиболее высокие цены на путевку. В этом периоде также благоприятны погодные условия весны или лета;

3. Низкий сезон характеризуется снижением деловой активности и потока отдыхающих. Это время не самое благоприятное для рекреации, и именно поэтому цена на лечение и отдых существенно снижена;

4. «мертвый» сезон – так называют период времени, в течение которого на рассматриваемой дестинации можно наблюдать максимально неблагоприятные условия для рекреационной деятельности.

Изучение сезонности позволяет определить степень влияния природно-климатических условий на формирование тур потока, установить продолжительность туристского сезона, раскрыть факторы, обуславливающие сезонность в санаторно-курортном бизнесе [4].

В ходе проведенного исследования на предприятии УАКСП санаторий «Барнаульский» удалось выяснить, что практически ежегодно в зимний период (декабрь и январь) прослеживаются высокие уровни сезонности. Уровень сезонности в эти месяца составляет 0,62 и 0,56%, потому что в санатории

простаивает много номеров. Сравнительно лучше обстоит дело с мая по август, когда практически все места санатория заняты.

Единственным путем решения проблемы сезонности может стать сглаживание ее пиков. Для того чтобы привлечь туристов в межсезонный период или зимний сезон, правительственные организации и туристические фирмы могут осуществить ряд стимулирующих мероприятий [1].

Именно поэтому нами были разработаны некоторые мероприятия и рекомендации, которые помогут санаторно-курортному учреждению сглаживать резкие скачки в предоставлении гостиничных и лечебных услуг.

Для сглаживания сезонных колебаний на предприятии УАКСП санаторий «Барнаульский» даны следующие рекомендации:

1. Предоставить крупным организациям возможность в сезон спада спроса на санаторно-курортные услуги (в ноябре и апреле – это самый низкий сезон) – проводить на территории санатория различные форумы, заседания, мероприятия по оптимально низкой стоимости. Для этого необходимо организовать работу с крупными Алтайскими предприятиями, а также с предприятиями других регионов. К тому же, в УАКСП санаторий «Барнаульский» присутствует киноконцертный и танцевальный залы, конференц-зал [2].

2. Разработать маркетинговый план на низкий сезон, то есть необходимо учитывать, что рекламная компания, начавшая свое действие в марте, даст основной поток клиентов в июле и августе. Соответственно и после окончания рекламной компании эффект спадает через 2-3 месяца.

Здесь важно заранее спланировать рекламные акции, конкурсы и спецпредложения, чтобы выделиться на фоне конкурентов [3].

В рекламной активности, на сезонных рынках, часто используют комбинированную стратегию. В общем виде, акценты могут быть расставлены следующим образом:

- в начале периода подъема – стимулирование сбыта и промоакции;
- на пике подъема – отсутствие рекламы;

- в конце периода подъема – стимулирующая реклама;
- в начале периода спада – стимулирование сбыта;
- при максимальном спаде – имиджевая поддерживающая реклама и PR, точечная реклама для постоянных клиентов (например, рассылки);
- в конце периода спада – стимулирующая реклама, точечная реклама для целевых групп клиентов.

Конечно, эта схема носит довольно условный характер и может серьезно видоизменяться в зависимости от меняющихся условий.

Что касается рекламы в сети интернет, сезонность также может влиять как на повышение, так и на понижение потребительской активности.

Если в период максимальной активности путь выбран правильно, то продвижение сайта в поисковых системах окупится большим числом клиентов, пришедших с сайта.

Список использованных источников:

1. Бирюков Е.С., Развитие туризма в мире и его влияние на экономику. – М.: Экономика, 2016. – 168 с.
2. Бланк И.А., Курортно-туристский комплекс как объект управления. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2016. –146 с.
3. Бойко Н.Г., Гопкало Л.М. Организация гостиничного хозяйства: Учебник. – К.: Киев, нац. торг.-экон. ун-т, 2017. – 448 с.
4. Ваген Л. Гостиничный бизнес: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2016. – 416 с.
5. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. – М.: Нолидж, 2016. – 312 с.

PROMOTION OF HOTEL SERVICES BY ELECTRONIC MARKETING

Geyn Vaselina Andreyevna, a student

Leader: Sikorskaya Olga Andryevna, teacher

RSBPEI «Altai Academy of Hospitality» Barnaul

Olya200191@yandex.ru

Annotation. The research work is devoted to methods for promoting hotel services, the plan for improving them using electronic marketing tools at the example of Hotel Rus LLC has been developed. In the course of achieving this goal, the following tasks were solved: to reveal the main types and methods of promoting hotel services; to analyze the promotion of hotel services in LLC "Hotel Rus"; to develop recommendations for improving the promotion of hotel services through electronic marketing.

Keywords: Electronic marketing, promotion, Internet, hotel services, service, Yandex, Google.

ПРОДВИЖЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ СРЕДСТВАМИ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА

Гейн Васелина Андреевна, обучающийся

Руководитель: Сикорская Ольга Андреевна, преподаватель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Olya200191@yandex.ru

Аннотация. В исследовательской работе были изучены способы продвижения гостиничных услуг и разработан план мероприятий по их совершенствованию по средствам электронного маркетинга на примере ООО «Гостиница Русь». В ходе реализации поставленной цели были решены задачи: раскрыты основные виды и способы продвижения гостиничных услуг; проанализировано продвижение гостиничных услуг в ООО «Гостиница Русь»;

разработаны рекомендации по совершенствованию продвижения гостиничных услуг с помощью электронного маркетинга.

Ключевые слова: Электронный маркетинг, продвижение, Интернет, гостиничные услуги, обслуживание, Яндекс, Google.

Актуальность темы исследовательской работы заключается в том, что на сегодняшний день наблюдается стремительное развитие гостиничной индустрии как одной из наиболее перспективных отраслей народного хозяйства, приносящей большую прибыль.

Для российского рынка гостиничный бизнес представляет огромный потенциал, направленный на развитие экономики страны.

Современная экономическая ситуация в стране диктует условия, при которых важно донести до сознания потребителей преимущества предоставляемых гостиничной индустрией услуг [1]. В данной ситуации в маркетинговой системе огромную роль играет комплекс мер по продвижению услуг, а в условиях конкуренции необходимо разрабатывать мероприятия, которые бы способствовали как росту спроса на гостиничные услуги, так и формированию постоянной клиентской базы [3].

Целью исследовательской работы является изучение способов продвижения гостиничных услуг и разработка плана мероприятий по их совершенствованию посредством электронного маркетинга на примере ООО «Гостиница Русь».

Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- раскрыть основные виды и способы продвижения гостиничных услуг;
- проанализировать продвижение гостиничных услуг в ООО «Гостиница Русь»;
- разработать рекомендации по совершенствованию продвижения гостиничных услуг с помощью электронного маркетинга.

Объектом исследования является ООО «Гостиница Русь».

Предмет исследования – продвижение гостиничных услуг средствами электронного маркетинга.

В ходе анализа было выявлено, что ООО «Гостиница Русь» продвигает свои услуги с помощью интернета, то есть, через социальные сети: Facebook, Instagram, Одноклассники, а также у гостиницы имеется собственный сайт, и конечно же, это системы бронирования [4].

В ходе анализа продвижения гостиничных услуг на предприятии ООО «Гостиница Русь» были выявлены следующие недостатки, в частности:

- 1) Отсутствие CRM-системы, которая смогла бы систематизировать работу сотрудников;
- 2) Отсутствует продвижение услуг посредством всплывающей рекламы в ООО «Гостиница Русь»;
- 3) Дублирование основного сайта, что приводит к дезинформации гостиничных услуг предприятия.

После выявленных недостатков, были предложены следующие рекомендации:

- 1) Необходимо рассмотреть возможность внедрения CRM-системы;
- 2) Сотрудничество с менеджером SMM-продвижения;
- 3) Продвижение рекламы ООО «Гостиница Русь» с помощью поисковых систем, таких как Яндекс и Google.

Для того чтобы разместить свою рекламу в интернете с помощью поисковых систем, нужно обратиться либо в сервис Google Реклама, либо в Яндекс. Директ [2].

Таким образом, рекомендации, разработанные в ходе исследовательской работы достаточно обширны и возможность их применять, как комплексно, так и отдельных элементов.

Список использованных источников:

1 Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: федер. закон от 24 ноября 1996 г. // Правовая справочно-информационная система «Консультант Плюс.

2 Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособие/ Т. А. Беркутова. — Ростов-н/Д: Феникс, 2015. — 254 с.

3 Голубков, Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры: учебник/ Е.П. Голубков. — М.: Дело, 2015. — 292 с.

4 Успенский И.В. Интернет как инструмент маркетинга: учеб. пособие/ И.В. Успенский. — СПб.: БХВ, 2016. — 256 с.

CREATION OF THE TOURIST-RECREATIONAL INTERNATIONAL IMPORTANCE COMPLEX IN THE ALTAI TERRITORY

Berg Zlata Alexandrovna

«Altai State College», Barnaul, student;

zlataberg2208@gmail.com

Annotation. Currently, international tourism is acquiring increasing importance for the world economy and individual countries and regions. One of these regions is the Altai territory, the concept of the strategic development of which is based on the creation of the tourist and recreational international importance complex on the territory of the subject.

The share of tourist gross regional product is more than 6%. Tourism industry evolution is undergoing challenges such as: the development level of tourist infrastructure, not too high quality services and lack of professional staff in the tourism industry sector, insufficient promotion of tourist products in the world and domestic markets.

Keywords: tourism, international tourism, cluster, development.

УДК 338.48

СОЗДАНИЕ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА МЕЖДУНАРОДНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Берг Злата Александровна
КГБПОУ "Алтайский государственный колледж", г. Барнаул,
студент;
zlataberg2208@gmail.com

Аннотация. В настоящее время международный туризм приобретает все большую значимость как для мировой экономики, так и отдельных стран и регионов. Одним из таких регионов является Алтайский край, концепция стратегического развития которого опирается на создание на территории субъекта туристско-рекреационного комплекса международного значения. Доля туристского валового регионального продукта составляет более 6%. Эволюция туристской отрасли перетерпевает такие проблемы, как низкий уровень развития туристской инфраструктуры, не слишком высокое качество обслуживания и недостаток профессиональных кадров секторов туристской индустрии, недостаточное продвижение турпродукта на мировом и внутреннем рынках.

Ключевые слова: туризм, международный туризм, кластер, развитие.

Алтайский край является одним из ведущих регионов Российской Федерации по развитию сферы туризма. Сегодня в крае действует 1006 туристских предприятий: отдых туристов обеспечивают 316 коллективных средств размещения общего назначения; 42 санаторно-курортных учреждения; более 180 сельских гостевых домов; более 170 турбаз и организаций отдыха. В целом количество мест единовременного размещения в регионе составляет порядка 51 тысячи, из них круглогодично – 20,2 тысячи, в том числе в санаторно-оздоровительных учреждениях – 8,8 тысячи.

Решение о выборе туризма в качестве одной из приоритетных отраслей экономики региона должно основываться на глубоком анализе потенциала региона в данной области. Представлено несколько ресурсов такие как:

Трудовые ресурсы:

- a) Наличие трудовых ресурсов
- b) Уровень образования и квалификации
- c) Действующее качество и динамика обучения кадров в области туризма
- d) Этические нормы и менталитет
- e) Ожидаемый уровень заработных плат
- f) Готовность к труду и т.д

Наличие земельных ресурсов:

- a) Природно-ресурсный потенциал
- b) Климатические условия
- c) Экологическая обстановка и охрана окружающей среды
- d) Территориальное расположение
- e) Культурное наследие региона

Капитальные ресурсы:

- a) Инфраструктура средств размещения туристов
- b) Инфраструктура информационных и телекоммуникационных технологий

При этом уровень инфраструктуры средств размещения выделен первым и является важным, чем развитие транспортных средств. так, туристы могут претерпеть некоторые неудобства до места пребывания, будучи уверенны в своих ожиданиях о качестве туристских услуг, в месте размещения.

Итак, выделим сильные стороны Алтайского края в туризме:

- a) Разнообразие ресурсов для развития туризма
- b) Выгодное экономико-географическое положение
- c) Мощная база коллективных средств размещения
- d) Уникальные виды лечебно-оздоровительных процедур

- e) Активное развитие познавательного и культурного туризма
- f) Развитый агропромышленный комплекс
- g) Позитивный образ края
- h) Наличие свободной рабочей силы
- i) Финансирование за счет федерального бюджета

В отношении развития международного туризма важным фактором также является наличие приграничных территорий. Также в крае выявлены слабые стороны:

- a) Недостаточная конкурентоспособность турпродукта по соотношению "цена-качество"
- b) Слабая диверсификация турпотока (около 70%)
- c) Неудовлетворительное состояние транспортной и энергетической инфраструктуры
- d) Низкий уровень развлечений
- e) Слабо налаженные каналы продажи турпродукта
- f) Низкий уровень стандартизации туристских услуг

Приоритетам развития туристско-рекреационного комплекса на территории Алтайского края должно стать развитие внутреннего и въездного туризма следующих видов: рекреационный, культурно-познавательный, деловой, активный, лечебно-оздоровительный, детски оздоровительный, рыболовно-охотничий, экологический, а также сельский туризм.

Достижение поставленной цели в значительной мере зависит от решения следующих задач:

- a) создание и модернизация объектов туристской индустрии, соответствующих мировому уровню;
- b) улучшение качеств туристских и сопутствующих услуг, квалификации персонал и уровня сервиса, соответствующих международным стандартам;

- с) формирование единой маркетинговой стратегии продвижения туристского продукта Алтайского края, формирование имидж Алтайского края как центра всесезонного туризма.

Решение первой задачи будут осуществляться посредством комплексного развития туристской и обеспечивающей инфраструктуру за счет реализации проектов федерального масштаба, формирования систем региональных туристских кластеров, модернизации объектов санаторно-курортного комплекса, которые станут точками роста развития региона, активизировав вокруг себя развитие малого и среднего бизнеса.

Базу для реализации стратегии формирования на территории Алтайского края всесезонного туристического комплекса международного уровня формируют реализуемые и планируемые к реализации инвестиционные проекты.

Одним из таких проектов в ближайшее время может стать отель международной сети Radisson в Барнауле.

Он может появиться на пересечении проспекта Социалистического и улицы Молодежной.

Гостиничная группа Radisson проявила интерес к выходу на рынок Алтайского края, сообщает официальный сайт региона.

По данным портала, 20 сентября в Москве состоялась встреча губернатора края Виктора Томенко с директором по развитию бизнеса RadissonHotelGroup (RHG) Марией Зновой.

"Мы заинтересованы в сотрудничестве. Для развития инфраструктуры, туризма и деловых связей Барнаулу необходима гостиница международного уровня с высокими стандартами обслуживания гостей", – отметил в ходе встречи Виктор Томенко.

Представитель Radisson также заявила об интересе к выходу на гостиничный рынок Барнаула и Алтайского края.

Отмечается, что на правительство края предварительно рассматривает под строительство участок в центральной части Барнаула на пересечении Социалистического проспекта и улицы Молодежной.

Информация о месте для возможной стройки многих натолкнула на мысль о том, что речь идет об участке с холмом в центре города, где сейчас работает парк "Барнаульская крепость" с колесом обозрения.

Судьба этой территории уже некоторое время обсуждается в общественном пространстве краевой столицы – многие опасаются, что Барнаул потеряет еще одно излюбленное у его жителей место для отдыха – вслед за парками "Юбилейный" и "Изумрудный".

Возведением здания может заняться компания "ПремиумСтрой-Алтай", сдавшая в эксплуатацию в 2019 году в Барнауле клинический лечебно-реабилитационный центр "Территория здоровья".

Radisson Hotel Group — одна из крупнейших гостиничных компаний, в которую входят восемь различных брендов и более 1400 действующих и строящихся отелей в 114 странах мира.

Стратегической целью социально-экономического развития Алтайского края в сфере туризма является создание всесезонного туристического комплекса международного уровня, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественны туристских услугах.

Список использованных источников

- 1.<https://cyberleninka.ru/article/v/perspektivy-i-problemy-razvitiya-mezhdunarodnogo-turizma-na-primere-altayskogo-kraya>
2. http://www.econom22.ru/upload/iblock/f3c/Zakon86-zs_121121.pdf
- 3.<https://tolknews.ru/news/22100-gruppa-kompanij-radisson-mozet-postroit-gostinicu-v-barnaule>

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОМ РЕГИОНЕ

Корженгулова Камал Алишевна,

преподаватель общеобразовательных дисциплин КГКП «Колледж бизнеса и
сервиса» Казахстан Восточно-Казахстанской области г. Семей

Аннотация: в докладе обозначены особенности развития экологического туризма в Восточно-Казахстанской области. Автор приходит к выводу, что Восточный Казахстан – один из регионов, наиболее перспективных для организации экологических туров.

Ключевые слова: экотуризм, приоритетное направление, Восточный Казахстан, обширная территория, нетронутая природа, огромный потенциал

Одной из основных целей, указанных в Послании Главы государства народу Казахстана, является развитие туризма - актуальное и приоритетное направление для каждого региона нашей страны [1].

На сегодняшний день для всех регионов мира главной задачей является разработка новых подходов к решению задач сохранения природной среды, и Восточно-Казахстанская область не исключение.

Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится сейчас значимым сектором экономики.

Анализ туристского рынка Казахстана, проведенный Казахстанской Туристской Ассоциацией (КТА) и экспертами компании IPK показал, что Казахстан обладает огромным потенциалом нетронутой природы с большим количеством национальных парков и заповедников, а также выдающимся культурным наследием [2].

Результаты исследования и опроса (около 10000 анкет), проведенные в некоторых европейских странах, таких как Германия, Великобритания, Франция, Южная Корея и Япония показали, что среди иностранцев присутствует высокая заинтересованность в турах именно в Казахстан.

Одним из самых востребованных видов туризма является экологический туризм. Таким видом туризма часто занимаются и молодые люди, и люди в возрасте, любящие активный отдых [3].

Имеется несколько видов экотуризма, к которым можно отнести:

1. Природный туризм – направлен на освоение природы (горы, леса, пещеры);
2. Биотуризм – объектом данного вида экологического туризма является проявление природы;
3. Экотуризм – объекты – культурные места, природные, антропогенные ландшафты, где культура полностью соединена с окружением.

На основе вышеизложенного рассмотрим развитие экологического туризма Восточного Казахстана в связи с возрастающим интересом экотуристов к данному региону, являющийся на сегодняшний день одним из новых и динамично развивающихся секторов мировой туристской отрасли.

Как известно, Восточный Казахстан многим известен своим богатым рекреационным потенциалом, складывающимся из уникальных природных и исторических объектов. Это и высочайшая гора Сибири Белуха, почитаемая как священная у многих народов, живших здесь; единственный в мире по значимости и размерам геологический Тарханский разрез. Большой интерес вызывают реликтовые и эндемичные растения региона; огромные массивы наскальных рисунков, не имеющих аналогов в мире; обширные могильные комплексы, в том числе Зевакинские и Берельские. Разнообразна природа этого региона. На юго-востоке поднимаются хребты Саур и Тарбагатай, а между ними и Южным Алтаем раскинулась Зайсанская котловина. Реки Восточного Казахстана - правые притоки Иртыша Курчум, Бухтарма, Уба, Ульба – бурные, полноводные, таят в себе не только богатейшие запасы энергии, но и места для экстремального отдыха. Ниже Усть-Каменогорска до Семей Иртыш протекает по широкой долине. [4].

Интересной особенностью Восточного Казахстана является возможность изучения всех видов ландшафта, имеющегося в Центральной Азии на сравнительно небольшой площади. Необычное географическое и

геополитическое положение в равной степени с уникальным ландшафтом перекликается с разнообразной культурой и традициями. В одной туристической поездке туристы смогут увидеть культуру исконных кочующих казахов, представителей рыболовов, старожил, а также могут посетить маралью ферму. Все эти факторы подарят каждому туристу интереснейшее, разнообразное, динамичное и незабываемое путешествие.

Восточный Казахстан – самый биоразнообразный регион т.к. включает в себя 24 национальных заповедника, общая площадь которых составляет 6% от всей территории Восточно-Казахстанского региона. Особого внимания заслуживает территория Казахстанского Алтая, являющегося частью Алтайско-Саянского экологического региона [2].

Благодаря своему уникальному ландшафту и биологическому разнообразию, данный регион входит в список 200 приоритетных глобальных экологических регионов, определенных Международной Организацией «WWF Living Planet». Восточный Казахстан известен великолепным медом. По разнообразию и красоте природных высокогорных ландшафтов, богатству животного и растительного мира, наличию бурных рек, шумных и стремительных водопадов, целебных источников и других достопримечательностей особо выделяется Катон-Карагайский район. В самом сердце Алтайских гор между двумя живописными озерами, на дне каменной чаши расположились знаменитые «Рахмановские ключи».

Основными популярными туристскими и рекреационными зонами Восточно-Казахстанского региона являются: Северо-Восточная (Белухинская), Восточная (о. Маркаколь), Центральная (г. Усть-Каменогорск, Бухтарминское побережье), Северная (г. Риддер), Западная (г. Семей), Южная (о. Алаколь).

Развитие экологического туризма в Восточно-Казахстанском регионе будет способствовать успешному развитию всего природохозяйственного комплекса региона, а также достижению главной социально-экономической цели региона – обеспечения населения благоприятными условиями

окружающей среды как определяющего фактора здорового образа жизни и устойчивого развития общества [3].

Экологический туризм преследует цели сохранения природной среды в естественном состоянии и приносит при этом определенную прибыль, удовлетворяя интересы местных жителей.

Неотъемлемой характеристикой экотуризма является экологическое просвещение, которое включает два аспекта:· информационный – получение знаний о природе и культуре территорий, экологических закономерностях и т.п.; этический – формирование экологического менталитета – уважение и понимание природы и традиционных культур, осознание необходимости их сохранения. Развитие экотуризма является наиболее совершенным и, пожалуй, единственным путем снижения отрицательного воздействия на экосистемы в результате туристской деятельности.

Самая главная проблема развития экологического туризма в регионе заключается в том, что на настоящий момент отсутствует государственная программа по развитию экотуризма, а, следовательно, отсутствует государственная поддержка этого направления. В то же время нельзя говорить, что экологический туризм в регионе совсем не развит. Существуют учреждения, неправительственные организации, занимающиеся вопросами развития экологического туризм, разрабатывающие на своих территориях экомаршруты с целью развития экотуризма.

Современной биологической наукой установлено, что глобальное нарушение экологического равновесия неминуемо влечет за собой катастрофические последствия для окружающей среды, которая является составной частью биосферы. Главная задача сохранения биологического разнообразия, определенная настоящей Конвенцией – это, прежде всего, сохранение всего многообразия микроорганизмов, растительного и животного мира, а также естественных экологических систем, недопущение их потерь в результате хозяйственной и иной деятельности.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что Восточный Казахстан – это регион с уникальным по своему красочному виду ландшафтом и природно-климатическим условиям. Природное разнообразие и разноплановость культур подтверждает статус туристически привлекательного региона. Здесь созданы все условия для развития туристического продукта, характеризующегося динамичностью и разнообразием.

Как показали итоги исследований туристского потенциала, Восточно-Казахстанский регион имеет большие возможности для развития экологического туризма. Его основу составляют уникальные природные условия и ландшафты, многочисленные природные, исторические памятники, культурное и этническое наследие народов. Однако, несмотря на то, что экологический туризм отличается от других видов туризма незначительным воздействием на природную среду и не нуждается в особо развитой инфраструктуре, деятельность в этом направлении сталкивается с серьезными трудностями в связи с тем, что большей частью рекреационно-туристская инфраструктура находится все еще на этапе становления. Экономический потенциал экологического туризма практически неограничен, однако для его становления и развития потребуются значительные капиталовложения и затраты. Создание необходимой инфраструктуры для экологического туризма позволит обеспечить доступность уникальных уголков природы для туристов. Необходимо создать условия для привлечения инвестиций и частного капитала с целью реализации инвестиционных проектов по объектам экологического туризма, таких, как строительство туристского комплекса на Рахмановских ключах, в районе горы Белухи в Восточно-Казахстанской области, строительство лечебно-оздоровительных комплексов, баз отдыха на озерах Маркаколь, Алаколь.

Следовательно, на основе уже изученной литературы можно сделать вывод, что привлекательность Восточно-Казахстанского региона определяется, прежде всего, тем, что природа на огромной территории сохранилась в естественном, практически неизменном состоянии. Высокая степень

пейзажности и эстетическая привлекательность ландшафтов, обилие интересных для познания природных объектов, а также своеобразие флоры и фауны позволяют признать, что Восточный Казахстан – один из регионов, наиболее перспективных для организации экологических туров. При условии грамотного развития экологический туризм может сыграть не последнюю роль в разрешении современного социально-экономического кризиса. Развитие экотуризма в Восточно-Казахстанском регионе нуждается в новых импульсах. Восточный Казахстан обладает обширными территориями с нетронутой природой. В последние годы наметилась тенденция к развитию этого вида туризма [5].

Именно, развитие экотуризма поможет сохранить природную красоту уникальных территорий Восточного Казахстана. Доходы от экологического туризма внесут вклад в развитие экономики, а рациональное использование природных и культурно-исторических туристских ресурсов позволит избежать многих негативных последствий массового туризма. Таким образом, реализация имеющегося потенциала возможна только при условии системного и комплексного подхода к решению проблем, сдерживающих развитие туризма [6].

Список использованных источников:

1. Кутузов А.В. Роль экологического туризма в формировании новой системы принципов отношения к окружающей среде // Материалы 13-й международной конференции молодых ученых 26-30 декабря 2002г. «Человек. Природа. Общество. Актуальные проблемы». — Санкт-Петербург, 2002
2. Бектимирова Н.Н. Аспекты аттрактивности в туристском продукте Казахстана. Алматы, 2003. –146 с.
3. Лукичев А. Б. Сущность устойчивого и экологического туризма // Российский Журнал Экотуризма. —2011.
4. Шайкенова Р.Р., Мамутова К.Р. // Сборник статей Всероссийской научно-практ. конф. «Экономический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития», Хабаровск, 2009.

Development of tourism in Novosibirsk region

Leskova Arina Andreevna, 2nd year student, Osipova Anna Valeryevna, teacher

College of architecture and construction, Novosibirsk

anna_osipova_74@mail.ru

Keyword: tourism, tourism and recreational potential, types of tourism, sports children's tourism

Annotation: Tourism is one of the fastest growing sectors of the economy. The article discusses the main trends in tourism development, the possibility of using the recreational and tourist potential of Novosibirsk region, the experience of the children's organization " Station of young tourists»

Развитие туризма в Новосибирской области

Лескова Арина Андреевна, студентка 2 курса, Осипова Анна Валерьевна, преподаватель, ГАПОУ НСО «Новосибирский архитектурно-строительный колледж», г. Новосибирск anna_osipova_74@mail.ru

Ключевые слова: туризм, туристско-рекреационный потенциал, виды туризма, спортивный детский туризм, Новосибирская область

Аннотация: Туризм является одной из динамично развивающихся отраслей экономики. В статье рассмотрены основные тенденции развития туризма, возможности использования рекреационно-туристического потенциала Новосибирской области, опыт работы МОУ ДОД «Станция юных туристов»

Зарождение туризма в мире было обусловлено его социально-экономическим значением для человека, необходимостью удовлетворения потребностей в активном отдыхе, рекреации, обучении, установлении деловых связей, паломничестве и т.п.

Потребности в туристских услугах с развитием общества, ускорением темпа жизни становятся все более ярко выраженными, а оказание услуг по их удовлетворению - все более востребованным.

Туризм вносит весомый вклад как в развитие мировой экономики, так и отдельных стран и территорий. В среднем, на долю туристического сектора приходится 10,4% мирового ВВП. В 2017 году туристический рынок стал самым быстрорастущим. Темпы прироста данного сектора в 1,5 раза превысили данный показатель мировой экономики в целом и составили 4,6%, обогнав промышленное производство (+4,2%), розничную и оптовую торговлю (+3,4%), сельское, лесное хозяйство и рыболовство (+2,6%) и финансовые услуги (+2,5%). Развитие туристической индустрии способствует созданию рабочих мест. Так, в 2017 году в секторе туризма и путешествий было создано 20% всех новых рабочих мест в мире.

Особенностью индустрии туризма является то, что данная отрасль способствует развитию общественного питания, гостиничных и медицинских услуг, транспорта и логистики, а также общей инфраструктуры, созданию новых рабочих мест. Причем качественные услуги в данном направлении могут предложить не только развитые, но и развивающиеся страны. Для ряда государств туризм является ключевой отраслью экономики. К самым «туризмозависимым» странам можно отнести Мальдивы - прямой вклад туризма в ВВП - 39,6%, Британские Виргинские острова (35,4%), Макао (29,3%), Арубу (28,1%), Сейшельские острова (26,4%).

Для сравнения: прямой вклад туризма в ВВП Великобритании оценивается в 3,7%, в США этот показатель находится на уровне 2,6%, в России – 1,24%.

Экономика России не является зависимой от туризма. Общий вклад туризма в ВВП России в 2017 году составил 4,4 трлн рублей (4,8% от общего объема ВВП). На протяжении последних 6 лет доля туризма в ВВП РФ остается стабильной.

По результатам исследований Всемирного экономического форума, Россия занимает 63-е место в мире по уровню развития туризма.

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично. Отмечается ежегодный рост туристского потока. Так, внутренний турпоток в России по итогам туристического сезона 2018 года увеличился на 25%, выездной вырос на 10%.

Россия располагает огромным потенциалом для развития как внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. Одним из регионов нашей страны, для которых развитие туризма считается одним из приоритетных направлений, является Новосибирская область.

Новосибирск - третий по населению город России, административный центр Новосибирской области, один из крупнейших промышленных, культурных и научных центров страны - расположен на пересечении крупнейших транспортных магистралей.

Анализируя конкурентноспособность Новосибирской области, справедливо отметить, что область обладает значительным потенциалом для развития как отдельных видов туризма, так и рынка туристических услуг в целом (рис.1).

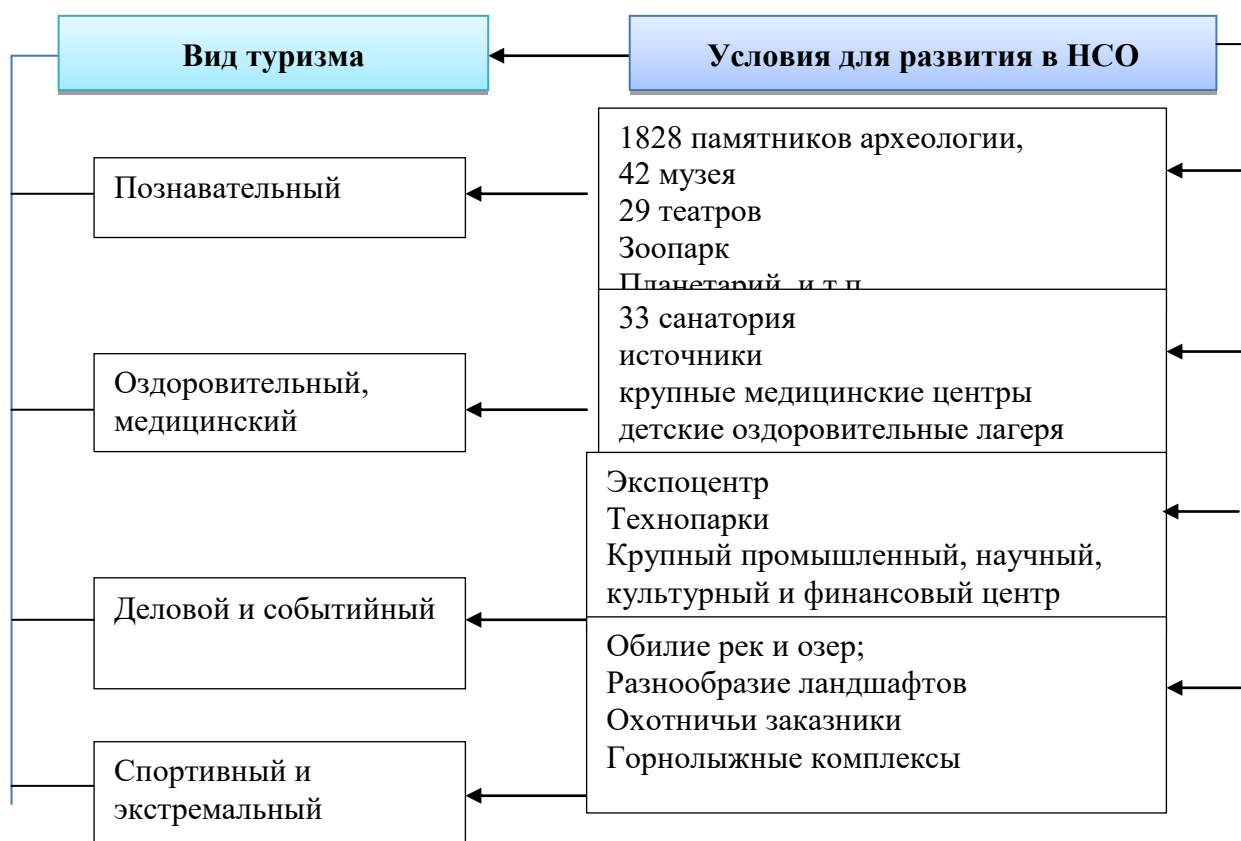


Рисунок 1 – Виды туризма в НСО

К факторам, способствующим развитию туризма в регионе, можно отнести:

- выгодное природно-географическое и транспортное положение;
- богатую флору и фауну, наличие подземных минеральных вод и лечебных грязей;
- разнообразие природных зон и ландшафтов;
- обилие водных ресурсов;
- наличие памятников истории и культуры, археологических объектов, музеев, театров и др.
- высокий научный и выставочно-ярмарочный потенциал;
- потенциал Новосибирска как административного центра Сибирского Федерального Округа и финансового центра и др.

Таким образом, имеющийся туристско-рекреационный потенциал способствует развитию в области практически всех видов туризма.

Не случайно, в государственной программе Новосибирской области «Стимулирование инвестиционной и инновационной активности Новосибирской области на 2015-2021 годы», в качестве одного из важных направлений развития региона обозначено формирование и развитие туристско-рекреационного кластера. В 2017 году спрос на поездки в Новосибирск у иностранцев вырос на 56 %, город вошел в пятерку популярных российских городов среди иностранцев. За период 2015-2017гг рейтинг туристической привлекательности Новосибирской области поднялся с 43 места до 20. О росте привлекательности региона свидетельствует увеличение туристического потока, прежде всего иностранных туристов, и рост объемов оказанных туристических услуг, что отражено на рис. 2 и 3.

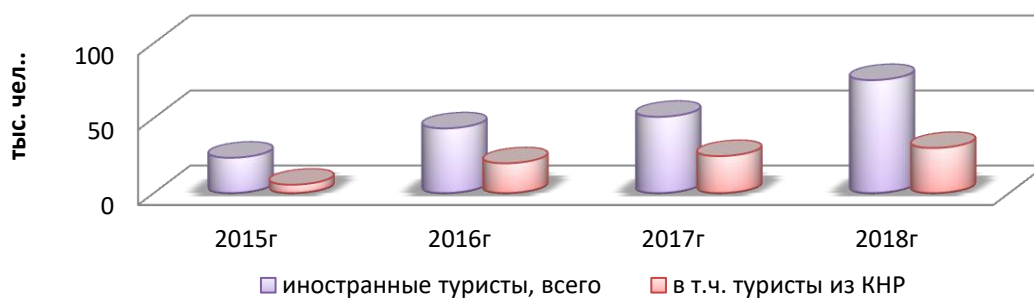


Рисунок 2 - Количество иностранных туристов , посетивших НСО

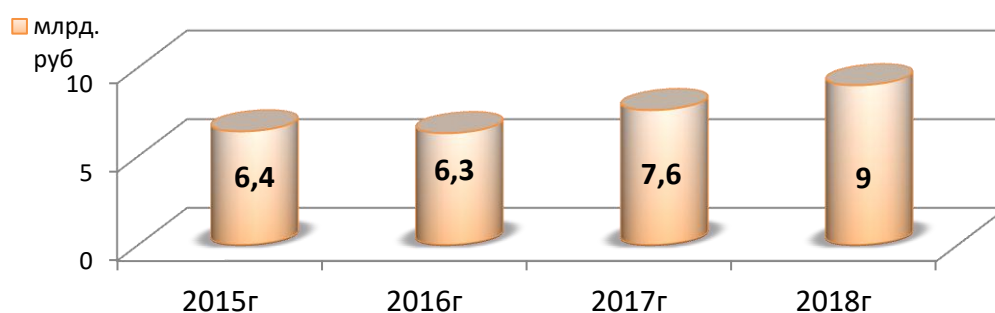


Рисунок 3 - Объем оказанных туристических услуг

В 2018 году на территории Новосибирской области официально работали 342 турфирмы, что на 27% больше, чем в 2015г.

В настоящее время в Новосибирской области активно развиваются различные виды туристской индустрии, среди которых наиболее популярными можно считать оздоровительный, деловой, познавательный и экстремальный горнолыжный туризм. Одним из перспективных видов туризма можно считать спортивный туризм, в т.ч. детский, который создаёт возможности повышения физического и духовного потенциала ребёнка, уровня знаний и умений, удовлетворение потребностей детей в самовыражении и творчестве, общении с людьми и природой.

Среди районов области данное направление хорошо представлено в Искитимском районе, который простирается от плодородных лесостепных равнин до отрогов Салаирского кряжа. На его территории начинается большинство спортивных маршрутов, проложенных по Салаиру, проходит сплав по рекам Бердь, Ик, Каракан. В Салаире есть несколько пещер. Выход к Обскому морю предоставляет возможности для развития осуществления

парусных маршрутов. Обладая широким спектром рекреационных ресурсов, Искитимский район потенциально может считаться лидером в производстве и продвижении на рынок внутреннего туристского продукта.

В 2007г в районе была создана Искитимская районная общественная организация туристов «КАСта». Основными направлениями работы которой являются:

- осуществление туристско-оздоровительной деятельности;
- пропаганда здорового образа жизни семьи и детей;
- организация активного отдыха, разработка, продвижение и обслуживание туристических маршрутов по району;
- разработка обучающих и образовательных программ по подготовке туристов.

Для успешного развития детского спортивного туризма большое значение имеет наличие профессиональных инструкторов, по подготовке которых Искитимский район занимает одно из ведущих мест.

В районе 17 лет работает МОУ ДОД «Станция юных туристов». В рамках работы СЮТур разрабатываются авторские программы, проводятся туристические массовые мероприятия, организуются походы и экспедиции. За период многолетней работы СЮТура, обучение прошло более 6000 детей по видам туризма, программам и различным направлениям. Реализовано множество проектов, грантов районного и областного масштаба. Начиная с 1994 г. Искитимская СЮТур, первая в России, начала проводить детский туристический лагерь «Сталкер», работа которого направлена на обучение детей и подростков туризму, приобретению навыков по преодолению препятствий и командной работе, умениям оказать первую медицинскую помощь, формированию чувства любви к родному краю и ответственности.

На основе договора, заключенного с федеральным центром детского юношеского туризма в районе осуществляется совместная работа по подготовке и проведению школы инструкторов детского и юношеского туризма – руководителей молодежных и детских туристских походов по родному краю.

Школа помогает решить проблемы дефицита туристских кадров и повысить профессионализацию туристской отрасли.

Для популяризации детского спортивного туризма в районе активно ведется кружковая работа. Одна из таких групп – «Феникс» - успешно работает в поселке ст. Евсино под руководством Шаманаева Валерия Олеговича. За последние 5 лет группа под его руководством прошла 13 категорийных пеших и водных походов различного уровня сложности, а ее участники неоднократно становилась призёрами различного уровня соревнований. В 2017 г. двое участников группы стали младшими инструкторами. В настоящее время в составе группы занимается более 20 человек в возрасте 7-18 лет.

СЮТур принимает активное участие в открытом молодежном фестивале туризма «Турфест», который ежегодно проводится в Новосибирской области. Основной целью фестиваля является привлечение молодежи посредством спортивного туризма к занятиям активным туризмом и здоровому образу жизни, подготовить к походам средней категории сложности и решению различных экстремальных ситуаций, которые могут возникнуть во время похода.

Подобные формы организации туризма не только способствуют развитию данного вида деятельности, но и позволяют создать условия для удовлетворения потребностей населения в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщения к культурным ценностям, познания территории, позволяет повысить привлекательность региона.

Список использованных источников

1. Вестник АТОР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/42635.html>
2. Искитимский район - центр туризма Новосибирской области. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bsiskitim.ru/bd/>
3. О Стратегии социально-экономического развития Новосибирской области на период до 2030 года

4. О развитии туристической индустрии Новосибирской области -
[Электронный ресурс] – Режим доступа:
<https://econom.nso.ru/sites/econom.nso.ru>
5. <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/56590/>
6. Федеральная служба государственной статистики. Раздел туризм.
[Электронный ресурс] – Режим доступа:
<http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cg>

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОМ РЕГИОНЕ

Корженгулова Камал Алишевна,
преподаватель общеобразовательных дисциплин КГКП «Колледж бизнеса и
сервиса» Казахстан Восточно-Казахстанской области г. Семей

Аннотация: в докладе обозначены особенности развития экологического туризма в Восточно-Казахстанской области. Автор приходит к выводу, что Восточный Казахстан – один из регионов, наиболее перспективных для организации экологических туров.

Ключевые слова: экотуризм, приоритетное направление, Восточный Казахстан, обширная территория, нетронутая природа, огромный потенциал

Одной из основных целей, указанных в Послании Главы государства народу Казахстана, является развитие туризма - актуальное и приоритетное направление для каждого региона нашей страны [1].

На сегодняшний день для всех регионов мира главной задачей является разработка новых подходов к решению задач сохранения природной среды, и Восточно-Казахстанская область не исключение.

Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится сейчас значимым сектором экономики.

Анализ туристского рынка Казахстана, проведенный Казахстанской Туристской Ассоциацией (КТА) и экспертами компании IPK показал, что Казахстан обладает огромным потенциалом нетронутой природы с большим количеством национальных парков и заповедников, а также выдающимся культурным наследием [2].

Результаты исследования и опроса (около 10000 анкет), проведенные в некоторых европейских странах, таких как Германия, Великобритания, Франция, Южная Корея и Япония показали, что среди иностранцев присутствует высокая заинтересованность в турах именно в Казахстан.

Одним из самых востребованных видов туризма является экологический туризм. Таким видом туризма часто занимаются и молодые люди, и люди в возрасте, любящие активный отдых [3].

Имеется несколько видов экотуризма, к которым можно отнести:

1. Природный туризм – направлен на освоение природы (горы, леса, пещеры);
2. Биотуризм – объектом данного вида экологического туризма является проявление природы;
3. Экотуризм – объекты – культурные места, природные, антропогенные ландшафты, где культура полностью соединена с окружением.

На основе вышеизложенного рассмотрим развитие экологического туризма Восточного Казахстана в связи с возрастающим интересом экотуристов к данному региону, являющийся на сегодняшний день одним из новых и динамично развивающихся секторов мировой туристской отрасли.

Как известно, Восточный Казахстан многим известен своим богатым рекреационным потенциалом, складывающимся из уникальных природных и исторических объектов. Это и высочайшая гора Сибири Белуха, почитаемая как священная у многих народов, живших здесь; единственный в мире по значимости и размерам геологический Тарханский разрез. Большой интерес вызывают реликтовые и эндемичные растения региона; огромные массивы наскальных рисунков, не имеющих аналогов в мире; обширные могильные комплексы, в том числе Зевакинские и Берельские. Разнообразна природа

этого региона. На юго-востоке поднимаются хребты Саур и Тарбагатай, а между ними и Южным Алтаем раскинулась Зайсанская котловина. Реки Восточного Казахстана - правые притоки Иртыша Курчум, Бухтарма, Уба, Ульба – бурные, полноводные, таят в себе не только богатейшие запасы энергии, но и места для экстремального отдыха. Ниже Усть-Каменогорска до Семья Иртыш протекает по широкой долине. [4].

Интересной особенностью Восточного Казахстана является возможность изучения всех видов ландшафта, имеющегося в Центральной Азии на сравнительно небольшой площади. Необычное географическое и геополитическое положение в равной степени с уникальным ландшафтом перекликается с разнообразной культурой и традициями. В одной туристической поездке туристы смогут увидеть культуру исконных кочующих казахов, представителей рыболовов, старожил, а также могут посетить маралью ферму. Все эти факторы подарят каждому туристу интереснейшее, разнообразное, динамичное и незабываемое путешествие.

Восточный Казахстан – самый биоразнообразный регион т.к. включает в себя 24 национальных заповедника, общая площадь которых составляет 6% от всей территории Восточно-Казахстанского региона. Особого внимания заслуживает территория Казахстанского Алтая, являющегося частью Алтайско-Саянского экологического региона [2].

Благодаря своему уникальному ландшафту и биологическому разнообразию, данный регион входит в список 200 приоритетных глобальных экологических регионов, определенных Международной Организацией «WWF Living Planet». Восточный Казахстан известен великолепным медом. По разнообразию и красоте природных высокогорных ландшафтов, богатству животного и растительного мира, наличию бурных рек, шумных и стремительных водопадов, целебных источников и других достопримечательностей особо выделяется Катон-Карагайский район. В самом сердце Алтайских гор между двумя живописными озерами, на дне каменной чаши расположились знаменитые «Рахмановские ключи».

Основными популярными туристскими и рекреационными зонами Восточно-Казахстанского региона являются: Северо-Восточная (Белухинская), Восточная (о. Маркаколь), Центральная (г. Усть-Каменогорск, Бухтарминское побережье), Северная (г. Риддер), Западная (г. Семей), Южная (о. Алаколь).

Развитие экологического туризма в Восточно-Казахстанском регионе будет способствовать успешному развитию всего природохозяйственного комплекса региона, а также достижению главной социально-экономической цели региона – обеспечения населения благоприятными условиями окружающей среды как определяющего фактора здорового образа жизни и устойчивого развития общества [3].

Экологический туризм преследует цели сохранения природной среды в естественном состоянии и приносит при этом определенную прибыль, удовлетворяя интересы местных жителей.

Неотъемлемой характеристикой экотуризма является экологическое просвещение, которое включает два аспекта: информационный – получение знаний о природе и культуре территорий, экологических закономерностях и т.п.; этический – формирование экологического менталитета – уважение и понимание природы и традиционных культур, осознание необходимости их сохранения. Развитие экотуризма является наиболее совершенным и, пожалуй, единственным путем снижения отрицательного воздействия на экосистемы в результате туристской деятельности.

Самая главная проблема развития экологического туризма в регионе заключается в том, что на настоящий момент отсутствует государственная программа по развитию экотуризма, а, следовательно, отсутствует государственная поддержка этого направления. В то же время нельзя говорить, что экологический туризм в регионе совсем не развит. Существуют учреждения, неправительственные организации, занимающиеся вопросами развития экологического туризма, разрабатывающие на своих территориях экомаршруты с целью развития экотуризма.

Современной биологической наукой установлено, что глобальное нарушение экологического равновесия неминуемо влечет за собой катастрофические последствия для окружающей среды, которая является составной частью биосферы. Главная задача сохранения биологического разнообразия, определенная настоящей Конвенцией – это, прежде всего, сохранение всего многообразия микроорганизмов, растительного и животного мира, а также естественных экологических систем, недопущение их потерь в результате хозяйственной и иной деятельности.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что Восточный Казахстан – это регион с уникальным по своему красочному виду ландшафтом и природно-климатическим условиям. Природное разнообразие и разноплановость культур подтверждает статус туристически привлекательного региона. Здесь созданы все условия для развития туристического продукта, характеризующегося динамичностью и разнообразием.

Как показали итоги исследований туристского потенциала, Восточно-Казахстанский регион имеет большие возможности для развития экологического туризма. Его основу составляют уникальные природные условия и ландшафты, многочисленные природные, исторические памятники, культурное и этническое наследие народов. Однако, несмотря на то, что экологический туризм отличается от других видов туризма незначительным воздействием на природную среду и не нуждается в особо развитой инфраструктуре, деятельность в этом направлении сталкивается с серьезными трудностями в связи с тем, что большей частью рекреационно-туристская инфраструктура находится все еще на этапе становления. Экономический потенциал экологического туризма практически неограничен, однако для его становления и развития потребуются значительные капиталовложения и затраты. Создание необходимой инфраструктуры для экологического туризма позволит обеспечить доступность уникальных уголков природы для туристов. Необходимо создать условия для привлечения инвестиций и частного капитала с целью реализации инвестиционных проектов

по объектам экологического туризма, таких, как строительство туристского комплекса на Рахмановских ключах, в районе горы Белухи в Восточно-Казахстанской области, строительство лечебно-оздоровительных комплексов, баз отдыха на озерах Маркаколь, Алаколь.

Следовательно, на основе уже изученной литературы можно сделать вывод, что привлекательность Восточно-Казахстанского региона определяется, прежде всего, тем, что природа на огромной территории сохранилась в естественном, практически неизменном состоянии. Высокая степень пейзажности и эстетическая привлекательность ландшафтов, обилие интересных для познания природных объектов, а также своеобразие флоры и фауны позволяют признать, что Восточный Казахстан – один из регионов, наиболее перспективных для организации экологических туров. При условии грамотного развития экологический туризм может сыграть не последнюю роль в разрешении современного социально-экономического кризиса. Развитие экотуризма в Восточно-Казахстанском регионе нуждается в новых импульсах. Восточный Казахстан обладает обширными территориями с нетронутой природой. В последние годы наметилась тенденция к развитию этого вида туризма [5].

Именно, развитие экотуризма поможет сохранить природную красоту уникальных территорий Восточного Казахстана. Доходы от экологического туризма внесут вклад в развитие экономики, а рациональное использование природных и культурно-исторических туристских ресурсов позволит избежать многих негативных последствий массового туризма. Таким образом, реализация имеющегося потенциала возможна только при условии системного и комплексного подхода к решению проблем, сдерживающих развитие туризма [6].

Список использованных источников:

1. Кутузов А.В. Роль экологического туризма в формировании новой системы принципов отношения к окружающей среде// Материалы 13-й

международной конференции молодых ученых 26-30 декабря 2002г. «Человек. Природа. Общество. Актуальные проблемы».—Санкт-Петербург, 2002

2.Бектимирова Н.Н. Аспекты аттрактивности в туристском продукте Казахстана. Алматы, 2003. –146 с.

3.Лукичев А. Б.Сущность устойчивого и экологического туризма // Российский Журнал Экотуризма.—2011.

4.Шайкенова Р.Р., Мамутова К.Р. // Сборник статей Всероссийской научно-практ. конф. «Экономический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития», Хабаровск, 2009.

COUCHSURFING AS AN ALTERNATIVE WAY OF ECONOMICAL TRAVEL IN THE NOVOSIBIRSK REGION AND THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP THROUGH COUCHSURFING SITES.

Goldobina Lyudmila Anatolyevna, 2nd year student, specialty 08.02.11 "

Management, maintenance and operation of an apartment building»

Nizhnikova Irina Yakovlevna, teacher of special disciplines,

NSO College architecture and construction, Novosibirsk;

irinanizhnikova@mail.ru

Annotation. The state policy of the Russian Federation in the sphere of domestic and inbound tourism is quite active. The final Federal target program " Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011-2018)" and the ongoing work on the draft of a new policy document prove that tourism is one of the priorities of the domestic economy. Currently, many tourists plan their own travel with the help of various computer devices, allowing in a short time to find the most favorable offers of tours, air tickets, hotels and insurance. In this regard, tour packages, typical for mass tourism, are beginning to go out of fashion, there is a growing demand for a new form of tourism and accommodation – couchsurfing. Couchsurfing is the largest international community of travelers and their sympathizers, uniting people whose common goal is to "exchange hospitality" around

the world. The development of social entrepreneurship in this direction is an urgent solution. Today, Internet work has gained popularity among a wide audience of users from around the world. Not everyone knows that you can earn even on the usual browsing on the Internet. This article discusses the features of this method of making a profit through couchsurfing sites. The article discusses the development of couchsurfing as an alternative way of economical travel in the Novosibirsk region and the implementation of social entrepreneurship through couchsurfing sites.

Keywords: tourism, couchsurfing, couchsurfers, surfing and autosurfing.

КАУЧСЁРФИНГ - АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ СПОСОБ ЭКОНОМНОГО
ПУТЕШЕСТВИЯ ПО НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ И РЕАЛИЗАЦИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ
КАУЧСЁРФИНГ САЙТЫ.

Голдобина Людмила Анатольевна, студент 2 курса, специальность 08.02.11

«Управление, обслуживание и эксплуатация многоквартирного дома»

Нижникова Ирина Яковлевна, преподаватель спец. дисциплин, ГАПОУ НСО

НАСК, г. Новосибирск;

irinanzhnikova@mail.ru

Аннотация. Государственная политика Российской Федерации в сфере внутреннего и въездного туризма достаточно активна. Завершающая ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» и ведущаяся работа над проектом нового программного документа доказывают, что туризм является одним из приоритетов отечественной экономики. В настоящее время многие туристы планируют путешествия самостоятельно с помощью различных компьютерных устройств, позволяющих в короткие сроки найти наиболее выгодные предложения туров, авиабилетов, отелей и страховки. В связи с этим турпакеты, характерные для массового туризма, начинают выходить из моды, растет спрос на новую форму туризма и размещения – каучсерфинг. Каучсерфинг – это крупнейшее международное

сообщество путешественников и им сочувствующих, объединяющее людей, общей целью которых является «обмен гостеприимством» по всему миру. Развитие социального предпринимательства в данном направлении является актуальным решением. Сегодня интернет-работа завоевала популярность среди широкой аудитории пользователей со всего мира. Не все знают, что зарабатывать можно даже на обычном просмотре страниц в интернете. В данной статье рассмотрены особенности этого метода получения прибыли через каучсёрфинг сайты. В статье рассматривается развитие каучсёрфинга как альтернативного способа экономного путешествия по Новосибирской области и реализация социальной предпринимательской деятельности через каучсёрфинг сайты.

Ключевые слова: туризм, каучсерфинг, каучсерферы, серфинг и автосерфинг.

Введение. Каучсерфинг – достаточно новый для наших соотечественников (появился в 2003-м году), но быстро набирающий обороты, вид туризма. За границей этот вид туризма зародился в начале 50-х и стал очень популярным с появлением Интернета. С тех пор он активно выполняет свою миссию – развитие самостоятельного путешествия, как вида туризма, укрепление межкультурных связей, помощь людям в стремлении познать мир и улучшить языковые навыки. С каждым годом движение приобретает всё больше и больше единомышленников, а система коммуникации на сайтах постоянно совершенствуется. Первым делом, стоит разобраться с тем, что же представляет собой данный вид работы. Обыкновенное посещение разнообразных страниц во всемирной паутине в поисках такого вида туризма, однако далеко не все знают, что на этом можно зарабатывать. За это платят многие рекламодатели, для которых важно привлечь как можно большее число реальных пользователей на свой ресурс. Каждый уникальный посетитель получает свое небольшое денежное вознаграждение. За один такой сайт оплата достаточно символическая, однако если потратить немного своего времени, то можно рассчитывать на неплохой доход.

Гипотеза исследования, отдельные результаты которого представлены в статье, заключается в предположении, что развитие социального предпринимательства через такой вид деятельности как **каучсёрфинг** - будет являться альтернативным способом экономного путешествия для туристов по Новосибирской области и реализация развития социального предпринимательства через **каучсёрфинг сайты**.

Целью исследования стало обоснование развития социального предпринимательства через новое туристическое направление – **каучсёрфинг** в Новосибирской области и работу с **каучсёрфинг сайтами**. Соответственно, решения требуют следующие **задачи**.

1. Выявление приоритетных направляющих данного направления, выбор наиболее популярных сайтов **каучсёрферов**.
2. Определение ключевых сфер деятельности для осуществления процесса заработка по направлению **каучсёрфинг**.
3. Основные преимущества и недостатки такого вида заработка.

Как взглянуть на страну глазами местного жителя, обрести новых друзей и не потратить ни копейки на проживание? Суть **каучсерфинга** понять очень просто: это международное сообщество путешественников, разделяющих принципы «обмена гостеприимством»; **каучсерферы** из разных стран безвозмездно принимают друг друга на ночлег, оказывают посильную помощь в решении тех или иных проблем во время путешествия, знакомят с культурой и достопримечательностями своей страны. Для того чтобы войти в сообщество **каучсёрферов**, нужно зарегистрироваться и создать свой профиль на сайте couchsurfing.org. Тут есть один тонкий момент – на одном из этапов прохождения регистрационных формальностей будет предложено пройти платную верификацию (*verification*), а попросту говоря – проверку. В чем ее суть: необходимо пожертвовать на развитие проекта небольшую сумму, после чего на домашний адрес придет открытка с кодом, введя который подтверждается личность. Процедура эта добровольная, вполне можно

пропустить этот пункт; правда, администрация сайта утверждает, что верифицированные каучсерферы быстрее находят себе хостов (т.е. хозяев).

В крупных городах очень много желающих принять у себя путешественников. Западные туристы не ждут больших впечатлений от Новосибирской области и останавливаются здесь проездом. «Гости приезжали из разных стран: Германии, Австрии, Франции, Эстонии, США, Украины, Кореи, Испании. Чаще всего иностранцы путешествуют по Транссибу на поезде – им мало Москвы и Санкт-Петербурга. Новосибирская область обычно просто, оказывается, по дороге, но в итоге эти окрестности многим нравятся». Однако, стоит отметить, что вы сможете заработать на каучсёрфинге через регистрацию на сайтах.

Первым делом, стоит разобраться с тем, что же представляет собой данный вид работы. На самом деле это обыкновенное посещение разнообразных страниц во всемирной паутине в поисках мест посещения достопримечательностей или размещения информации о достопримечательностях. Каждый из нас занимается этим практически ежедневно, однако далеко не все знают, что на этом можно зарабатывать.

За это платят многие рекламодатели, для которых важно привлечь как можно большее число реальных пользователей на свой ресурс. Каждый уникальный посетитель получает свое небольшое денежное вознаграждение. За один такой сайт оплата достаточно символическая, однако если потратить немного своего времени, то можно рассчитывать на неплохой доход, которого вполне хватит на оплату услуг интернета или связи. Однако, стоит отметить, что можно заработать на каучсёрфинг сайтах, если зарегистрироваться сразу в нескольких проектах.

Нужно знать, что в целом процесс заработка заключается в следующем:

- нужно регистрироваться в одном или нескольких проектах;
- получить список доступных ресурсов для каучсёрфинга, поочередно переходить по ссылкам;

- находится на каждой странице указанное количество времени (обычно требуется 15-30 секунд);
- выполнять дополнительные действия, если это требуется (например, просмотр видео и пр.);
- по истечению заданного времени на экране появится несложный вопрос, требующий ответа; необходимо ответить на этот вопрос, чтобы просмотр сайта был засчитан, а оплата за это действие начислена на счет в проекте;
- получив мгновенную оплату и переходить к следующей ссылке.

Таким образом, на посещение одного уйдёт не больше одной минуты. При условии добросовестного и регулярного выполнения всех заданий можно повысить уровень заработка.

Наиболее популярные сайты каучсерферов:

1. Bewelcome.org был основан бывшими добровольцами других сетей гостеприимства HospitalityClub и Couchsurfing. BeWelcome – это проект французской некоммерческой организации BeVolunteer, созданный в 2007 году. Миссия организации состоит в том, чтобы обеспечить платформу для обмена гостеприимством и культурой

2. Couchsurfing.com представляет собой глобальную сеть из более 12 миллионов пользователей. Сайт был основан в 2004 году в городе Сан-Франциско. Его основали Кейси Фентон, Даниэль Хоффер, Себастьян ЛеТуан, Леонардо Бассани да Силвейра

3. C-surfing.club – это первый официальный сайт каучсерфинга в России и странах СНГ. Миссия проекта – популяризация каучсерфинга, бэкпекинга и культурный обмен между жителями разных стран, регионов, городов

4. Hospitalityclub.org. Сайт был создан Файтом Кюне в 2000 году. Также одним из основателей является Киль Кюне. Летом 2002 года итальянский программист Клаудио Паччиега создал базу данных для Клуба Гостеприимства, взяв за основу то, что уже сделал Файт и, добавив несколько новых идей, сделал систему ещё безопасней и удобней. Организация является добровольческой, в которую каждый человек может сделать свой вклад

5. Warmshowers.org. Сообщество WarmShowers является свободной всемирной сетью обмена гостеприимством для туристов-велосипедистов.

Еще одним видом заработка может являться создание сайтов с достопримечательностями Новосибирской области. Почему именно выбор пал на Новосибирскую область? Это край удивительный и загадочный. Славится он Барабинскими степями, овечьими преданиями, и вековой тайгой, живописными сопками и горами, величественной рекой Обь и множеством красивых озер. Есть у сибиряков даже свое море – Обское. В области расположены десятки природных заказников, и ежегодно создаются новые памятники природы, чтобы сохранить уникальные ландшафты, многообразие флоры и фауны этого края. А еще Новосибирская область – это крохотные поселки, живописные деревни, шумные города. И самый главный из них, конечно же, Новосибирск. С его широкими проспектами и грандиозными мостами, многочисленными историческими и архитектурными памятниками, прославленными театрами и замечательными музеями, и главным мозговым центром Сибири – Академгородком.

Данный вид деятельности не принесет никому «золотых гор». Такая подработка не сможет заменить основной источник дохода.

Таким образом, данная подработка может стать отличной отправной точкой для тех, кто только начинает пробовать себя в социальном предпринимательстве. Так можно получить первоначальный капитал и вложить его в более перспективные виды деятельности.

Некоторые рекомендации, которые помогут правильно организовать свою работу и немного увеличить прибыль:

Зарегистрируйтесь на как можно большем количестве ресурсов. В некоторых проектах количество ссылок, по которым нужно переходить, ограничено. Поэтому если на одном сайте работа закончилась, не нужно терять времени, а переходить к следующему.

Чтобы заработать больше, нужно комбинировать обычный серфинг и автосерфинг. Тогда можно получать небольшие денежные начисления даже в те моменты, когда ноутбук включен, но за ним не работают.

Нужно учитывать, что многие проекты имеют рейтинговые системы. Это значит, что чем дольше и ответственнее будет выполняться работа, тем больше будет возможностей.

Поскольку практически все перечисленные в данной статье интернет-ресурсы позволяют не только заниматься таким видом предпринимательской деятельности, но и выполнять другие задания (например, проходить тесты, регистрироваться на сайтах, писать отзывы и пр.), можно разнообразить свою деятельность и немного увеличить прибыль. Особенно учитывая тот факт, что все из предложенных заданий не потребуют каких-то дополнительных усилий.

Нужно уделять работе больше времени. Многие люди ежедневно имеют от 1 до 3 часов свободного времени и такой вариант получения прибыли очень актуален, при выполнении нескольких несложных заданий.

Практически каждый из проектов имеет выгодную реферальную программу. Это означает, что можно получать дополнительное вознаграждение за привлечение в систему активных пользователей.

Основные преимущества и недостатки такого вида заработка:

- чтобы начать зарабатывать в любом из проектов, достаточно только пройти процедуру регистрации, не требуются какие-либо дополнительные умения или знания;
- результаты своего труда можно наблюдать сразу: средства зачисляются на счет мгновенно после выполнения всех условий задания и отображаются в личном кабинете;
- такой заработок доступен абсолютно для всех, независимо от возраста, пола, социального статуса и прочего;
- можно самостоятельно выстраивать свой рабочий график; не нужно посещать офис и работать в строго оговоренное время;

- уровень дохода зависит исключительно от потраченного времени: чем больше времени уделяется такой подработке, тем на больший заработок можно рассчитывать;
- благодаря большому количеству рекламодателей всегда можно обеспечить себя работой;
- в каждом проекте количество доступных заданий всегда находится на высоком уровне.

Что касается недостатков, то их гораздо меньше.

Во-первых, это достаточно небольшой уровень заработной платы. Вознаграждение за посещение одного сайта находится на уровне копеек, поэтому необходимо потратить немало времени, чтобы получить первый ощутимый доход.

Во-вторых, такая подработка представляет собой достаточно однообразную и монотонную деятельность. Поэтому стоит запастись терпением и усидчивостью, чтобы добиться желаемых результатов.

В-третьих, в данной сфере всегда есть риск попасть на мошенников. Чтобы исключить такую возможность, рекомендую вам регистрироваться только в надежных и проверенных проектах.

Таким образом, каучсерфинг хотя и достаточно новое понятие для наших туристов и может быть не совсем подходящее нашему менталитету, тем не менее, оно приживается и каучсерферов из стран мира становится все больше и больше на просторах известных сайтов. Они не только студенты и малообеспеченные граждане, но и состоятельные и взрослые люди.

Каучсерфинг— это не погоня за бесплатным жильем в поездках за границу, это прежде всего общение, знакомство с новыми людьми а также совершенствование знания языка и масса новых эмоций самостоятельного путешествия и отличный способ потратить свободное время с пользой!

Список использованных источников

1. Каучсерфинг – бесплатная альтернатива отелю [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://mirsovetov.ru/a/travels/hotel/couchsurfing.html>
2. Где жить за рубежом. Отели, бюджетные общежития и бесплатный ночлег [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.life-in-travels.ru/couchsurfing/>
3. Каучсерфинг в России: Как сэкономить на путешествии [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://wayempire.com/o-kauchserfinge-kak-sekonomit-na-puteshestvii/>
4. Stay with Locals and Make Travel Friends | Couchsurfing[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.couchsurfing.com/>
5. Каучсерфинг (CouchSurfing) – что это такое и как им пользоваться или самые часто задаваемые вопросы[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.life-in-travels.ru/couchsurfing/>
6. Каучсёрфинг: вдохновляющий опыт[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://niklenburg.com/couchsurfing/>
7. Каучсерфинг официальный сайт на русском | Авиамания[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://aviamaniya.ru/kauchserfing/>

УДК 338.486:711.2

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОЗЕРЕ БАЙКАЛ

Prospects of development of ecological tourism on Lake Baikal

Гамаюнова Елена Владимировна, преподаватель,
ГАПОУ ИО «Иркутский колледж экономики, сервиса и туризма»,
заведующий заочным отделением;

zavzaochnoe@ikest.ru

Аннотация: Исследование экологического туризма в Байкальском регионе. Выявлены предпосылки развития экологического туризма, проведена оценка современного состояния туризма в регионе, выявлены особенности развития; предложены рекомендации по совершенствованию и дальнейшему развитию экологического туризма на о. Байкал.

Ключевые слова: экология, туризм, экологический туризм.

Abstract: Ecological tourism research in the Baikal region. The prerequisites for the development of eco-tourism are revealed, the assessment of the current state of tourism is carried out in the region, the features of development are revealed; recommendations are proposed for the improvement and further development of eco-tourism on Lake Baikal.

Key words: ecology, tourism, ecotourism, Lake Baikal.

Данная тема актуальна, поскольку туристическая сфера постоянно развивается, что связано с возросшим влиянием этой сферы на экономику. Туризм является существенным фактором реализации внешней политики государства. Ресурсные возможности России позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры увеличить прием иностранных туристов в несколько раз[5].

В настоящее время экологический туризм является одним из приоритетных направлений туризма в целом и имеет огромное социальное, культурное и экологическое значение для общества. Экологический туризм имеет большие перспективы в развитии туризма. В последнее время туристы разных стран заинтересованы принимать участие в экологическом туризме, ведь он направлен на привлечение людей к здоровым видам отдыха, спорту, ознакомлению с культурными и духовными ценностями районов, их природой, а также имеет целью ознакомить людей с природными ценностями, научить их любить природу, уметь найти себя в природе и определить значимость природы для всего человечества.

Экологический туризм называют альтернативным видом туризма, поскольку он позволяет решить сопутствующие проблемы: занятость населения

(пример жителей р.п. Листвянки и острова Ольхон, наплыв туристов, обеспечивает заработок жителям этих населенных пунктов); сокращение миграции сельской молодежи в город, увеличение туристского сезона, доступность отдыха по стоимости. Поэтому экологический туризм будет способствовать социально-экономическому развитию регионов Сибири.

Экологический туризм на современном мировом рынке квалифицируется как достаточно доходный вид деятельности. Мировая практика показывает средний рост на 10 % в год[6].

В связи с возрастающим интересом населения России на экскурсионные и оздоровительные туры на озеро Байкал спрос на места размещения туристов летом превосходит предложения, а это открывает широкое поле деятельности для местных предпринимателей. Поэтому особую актуальность приобретает экологический туризм. Развитие экологического туризма в большей степени зависит от природных особенностей территорий.

Федеральное агентство по туризму прогнозирует к 2025 году рост внутреннего и въездного туристического потока в РФ на уровне 70% [9]. Таким образом, в условиях интенсивно развивающегося внутреннего туризма на территории РФ, изучение экологического туризма на Байкальской территории является актуальным.

Озеро Байкал – основной ресурс для развития экотуризма в Иркутской области.

Славное море – священный Байкал, называемое так исстари с почтением и любовью жителями Прибайкалья. Это озеро в декабре 1996 года получило статус объекта Всемирного природного наследия.

Байкал – самое глубокое озеро в мире, его глубина достигает 1642 метров.

Байкал – самое древнее озеро на Земле, его возраст исчисляется 25 000 000 лет!

Байкал – самый большой колодец пресной питьевой воды, щедро богатой кислородом, объем воды оценивается в 23 615 км³.

Байкал – самое прозрачное из пресноводных озёр мира, его прозрачность достигает 40 метров.

Байкал – самое богатое видовым разнообразием ракообразных организмов озеро на планете. В нем живет более 3000 видов живых существ, 80% из которых обитают только здесь и больше нигде.

Байкал – наконец, удивительная природная лаборатория, в которой до сего дня образуются новые виды живых существ. Байкал продолжает свое геологическое строение, изменяется рельеф берегов и дна озера. Это часть огромного рифтового разлома земной коры, который тянется на тысячи километров [7].

Рассмотрим места у берегов Байкала, которые пользуются наибольшим интересом у экотуристов.

Практически в любое время года и для любого путешественника на Байкале найдется ,что посмотреть и где хорошо отдохнуть.

Наиболее популярны места путешествий и отдыха:

- Поселок Листвянка с его окрестности. Порт Байкал. Большие Коты.
- Малое море. Остров Ольхон.
- Кругобайкальская железная дорога
- Бухта Песчаная. Большое Голоустное. Бугульдейка.
- Байкальск. Слюдянка. Пик Черского. Гора Мамай.
- Байкальский заповедник.
- Аршан. Шумак. Жемчуг
- Посольский сор. Энхалук
- Чивыркуйский залив. Баргузинская долина. Ушканьи острова.
- Хакусы. Остров Ярки. Мыс Котельниковский и многое другое

Также среди конкретных объектов туристического интереса в Байкальском регионе можно кратко выделить следующее:

- Уникальные коллекции древних восточных медицинских и философских манускриптов, которые сегодня нередко пылятся в подсобных помещениях

музеев Бурятии, Иркутска, не выставляются и не используются в дацанах и других культовых местах.

— Записи шаманских ритуальных текстов, имеющиеся у каждого из сибирских народов, сбереженные учеными и энтузиастами.

— Первоклассные коллекции древнерусской живописи и церковнославянских раритетов, которые хранятся у некоторых жителей семейско-старообрядческих деревень.

— Картины древнерусского, древнебурятского, древнеякутского, тибетского религиозного искусства, сохранившиеся не только в музеях, но и у отдельных коллекционеров.

— Книжные собрания декабристов и сибирских библиофилов, до сих пор вызывающие неиссякаемый интерес.

— Богатые краеведческие коллекции, раскрывающие историю и культурное наследие народов Сибири.

Стоимость турпутевки зависит от времени года, продолжительности путешествия и уровня удобств. В среднем недельное проживание с включенными экскурсиями, питанием и поездками к достопримечательностям составит от 15 000 до 40 000 руб. на человека.

Сибирская Байкальская региональная ассоциация туризма в Иркутской области рекомендует посетить жителям и гостям нашего города:

— Исторический центр города Иркутска, его старинные соборы и церкви, кварталы с деревянной старинной застройкой.

— Иркутский областной Краеведческий музей

— Этнографический музей под открытым небом «Тальцы»

— Байкальский музей в Листвянке, созданный на основе Лимнологического музея СО РАН.

— Национальный музей Усть-Ордынского округа.

Вообще идея создания на Байкале системы информационного обеспечения развития экологического туризма зародилась в результате

проведения многих мероприятий [3]. Необходимость создания системы обосновывалась рядом условий. Увеличение рекреационного использования Байкальской природной территории привело к увеличению давления туризма на природный комплекс[4]. По данным Сибирской Байкальской региональной ассоциации туризма, в Иркутской области на сегодняшний день действует более 450 объектов размещения туристов, 225 туристских фирм, сеть частных домов и гидов. Отмечен значительный рост туристских посещений (в среднем до 30 % в год), рост числа «независимых» и неорганизованных туристов. Проявился ряд негативных экологических последствий нового туристского бума, а также элементы стихийности туристского процесса.

Неразвитость системы учета туристских посещений в целом по многим территориям Прибайкалья является препятствием для подсчета реальных нагрузок, что не позволяет ввести механизмы их регулирования и перераспределения. Одной из причин, препятствующих сохранению ресурсов туризма, стала неразвитость системы мониторинга ресурсов туризма, а также недостаточное использование современных технологий экотуризма, позволяющих управлять его развитием.

Крайне неблагоприятным условием, в котором происходило развитие туристской отрасли, являлась разобщенность действий государственных и муниципальных органов власти и управления. При этом отдельные программы развития туризма не меняли ситуации по региону в целом, отсутствовал действенный механизм привлечения местного населения в турбизнес. Слабая кооперация между турфирмами, а также турфирмами и местным населением сельских районов Прибайкалья существенно снижает потенциал приема туристов[4]. В этом ряду и недостаточное развитие инструментов маркетинга, позволяющих продвигать на российский и зарубежные рынки туристские услуги Байкальского региона, повышать их качество и объем.

При этом ключевой проблемой, оказывающей негативное влияние на развитие индустрии туризма, является отсутствие полной, точной информации по всем аспектам туристской деятельности, позволяющей легко и быстро

находить нужную информацию всем заинтересованным участникам туристского процесса. Стало очевидным, что без создания современной системы туристской информации, использующей компьютерную технологию, невозможно развивать экологический туризм, для которого полноценная информация является необходимым условием преодоления стихийности, а также выполнения комплекса правовых, административных, организационных мер.

Успешное развитие экологического туризма невозможно без создания соответствующих экономических и нормативно-правовых механизмов не только на региональном, но и на государственном уровне. Это особенно значимо для Байкальского региона с необходимыми требованиями экологически безопасной формы использования природных и культурных ценностей[2].

Развитие туризма в регионе озера Байкал, а также экотуризма как наиболее приемлемой для природных территорий формы туризма определяется в настоящее время общей экономической ситуацией в стране и местной экономической политикой. Существующий баланс составляющих «экономика» и «экология» в природопользовании можно считать как устойчивым для одних территорий Байкальского региона, так и резко смещенным для других территорий с выраженной экспансией ресурсопользования. Федеральный закон «Об охране озера Байкал» создает хорошую основу для стабильного расширения возможностей внедрения самых разнообразных форм и видов экотуризма, но только при условии принятия целого ряда нормативных правовых документов [1].

Формирование в Байкальском регионе экотуристской отрасли наряду с традиционными формами туристской деятельности позволяет надеяться на благоприятные перспективы развития экотуризма на территориях у Байкала.

В связи с реализацией проекта программы социально-экономического развития «Байкал - великое озеро великой страны» предполагается рост туристического потока в регионе к 2025-му до пяти миллионов человек в год.

Также планируется увеличить число рабочих мест в сфере туризма до 37,4 тысячи. Число оборудованных по современным стандартам площадок для приема туристов в местах наиболее массовых посещений довести до 50 к 2018 году и до 300 — к 2025.

Данная программа рассчитана на 2017-2025 годы на территории Бурятии, Иркутской области и Забайкалья и должна объединить все существующие госпрограммы по озеру.

На наш взгляд вопросы развития экологического туризма могут быть разрешены только при разработке и реализации комплексных научно-обоснованных долгосрочных стратегий и программ по экологическому туризму. Необходимо отметить, что в Байкальском регионе необходимо развивать туристскую инфраструктуру, проводить мероприятия, направленные на улучшение имиджа Байкальского региона, необходимо разработать и внедрить системы мониторинга и контроля экологического туризма в целях недопущения нанесения ущерба природным комплексам и объектам.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 01.05.1999 N 94-ФЗ (18.07.2019) "Об охране озера Байкал"
2. Постановление Правительства РФ от 21.08.2012 N 847 (ред. от 17.03.2018) "О федеральной целевой программе "Охрана озера Байкал и социально-экономическое развитие Байкальской природной территории на 2012 - 2020 годы"
3. Постановление Правительства Иркутской области от 30.03.2012 N 124-пп (ред. от 27.01.2016) "Об утверждении Положения о порядке организации работы по информационной и организационной поддержке деятельности, направленной на сохранение и улучшение состояния уникальной экологической системы озера Байкал"
4. Постановление Правительства РФ от 02.02.2015 N 85 "Об утверждении Положения о государственном экологическом мониторинге уникальной экологической системы озера Байкал"

5. Распоряжение Правительства РФ от 20.07.2011 N 1274-р <Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Охрана озера Байкал и социально-экономическое развитие Байкальской природной территории на 2012 - 2020 годы">
6. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 N 872-р <Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)">
7. Проект Постановления Правительства Российской Федерации "Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)" (подготовлен Ростуризмом 27.07.2018
8. Официальный сайт Сибирской Байкальской региональной ассоциации туризма в Иркутской области: [http://www.sbat.info/about/info/\(05.09.2019\)](http://www.sbat.info/about/info/(05.09.2019))
9. Официальный сайт Федерального агентства по туризму: <https://www.russiatourism.ru> (05.09.2019)

**DEVELOPMENT OF THE EXCURSION TOUR “NOVOKUZNETSK:
HISTORY AND CONTEMPORANEITY” TO THE 400TH ANNIVERSARY
OF NOVOKUZNETSK**

Krestina Irina Ivanovna, Zhalonkina Olesya Anatolyevna, Mikheeva Ekaterina
Alekseevna, teachers of “Novokuznetsk Trade and Economic College”,
krestvor@mail.ru

Annotation. The analysis of the tourists’ attractiveness of Kemerovsky region through example of the development of an excursion tour in Novokuznetsk.

Key words: tourism, Kemerovskaya region, tourist attraction, Novokuznetsk.

**РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИОННОГО ТУРА «НОВОКУЗНЕЦК:
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ» ПРИУРОЧЕННОГО 400-ЛЕТИЮ
Г.НОВОКУЗНЕЦКА**

Крестина Ирина Ивановна, Жалонкина Олеся Анатольевна, Михеева
Екатерина Алексеевна, преподаватели ГПОУ «Новокузнецкий торгово-
экономический техникум», г.Новокузнецк;

krestvor@mail.ru

Аннотация. Проведен анализ туристской привлекательности Кемеровской области на примере разработки экскурсионного тура по городу Новокузнецку.

Ключевые слова: туризм, Кемеровская область, туристская привлекательность, Новокузнецк.

Туризм - это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения [1].

Туризм играет важную роль в решении социальных проблем Кемеровской области, обеспечивая развитие малого предпринимательства в малых городах, районах и моногородах, способствует росту доходов работающего и малообеспеченного населения. Являясь отраслью агрегирующего типа, туризм оказывает стимулирующее воздействие на развитие смежных отраслей, таких как транспорт, связь, общественное питание, сельское хозяйство, ремесленническая деятельность, пищевая промышленность, услуги в сфере развлечений и отдыха, торговля, бытовые услуги и др. Кроме того, развитие туризма содействует развитию международного и межрегионального сотрудничества, повышает культурный уровень населения, уровень патриотизма и самоидентификации жителей Кемеровской области [1].

В настоящее время наиболее перспективными видами туризма являются культурно-познавательный, активный (спортивный, приключенческий), специализированный (экологический, научный, учебный, событийный, лечебно-оздоровительный), круизный, деловой.

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и

динамично. Отмечается ежегодный рост внутреннего туристского потока.

Популярность туризма в Кемеровской области с каждым годом так же возрастает, что обусловлено целым рядом проводимых в регионе мероприятий, с целью формирования привлекательного туристского образа территории.

Кемеровская область обладает всеми необходимыми условиями для развития туризма: разнообразными туристско-рекреационными ресурсами, богатейшим историко-культурным наследием, благоприятным географическим положением и природными условиями, сравнительно недорогим отдыхом и хорошей транспортной доступностью [2].

В последние годы, Кемеровская область позиционирует себя не только как край угля, металлургии и химии, но и как центр культуры и туризма для жителей Сибири и других территорий страны. Изучение туристской привлекательности Кемеровской области на основе комплексного территориального анализа является важной задачей, решение которой позволит более эффективно продвинуть образ не только Кузбасса, но и Сибири в целом [2].

Таким образом, целью работы является анализ туристской привлекательности Кемеровской области на примере разработки экскурсионного тура по городу Новокузнецку.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

1. Определить направления развития туризма в Кемеровской области исходя из характерных особенностей региона.
2. Охарактеризовать туристскую привлекательность города Новокузнецка.
3. Составить экскурсионный тур по городу Новокузнецку.
4. Разработать рекламный буклет экскурсионного тура.

Объект исследования - туристская привлекательность города Новокузнецка. Предмет исследования - экскурсионный тур по городу Новокузнецку.

При выполнении работы использовались следующие методы: изучение

литературы, анализ, сравнение и систематизация данных, поиск, описание объектов для тура, обработка информации, составление маршрута тура.

По поручению Администрации Кемеровской области в целях активизации работы, направленной на продвижение туристско-рекреационного потенциала Кемеровской области и повышения уровня информированности жителей и гостей региона о туристских возможностях Кузбасса, утверждена стратегия развития туристско-рекреационного кластера Кузбасса на период до 2025 года [2].

Основными направлениями развития туризма в Кемеровской области являются природный, промышленный, историко-культурный.

Сегодня очень много туристов привлекает именно природная составляющая городов Кемеровской области. Через всю Кемеровскую область тянется горный хребет Кузнецкий Алатау, на центральной части которого расположен Государственный природный заповедник, а на южной - центр активного туризма Кузбасса - Поднебесные Зубья, с нетронутой цивилизацией природой. Здесь нет автомобильных дорог, но зато есть красивая тайга с чистейшими горными реками, интересными экологическими тропами и пешеходными маршрутами, отдых на туристских стоянках с черникой и чаем из целебных таежных трав. И зимой и летом огромное количество отдыхающих, туристов и рыбаков садятся в электропоезд, идущий на Поднебесные Зубья, чтобы отдохнуть от городской суеты и насладиться красотой природы родного края.

На севере области располагается родина мелкого травоядного динозавра - пситтакозавра сибирского. Юг Кемеровской области - горно-таежный район Горная Шория. Этот уголок родного края хочется представить в 2 ипостасях, - это крупный горно-рудный регион, где разрабатываются месторождения Кузнецкого угольного бассейна, и это еще один район активного туризма, наиболее известный в России как горнолыжный курорт Шерегеш.

В центре Кузбасса в Беловском районе находится один из крупнейших угольных бассейнов мира - «Бачатский». С его смотровой площадки

открывается завораживающее зрелище добычи каменного угля. В этом же районе находится и Гурьевский металлургический комбинат, старейшее предприятие Сибири, основанное в 1816 году.

Богатая событиями история Кемеровской области, ее достопримечательности открывают большие возможности для развития культурно-исторического туризма.

Освоение территории Кемеровской области началось в XVII веке. XVIII век стал веком начала промышленного развития земли Кузнецкой. В течение XIX века шло освоение минеральных богатств края и развитие горнозаводской промышленности. XX век Кемеровская область встречала уже крупным промышленным и сельскохозяйственным регионом. На территории Кемеровской области находятся самобытные музеи, многие из которых не имеют аналогов в других регионах [1., 123].

По типу туристского потока в Кемеровской области выделяются следующие виды, представленные на рисунке 1.

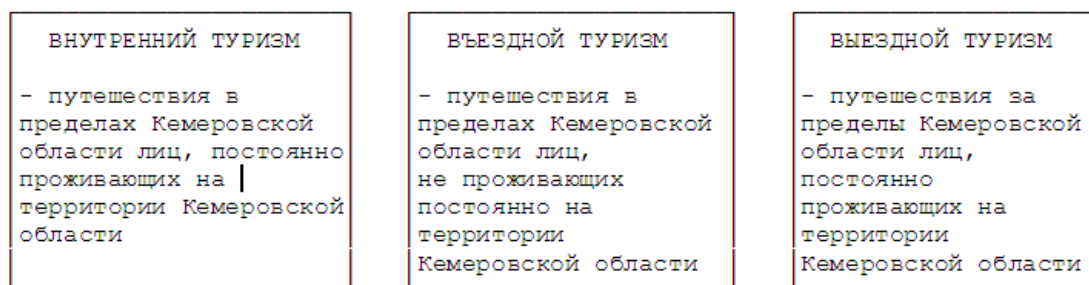


Рисунок 1 - Классификация видов туризма по типу туристского потока, относительно Кемеровской области

По формам внутреннего туризма жители Кемеровской области предпочитают в наибольшей степени активный отдых, культурно-познавательный и оздоровительный отдых.

Согласно данным УФМС по Кемеровской области количество иностранных туристов, въехавших на территорию Кемеровской области в 2018-2019 годах, составило 53860 человек. В числе иностранных туристов и граждане, желающие посмотреть достопримечательности Кемеровской

области, и бизнес-туристы, приехавшие в Кузбасс с деловыми целями.

Въездной туристский поток в основном формируется за счет делового туризма и событийного туризма, что подтверждает конкурентные преимущества Кемеровской области в сегменте делового туризма [3].

Таким образом, туризм в Кемеровской области демонстрирует высокую динамику роста, при этом резервы для роста не исчерпаны, и достигнутые объемы возможно в период реализации Стратегии увеличить более чем в 2 раза. Так, начиная с 2000 года на территории Кемеровской области отдохнуло 150 тыс. человек, а в 2017-2018 годах это число выросло в 4,7 раза, составив около 700 тыс. человек [3].

Перспективное развитие туризма в Кемеровской области строится на использование рекреационного потенциала ее административных единиц.

Город Новокузнецк вечный, ведь у него 2 сердца - «угольное» и «стальное». Новокузнецк деловой, с богатой историей и культурой, что является основой его привлекательности в сфере туризма. За свою многовековую историю он сильно изменился. В 2018 году городу исполнилось 400 лет.

Новокузнецк - самый крупный город Кемеровской области, поэтому его называют южной столицей Кузбасса. Да, он не является областным городом, но именно в нем сосредоточились самые мощные предприятия угольной промышленности страны, металлургические гиганты, которые прославились еще со времен Великой Отечественной войны. Новокузнецк - один из крупных центров угледобывающей и рельсопрокатной отраслей России. Расположился промышленный город на правом и левом берегу сибирской реки Томь.

Город основан в 1618 году, именно в этом году был основан Кузнецкий острог, от которого и разрастался затем сам тогдашний Кузнецк. Возвышался острог в выгодном географическом положении на правом берегу. В 1622 году острогу было присвоен статус города. Город развивался, население росло, в том числе и за счет «государевых ослушников», ссылали после восстаний и московских стрельцов [1., 51].

Но свое поистине значительное и мощное развитие город получил лишь с 1929 года, с площадки Кузнецкстроя, когда со всей страны стекались люди на стройку нового промышленного гиганта. Современное название, как и новое рождение, город получил в 1931 году. Решением Президиума ЦИК СССР поселок Сад-город (1929 год), в котором строился новый металлургический завод переименован в Новокузнецк. Это орденоносному Новокузнецку посвящено стихотворение В. В. Маяковского («Я знаю - город будет, я знаю - саду цвезть...»).

Уже в 1931 году был пущен в эксплуатацию Кузнецкий Металлургический Комбинат (КМК). В 1941 году пущены в эксплуатацию эвакуированные такие заводы, как Новокузнецкий алюминиевый завод (НКАЗ), Кузнецкий завод ферросплавов. Именно здесь в кузбасском городе ковалась победа нашей страны, снаряды, танки, все для нашей долгожданной победы, все во имя святой победы. В 21 веке город развивается в отраслях угольной и рельсопрокатной промышленности [1., 80].

Основные достопримечательности Новокузнецка сосредоточены в центре города: это, прежде всего, Бульвар Героев, Краеведческий и Художественный музеи, Площадь Побед и ряд других интересных мест. Исторический центр сразу же привлекает внимание туристов великолепными архитектурными ансамблями 18-19 веков - здесь есть, что посмотреть ценителям русского зодчества. До революции город большей частью состоял из деревянных построек. Из сохранившихся светских каменных зданий тех времен - бывшее уездное училище и небольшое здание казначейства, построенное в стиле «сибирского барокко». Главные архитектурные «изюминки» Новокузнецка - это Спасо-Преображенский собор 1618 года и Петропавловский храм, в котором хранятся мощи и наперсный крест Андрея Первозванного [1., 52].

Отдельно стоит отметить историческое развитие Кузнецкого района города. На территории района находится значительная часть культурно - исторических объектов.

По Новокузнецку приятно совершать пешие прогулки, прогуляться по проспектам Курако, Metallургов, Бардина.

Сегодня Новокузнецк - важнейший промышленный и культурный центр России, который по праву называют стальным и угольным сердцем Сибири. Он имеет богатую историю, множество культурно-значимых ценностей и достопримечательностей, связанных с различными эпохами его жизни: от Кузнецкой крепости до создания гиганта металлургии - Кузнецкого металлургического комбината.

В преддверии памятной даты для города был составлен экскурсионный тур «Новокузнецк: история и современность», который будет интересен не только гостям города, но и его жителям. Для рекламы и наглядного представления экскурсионного тура был разработан буклет «Новокузнецк: история и современность...», представленный в приложении 1.

Маршрут проходит через основные историко-архитектурные памятники города: дом купца Фонарёва, Спасо-Преображенский собор, мемориальный дом Ф.М. Достоевского, драматический театр и т.д.

Предлагаемая экскурсия включает знакомство и осмотр расположенных в историческом центре многочисленных памятников.

В ходе тура вниманию экскурсантов будет представлен образ старого Кузнецка, его здания, быт и нравы жителей, важные события истории и культуры.

Участники узнают, как менялся город на протяжении XX века, какие перемены происходят в нём сегодня и как это влияет на состояние Новокузнецка.

Город Новокузнецк по праву можно считать уникальным с точки зрения его истории и современного развития. Экскурсии по Новокузнецку представляют особую ценность. Культурно-исторические объекты дают возможность для изучения истории страны в целом, являются средством формирования культуры, развития патриотизма у молодого поколения.

Рекреационный потенциал города является основой для освоения новых видов туризма, что в свою очередь будет предоставлять возможности для социально-экономических изменений.

Список использованных источников

1 Лизогуб, П. П., Некоторые вопросы начальной истории г. Кузнецка [Текст] /П.П. Лизогуб // Новое в развитии исторического краеведения и регионального музееведения. - Новокузнецк. - 2003.- 130с.

2 О стратегии развития туризма в Кемеровской области до 2025 года. [Электронный ресурс] URL: <http://docs.cntd.ru/document/> (дата обращения: 01.10.2016).4

3 Стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 года. [Электронный ресурс] URL: <http://docs.cntd.ru/document> (дата обращения: 06.10.2019).

Секция № 3

Подготовка молодежи к предпринимательской деятельности: подходы, программы и инфраструктура

Coaching: if I am going where I need, and are there my goals?

Akimova Julija Sergeevna, student,

Regional state budgetary professional educational institution «Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul.

Annotation. This article is devoted to the coaching The following tasks of coaching are disclosed in the work: to bring a person to a level of understanding his strengths, interests, and talents, on the basis of which professional choice and an individual educational route are built. The coaching approach is aimed at creating inspiration and finding solutions.

Key words: the coaching, the situations of uncertainty of career choice, clearly defined objectives

Коучинг: туда ли я иду, а мои ли это цели?

Ю.С.Акимова

Руководитель: Кряжева М.А.

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Современная статистика говорит о том, что 61% выпускников вузов не работают по специальности. Современный рынок труда стремительно меняется, около 30% рабочих мест (более 2 млрд) к 2030 году исчезнет. В данной ситуации необходимо уточнять профессиональную ориентацию молодёжи, планировать индивидуальные карьерные планы и сопровождать их в поиске себя на рынке труда. Часто возникают ситуации неопределенности выбора, отсутствия осознанности. Они могут быть, например, такими: «не знаю, кем хочу быть» «не знаю, куда поступать», «не хочу учиться в том вузе, который рекомендуют родители, а сам не знаю куда хочу». Самому трудно разобраться, если даже интересов много. Ведь нужно знать, какие бывают профессии: что делает человек, с каким объектом он работает и какие требования предъявляет данная профессия к человеку. Вот это и нужно знать при выборе профессии. По правде сказать, для каждого из нас есть штук десять подходящих и приятных профессий. Но десятью путями не пойдёшь: надо выбрать самую приятную и самую подходящую профессию. Выбор профессии зависит от интересов, способностей, ценностей выбирающего человека, возраста, материальных возможностей и планов семьи, от места жительства. Но даже если вы всё это знаете про себя, что же делать с этими знаниями? И как понять, на какую профессию они указывают? Есть два пути: попробовать самому ставить себе диагноз или довериться мне. В этих и других случаях поможет коучинг. Коучинг — метод консалтинга и тренинга, в процессе которого человек, называемый «коуч», помогает обучающемуся достичь некой жизненной или профессиональной цели. Коучинг сфокусирован на достижении чётко определённых целей. Задача коучинга — вывести на уровень осознанности понимание своих сильных сторон, интересов, талантов, на основе которых

строится профессиональный выбор и индивидуальный образовательный маршрут. Для начала надо:

1. Определить интересы.
2. Определить способности, склонности человека.
3. Предложить профессии в соответствии с интересами и склонностями.
4. Оценить плюсы и минусы, риски выбранных профессий.
5. Дать возможность примерить профессию на себя.
6. Намечить траекторию получения профессии, выбор вуза/колледжа.

И, так, Вы выбрали профессию, получили диплом и решили заняться предпринимательской деятельностью. Здесь возникает вопрос: нужен ли предпринимателю коучинг?

Коучинговый подход направлен на создание вдохновения и поиск решения. В коучинге есть 4 этапа:

- вдохновение (понимание, что хочу);
- внедрение (понимание, как этого можно достичь);
- приверженность (понимание, почему это важно для меня);
- действия (завершение, успех).

О коучинге написано множество книг. В последнее десятилетие в России и само понятие, и обучение ему как профессии набирает все большую популярность. Конечно, профессиональный коучинг требует серьезной подготовки. В управленческой практике возможности применения коучинга чрезвычайно широки:

- мотивация персонала, оценка и аттестация;
- делегирование полномочий, выполнение задания;
- решение проблем, планирование и контроль;
- вопросы взаимоотношений, развитие персонала;
- создание команды, групповая работа.

Коучинг можно проводить до, после и во время выполнения работ. Он может проходить спонтанно, продолжаться одну минуту или целый час. Чтобы

менеджмент в стиле коучинг действительно работал, принципиально важно ключевое условие: начальник должен восприниматься подчиненным как опора, а не как угроза. Для достижения наибольшей эффективности отношения между руководителем и сотрудником должны основываться на партнерстве, доверии, безопасности и минимальном давлении.

Люди проявляют инициативу, когда они уверены в себе и в своих решениях.

И, так, проанализировав вышесказанное, какой можно сделать вывод? Для формирования уверенности в себе человеку, помимо накапливания успехов, необходимо еще и понимать, что успех или неудача – результат его собственных усилий. Он также должен знать, что в него верят и, когда он делает выбор или принимает решение, его поддерживают, ему доверяют, его не ограничивают. Использовать простейшие элементы коучинга и добиваться хороших результатов может каждый. Предприниматель не только всегда создаёт принципиально что-то новое: технологию, благо, рынок. Он может идти по проторенному пути и брать ответственность на себя. Он, создавая свой продукт – вещественный, эмоциональный, творческий, пусть небольшими шагами, но меняет мир. И хорошо выполнять свою работу ему поможет коучинг.

Список использованных источников

1. Коучинг [Электронный ресурс] - <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%83%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
2. Коучинговые инструменты [Электронный ресурс] - https://top-career.ru/coachings_instruments_for_career_guidance
3. Менеджмент в стиле коучинг [Электронный ресурс] - <https://www.src-master.ru/article31470.html>
4. Зачем предпринимателю коучинг? [Электронный ресурс] - <https://brainify.ru/blog/%D0%B7%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BC->

%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B
D%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8E-
%D0%BA%D0%BE%D1%83%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B3-
%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80/

HISTORY OF GLOSSY MAGAZINES AS IDEA FOR BUSINESS

Popova Natalya, student gr. R1611 RSBPEI "Altai Academy of hospitality",
Barnaul

Head: Mamaeva E.V. teacher RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul

Annotation. This article introduces the world history of the appearance of glossy magazines.

Keywords: Glossy magazine. History.

УДК 659

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ КАК ИДЕЯ БИЗНЕСА

Попова Наталья, студентка гр. Р1611 КГБПОУ «Алтайская академия
гостеприимства», г. Барнаул;

Руководитель: Мамаева Е.В., преподаватель КГБПОУ «Алтайская
академия гостеприимства», г. Барнаул;

Аннотация. Данная статья знакомит с мировой историей появления глянцевого журналов.

Ключевые слова: Глянцевый журнал. История.

Термин «журнал» произошел от французского «journal», что в переводе значит «дневник, газета». (Такое название давали французским газетам, когда журнал еще не отделился от газеты.)

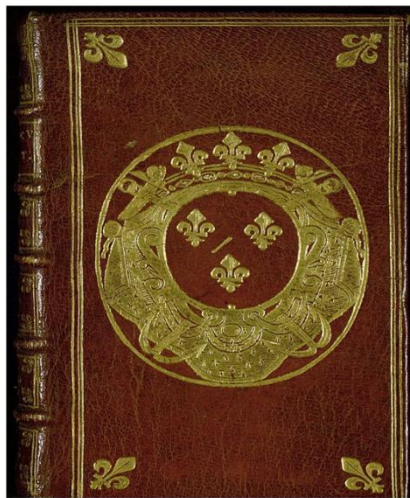
История

В 1679 году в Лионе вышел крохотный журнал *Mercure galant* dédié a Monseigneur Le Dauphin.

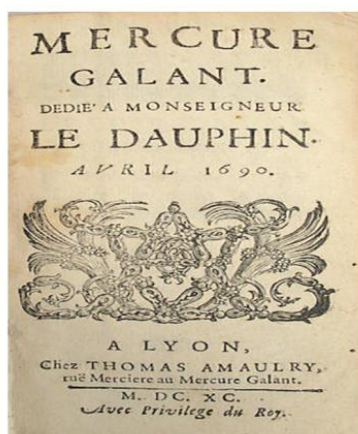


wow

Поклонники Парижа сейчас будут удивлены, но первый журнал мод появился вовсе не во французской столице моды, а в тихом городке Лион, который потом прославился вовсе не модой, а больше кулинарией.... Он не был похож на своих современных собратьев по виду, но был очень похож по идее. Практически современный *Vogue*.



Сначала журналы были с желтой и шершавой бумагой, а картинки в них были просто разукрашены. И только значительно позже, когда бумажная промышленность и полиграфия позволили бумаге стать блестящей, они стали глянцевыми.




В течение 18 века журналы мод появляются по всей Европе. В Германии выходит «*Journal des Luxus und der Moden*» (журнал о роскоши и моде), в Англии – «*The Lady`s Magazine*». В Париже - «*Galerie des modes et costumes*»

С журналами того времени сотрудничали самые известные писатели и поэты того времени. К примеру, Теофиль Готье писал об искусстве грима, Стефан Малларме – о женских брюках, Анатоль Франс – о социальной роли костюма. Одним из постоянных авторов журнала «О дамах и модах» был известный эстет – поэт граф Роберт де Монтеस्कью, который любил носить перстни с крупным черным жемчугом.

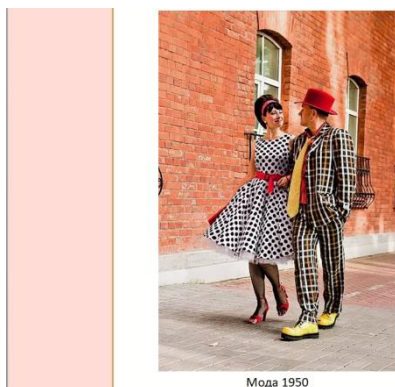
1920-е и 1950-е годы считаются «золотым веком глянца».

История

В 1920-е годы на французский рынок «приходит» американский **Vogue** и очень быстро завоевывает популярность.



Обложка журнала «Vogue»



В 1990-е и 2000-е процент рекламных материалов о моде увеличился до 95% и эта тенденция сохраняется по сей день: дается в основном реклама, изредка критика, и уже совсем редко – попытка анализа.

На сегодняшний день мир модного глянца состоит в основном из лицензионных журналов, таких как - *Vogue*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, *Cosmopolitan*, *l'Officiel*, – издающихся крупными издательскими домами по всему миру и конкурирующих между собой. Это журналы с многолетней историей и сильной редакторской командой.

В 21 веке модный глянец перестал существовать только лишь в бумажном виде. Каждый бренд и издательский дом имеет собственный сайт, часто - с интересной, оперативно выкладываемой информацией. Кроме того, *Cosmopolitan* имеет свое телевидение, состоящее из нескольких ТВ-сетей (англо- и испаноязычной).

ТОП-10 культовых журналов о моде

1) Vogue.

2) Elle.

3) Harper`s Bazaar.

4) Marie Claire.

5) Glamour.

6) Numero.

7) Dazed.

8) InStyle.

9) L'Officiel

10)Purple Fashion Magazine*

*По версии сайта парфюмерии и косметики Purple Fashion Magazine

Список использованных источников

1. Глянцевая история [Электронный ресурс]:
<https://trendymen.ru/lifestyle/media/117830/>
2. История глянцевых журналов[Электронный ресурс]:
<https://mylitta.ru/18-modnye-glyancevye-zhurnaly.html>
3. Обзоры глянцевых журналов [Электронный ресурс]:http://glossy.ru/magazine_links/

MONETIZATION OF PERSONAL BRAND OF BLOGGER

Sartakova Tatyana, student gr. R1611 RSBPEI "Altai Academy of hospitality",
Barnaul

Head: E. Mamaev, teacher RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul

Annotation: The article outlines the key aspects of the personal brand of the blogger and its application in business.

Keywords: brand; blogger; monetization; individuality.

УДК 659

МОНЕТИЗАЦИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА БЛОГЕРА

Сартакова Татьяна, студентка гр. Р1611 КГБПОУ «Алтайская академия
гостеприимства», г. Барнаул;

Руководитель: Мамаева Е.В., преподаватель КГБПОУ «Алтайская
академия гостеприимства», г. Барнаул;

Аннотация: Обозначены основные аспекты личного бренда блогера и его применение в бизнесе.

Ключевые слова: бренд; блогер; монетизация; индивидуальность.

Общее понятие личного бренда и специфика личного бренда блогера.

Во все времена общественность зачастую следует не за абстрактными обещаниями и идеологическими системами, а за людьми, лидерами общественного мнения. Во многом стать лидером способствует грамотно сформированный персональный бренд, который позволяет выделиться на фоне остальных, быть лидером и авторитетом в своем сегменте и занять ведущие позиции. При этом стоит понимать, что создание личного бренда — долгий, трудоемкий процесс, требующий профессионального подхода. Понятие «бренд» имеет весьма обширный смысловой контекст.

Традиционно под личным брендом подразумевается связь человека с его профессиональной деятельностью то, насколько у него хорошая репутация как у профессионала.

Для блогера профессия – это вести блог. Тогда, что такое личный бренд для блогера?

Для блогера понятие личного бренда становится шире и включает в себя не только репутацию как эксперта, но и:

- его личность, характер и жизненная история;
- эмоции, которые он вызывает у аудитории;
- уровень доверия к нему;
- ощущение у аудитории близости и знакомства с ним

Личный бренд блогера – это все то, что ассоциируется у людей с ним.

Основная цель личного бренда – это влияние на людей.

Блогер с сильным брендом способен влиять на поведение людей и побуждать их делать определенный выбор, совершать определенные действия, менять мировоззрение и предпочтения.

Признаки сильного личного бренда:

- людям интересна ваша жизнь и детали вашей повседневности;

- люди ценят ваше мнение по любому вопросу только потому, что это именно ваше мнение;
- ваш контент вызывает у подписчиков эмоции;
- высокая лояльность аудитории, много лайков и комментариев;
- хорошая эффективность рекламы и высокие продажи рекламируемых продуктов;
- ваше имя ассоциируется с высоким качеством товаров/услуг.

Почему люди подписываются на блогеров?

Так почему же люди подписываются на блогеров?

- ищут пример, мотивацию, ориентир;
- поиск подобия, «такого, как я»;
- подглядеть за чужой жизнью и получить эмоции;
- получить «одностороннего друга», удовлетворить потребность в близости с другим человеком.

Личный бренд транслируется через самопрезентацию.

Это все то, что вы показываете и рассказываете о себе.

Элементы самопрезентации

Элементы самопрезентации

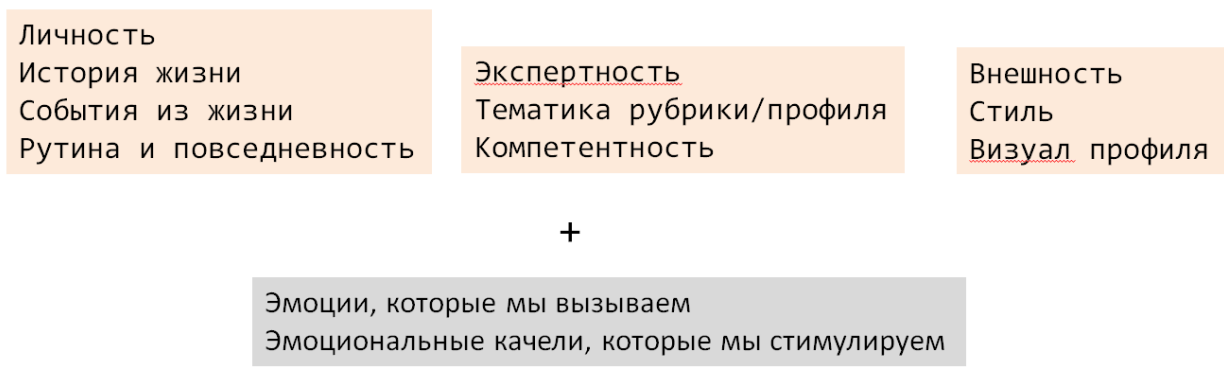


Рисунок 1 – Элементы самопрезентации

Самопрезентация – это средство формирования собственного образа, демонстрация своей личности перед окружением. Также это управление впечатлением, которое выступающий производит на слушателей.

Основная задача такого личного представления – это привлечь интерес публики и побудить ее к определенным действиям.

Теория мелочей

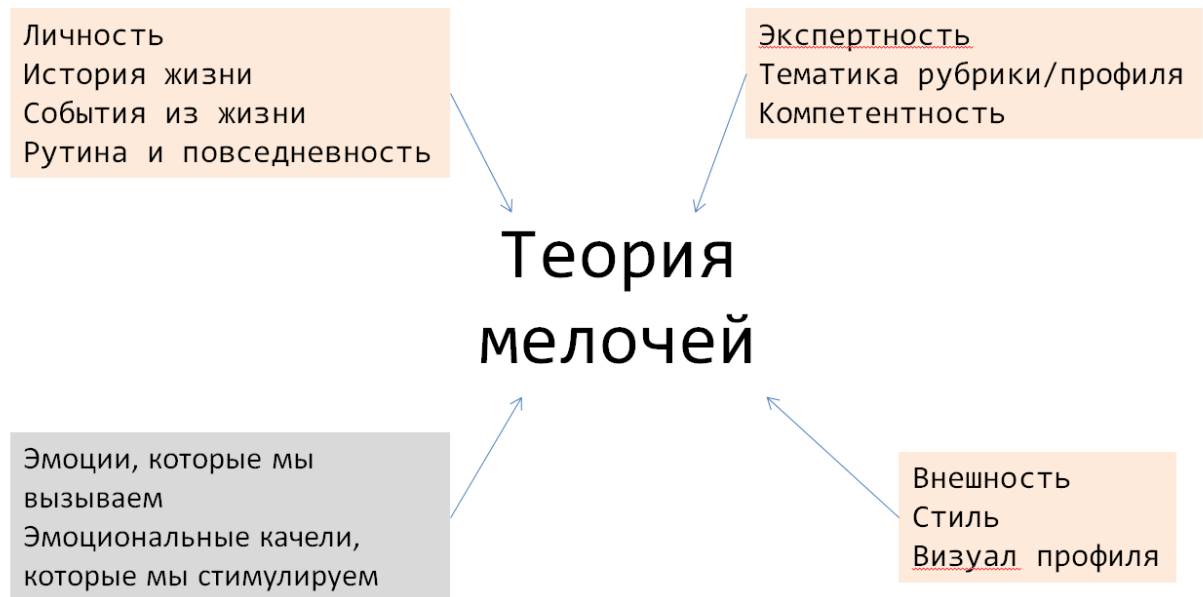


Рисунок 2 – Теория мелочей

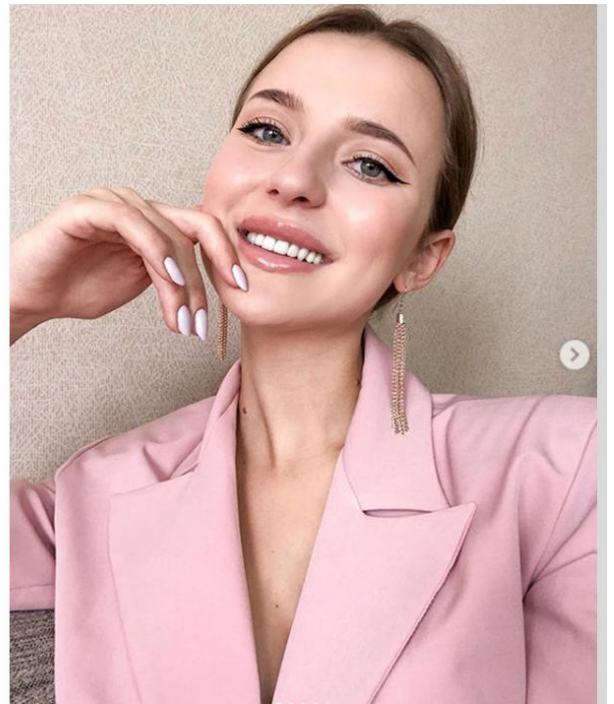
Теория мелочей - в контексте личного бренда, блогеру присущи различные особенности. Это кирпичики самопрезентации и индивидуальности. Именно они создают личный бренд.

Блок самопрезентации на примере Александры Посновой

Внешность, манера речи,
поведение, стиль, визуал
профиля

Экспертность, тематика/рубрики

Личность, история жизни,
повседневность



Пример самопрезентации

Пухлые губы, стрелки
Смешное/милое поведение
Контраст подросткового образа с
бизнесом и серьезными темами

Рубрика про косметику
Посты с лайфхаками где покупать
дешевую, но хорошую косметику

Тренировки в зале
Жизнь молодой мамы
Готовка
Яйцеварка



Рисунок 3 – Блок самопрезентации

Мелочи побуждают интерес и вызывают эмоции. Александра Поснова купила яйцеварку. Даже этим она вызвала эмоции:

- удивление, непонимание, злость;
- принятие, радость, понимание.

Люди разделились на два мнения. Кто-то понимает, что она молодая мама и ей иногда не хватает времени даже на элементарную варку яиц, другие же обвиняют ее в лени.

Если эта яйцеварка появляется снова. У автора с подписчиками появляются локальные шутки и мемы по этой теме. При каждом ее появлении у постоянных подписчиков возникает эффект узнавания и теплые эмоции, как с настоящими друзьями.

Личный блог и тематический блог.

У тематических блогов личный бренд завязан на теме. Если ведешь личный блог, то избавляясь от какой-то мелочи, ничего не потеряешь, но если меняешь тему – теряешь часть бренда и подписчиков.

Блог

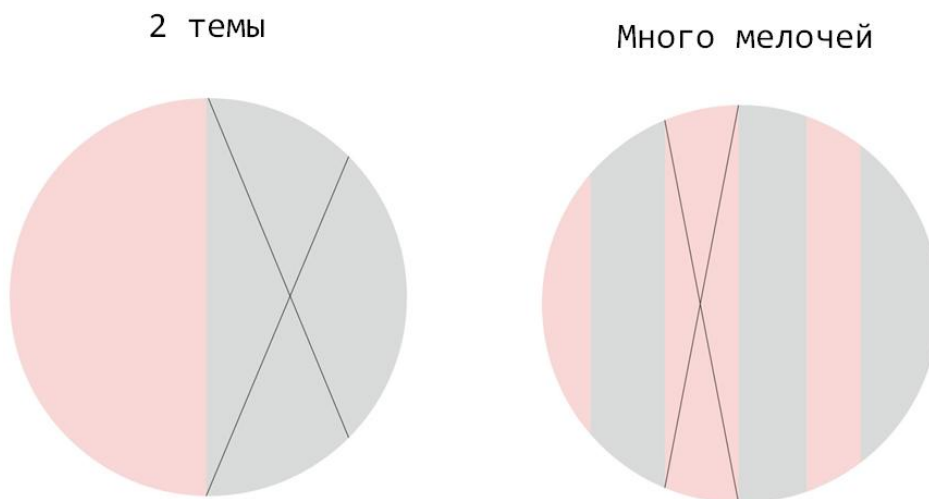


Рисунок 4 – Блог

Возьмем на примере два блога, один основан на двух основных темах, другой состоит из мелочей. Если мы уберем одну тему из первого, то соответственно потеряем половину контента, а это риск, что можем потерять большую часть аудитории. Ведь люди подписывались именно из-за интереса к этой теме. Риск снижается, если блог состоит из мелочей, убрав одно можно заменить другим, соответственно подписчики останутся.

Многие блогеры, достигшие успеха в какой-то определенной нише, продолжают бить в одну точку, даже если эффективность падает.

Нужно наоборот! Идти дальше и не останавливаться!

Нужно быть интересным как сериал, каждую серию которой с нетерпением ждут зрители.

Принцип кардиограммы.

Принцип кардиограммы

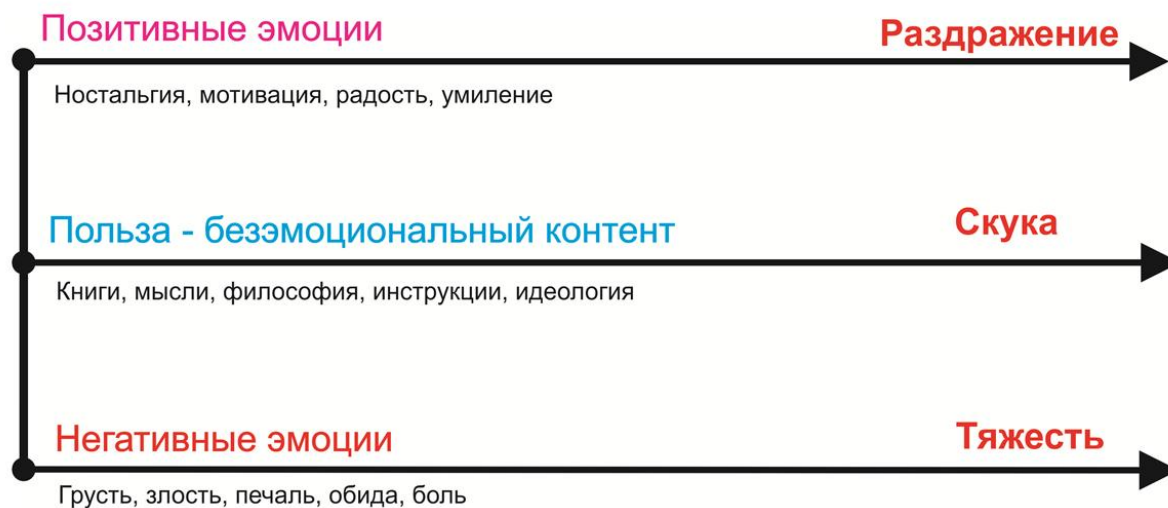


Рисунок 5 – Кардиограмма

С левой стороны тематика постов, на правой стороне результат от бесменного постинга одной тематики.

Необходимо удерживать баланс "Принцип кардиограммы", но это условно и не является догмой, не надо крайностей, это значит, что не должно быть жестко прописанного контент плана, а по наитию и вдохновению. Делайте контент от души из тех тем, которые вас волнуют. Делайте заметки с идеями на будущее. Контент план лучше для коммерческих аккаунтов брендов.

Принцип кардиограммы

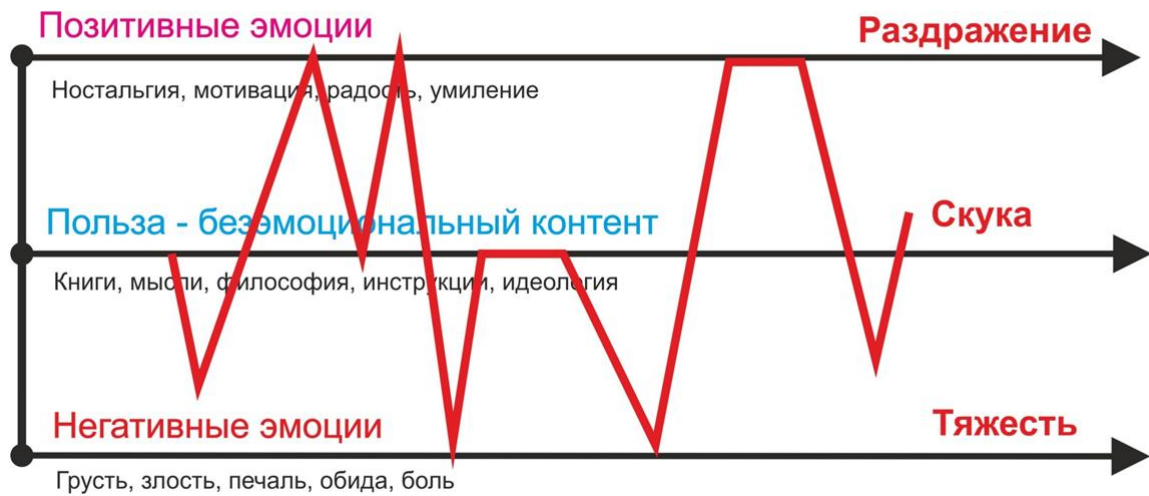


Рисунок 6 – Кардиограмма

Описывайте также проблемы и успехи в своей жизни, факаты и победы. Повседневности и положительных эмоций больше в сториз, негативных эмоций и полезного контента больше в постах. Главная тема - ваша жизнь.

Внешность как элемент личного бренда.

Часто визуальный образ не соответствует тому впечатлению, которое вы хотите произвести на окружающих. Причина: то, что вы транслируете, противоречит вашим представлениям о себе.

Главное правило: не делайте со своим образом того, чего не хотите!

Расписывая, какое впечатление хотите произвести и в каких сферах жизни, можно определить красную нить своего внешнего вида. Если основной стиль — минимализм, не нужна многослойность, броские аксессуары, но важно качество ткани. Дополнительный стиль — тот, который вы будете применять к основному.

Существует 3 известные группы блогеров:

1. Консервативная внешность - минимум обнаженки, более строгий образ, для более взрослой аудитории
2. Расслабленная - более молодая аудитори, примерно 25 лет, более неформальный вид, яркие цвета, спорт одежда, купальники

3. "Голые блогеры" - бикини, купальники. От 30% до 50% контента - обнаженка. В основном пишут про отношения.

Выбор образа происходит не от темы блога, а от целевой аудитории, на которую вы работаете. Допускается микс стилей на ваше усмотрение.

Советы по поддержанию интереса

1. Проявлять активность в постах, сториз (инстаграм, вк), эфирах;
2. Показывайте отзывы людей о вашей работе;
3. Давайте людям полезный контент по вашей теме;
4. Рассказывайте о случаях из практики.

Минус личного бренда в бизнесе: страдает личный бренд - страдает бизнес.

Список использованных источников

1. Юрген Саленбахер [Текст]: книга «Создайте личный бренд»
2. Дэвид Огилви [Текст]: книга «Откровения рекламного агента»
3. Лайфхакер//Статья [Электронный ресурс]: <https://lifehacker.ru/sozdanie-lichnogo-brenda/>
4. Привет блогер// Статья [Электронный ресурс]: <https://helloworld.ru/journal/ne-nuzhen-lichnyj-brend/>

MARKETING ASPECTS OF FUNCTIONING A CHILDREN'S GAME ROOM

Tarasova Aleksandra, student gr. R1611 RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul;

Head: Mamaeva E.V., teacher, RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul.

Annotation. The main problems in the field of children's organized leisure through commercial activities are identified . The result of the analysis of the functioning of children's playrooms in the city of Barnaul is presented .

Key words: entrepreneurial activity; children's playroom ; professional readiness for entrepreneurial activity.

УДК 659

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДЕТСКОЙ ИГРОВОЙ КОМНАТЫ

Тарасова Александра, студентка гр. Р1611 КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул;

Руководитель: Мамаева Е.В., преподаватель КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул.

Аннотация. Обозначены основные проблемы в сфере детского организованного досуга через коммерческую деятельность. Представлен результат анализа функционирования детских игровых комнат города Барнаула.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность; детская игровая комната; профессиональная готовность к предпринимательской деятельности.

В настоящее время детские игровые комнаты стали неотъемлемой частью торгово-развлекательных центров, супермаркетов, ресторанов, кафе, аэропортах и даже театрах. Детская игровая комната стала отличным решением вопроса активного и полезного времяпровождения детей, а также являются незаменимым помощником родителей.

Детская игровая комната – это комната или общественное помещение с игрушками и оборудованием, предназначенными для детских игр и развлечений. В отличие от дневного детского сада, это может быть не отдельное помещение, а часть общественного помещения (например, холла), где дети могут играть без наблюдения квалифицированного персонала.

[ГОСТ Р 53423-2009]

Детская игровая комната — это отличное место для проведения детского праздника, будь то день рождения или тематическая вечеринка. Некоторые детские игровые комнаты предоставляют возможность:

- Организовать развлекательную программу;

- Пригласить аниматоров;
- Организовать дискотеку;
- А также сладкий стол.

На таком празднике, маленькие гости найдут занятие по душе: бегать, прыгать на батуте, кувыряться в бассейне с шариками, лазить по горкам, рисовать или играть в куклы.

Существует несколько классификаций детских игровых комнат:

1. По месту расположения;

- В торговых развлекательных центрах;
- В зданиях жилого пользования;
- В специальных бизнес зданиях;
- Отдельно стоящие.

2. По возрастам;

3. По специфике предоставляемых услуг;

- Сочетание множества направлений;
- Сочетание нескольких направлений;
- Узконаправленные.

4. По масштабу;

5. По наличию сценария.

Самые известные в Барнауле детские игровые комнаты:



Весёлкино



Игрополис



Город
профессий
КИДВИЛЬ



Шоу
сумасшедшего
профессора
Николя



38 попугаев



Трам-пам-
парк



Квестленд



Кошки-
Мышки

Среди них можно взять для более подробного анализа две – Весёлкино и 38 попугаев

Весёлкино

Место расположения - Пр-т. Строителей, 117, ТРЦ «GALAXY» 3-й этаж

Время работы - Ежедневно с 10:00 до 22:00

Услуги:

- 1) «Входной билет» – посещение детского парка по входному билету;
- 2) «Дни рождения» – организация дня рождения в стенах Весёлкино;
- 3) «Квест – лучший подарок» - добавление квеста в групповую поездку

или праздник;

4) «Футбольные тренировки» - секция по футболу в Весёлкино;

5) «Сопровождение ребёнка» - сотрудник Весёлкино будет сопровождать ребёнка.

Цены:

1 час

Единый входной билет

В будни: 350 руб.

В выходные: 400 руб.

Взрослый (18+)

Каждый сопровождающий ребенка: 100 руб.

Самостоятельное посещение: по цене единого входного билета

БЕЗЛИМИТ

Безлимитный входной билет (ребенок + взрослый)

В будни: 500 руб.

В выходные: 600 руб.

Взрослый (18+)

Дополнительный сопровождающий ребенка: 100 руб.

Самостоятельное посещение: по цене безлимитного входного билета

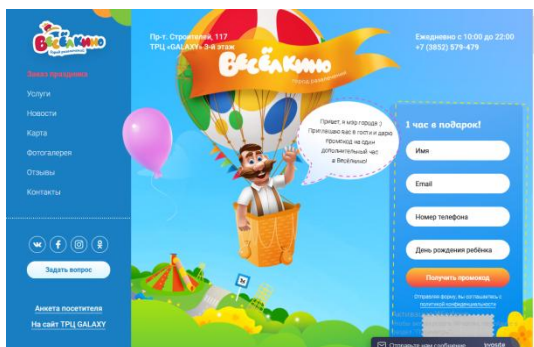
Возрастное ограничение: нет

Посещаемость:

В будние дни – 7 человек за 10 минут (3 взрослых, 4 ребёнка), 42 человека за час, 504 человека в день

В выходной день – 16 человек за 10 минут (7 взрослых, 9 детей), 96 человек в час, 1152 человек в день

Оформление:



Оформление сайта



Вывеска



Карта помещения



Оформление входа

38 попугаев

Место расположения - г. Барнаул, пр. Ленина 155а (ТЦ "НОРД-ВЕСТ")

Время работы - с 11.00 до 20.00, суб.воскр. с 10 до 20

Услуги:

- 1) «Входной билет» – посещение детского парка по входному билету;
- 2) «Детский день рождения» – организация дня рождения в стенах 38 попугаев;
- 3) «Веселые детские утренники» - веселые детские утренники для детей;
- 4) «Семейный праздник с ребенком» - семейный праздник который наполняет и детей, и родителей энергией и вдохновением;
- 5) «Присмотр за ребенком» - сотрудник 38 попугаев будет сопровождать ребёнка.

Цены:

Время проведения в игровой комнате	30 мин	50 р. (детям до 1года)
		120 р. (детям до 10 лет)
Для проведения дня рождения	1 час	1200 руб.
Индивидуально	1 час	1500-1800 руб.
В будние и выходные дни	1 час	180 руб.

Возрастное ограничение: дети от 0 до 10 лет

Посещаемость:

В будние дни – 3 человек за 10 минут, 18 человека за час, 198 человека в день

В выходной день – 9 человек за 10 минут, 54 человек в час, 648 человек в день

Оформление:



Оформление сайта



Оформление входа

Подводя итоги анализа, можно выявить примерный ежемесячный доход обеих игровых комнат. Хотя и в Весёлкино выручка больше, составляя 6 092 899 рублей в месяц, чем у 38 попугаев – 528 165 рублей в месяц, не считая мелких расходов и прочей платы.

Так же главным сходством анализируемых комнат является их формат – открытый доступ посещения + расположение в торговых центрах. Это гарантирует поток прибыли ежедневно, смотря уже от размеров и интереса к ней детей.

Практически во всех торговых центрах имеются по несколько площадок, расположенных в приоритете на этаже с фут-кортом, поэтому конкуренция в данном формате очень высока, особенно учитывая близость таких точек друг к другу.

Если создавать прибыльную детскую игровую комнату в таком формате, нужно на первоначальных её этапах жизненного цикла вложить не мало средств, так как комнаты меньшего размера и с меньшим наполнением не такие востребованные. Да и нужны нестандартные средства обхода конкурентов, креатив и энергия, ведь, если представить торговый центр как отдельный рынок сбыта, то конкурировать с уже имеющимися в нём комнатами очень непросто. Поэтому организовать бизнес подобного рода малыми силами сложно.

Существует опасность работы с детьми, особенно учитывая активный отдых. Нужно уделять не малое внимание стандартам гигиены и безопасности окружения.

Учитывая всё вышперечисленное, можно сказать, что при большом вложении детская игровая комната станет прибыльной, определённо подходит для среднего или большого бизнеса и является достойным средством реализации предпринимательской деятельности.

Список использованных источников

- 1 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения: ГОСТ Р 53423-2009, от 2010-07-01.
- 2 Бизнес-план детской игровой комнаты (3 марта 2017) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.beboss.ru/bplans/87-playroom>
- 3 Весёлкино. Город развлечений (17 августа 2015) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.veselkinodrc.ru/>
- 4 Детский игровой комплекс 38 попугаев (5 апреля 2016) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://38parrotsgame.ru/>
- 5 Многофункциональная игровая комната для детей. Игровая детская комната (21 июля 2018) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gruzotvezem.ru/raznoe/igrovaya-detskaya-komnata.html>
- 6 Юридические нормы при открытии детской комнаты на фестивале (21 мая 2017) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://pravoved.ru/question/1642263/>

TRAINING FOR TRAVEL INDUSTRY BY EDUCATIONAL CATALOGS OF THE INTERNET

Kalashnikova Yana Anatolyevna, student

Goncharova Natalia Gennadyevna, head

Regional state budgetary professional educational institution
«Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul

Annotation. The advantages of the profession of a manager of the tourism sector are presented, the educational sites, catalogs and sites with the services of training for tourism managers are analyzed.

Key words: travel agency, tourism manager, training, distance education.

ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ТУРИНДУСТРИИ ПОСРЕДСТВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ КАТАЛОГОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Калашникова Яна Анатольевна, обучающаяся
Гончарова Наталия Геннадьевна, руководитель
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул
goncharova-ng@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены преимущества профессии менеджера туристической сферы, проанализированы образовательные сайты, каталоги и сайты с предложениями услуг по обучению менеджеров по туризму.

Ключевые слова: туристическая фирма, менеджер по туризму, обучение, дистанционное образование.

Индустрия туризма считается одной из самых быстро развивающихся и перспективных. А это значит, что человек, избравший туризм своей профессией, никогда и нигде не пропадет. Но если раньше в этот бизнес приходили "с улицы" и учились всему на практике, то сейчас туристической индустрии во всем мире требуются профессионально подготовленные кадры.

Туризм - такой же бизнес, как и любой другой. И в этой сфере нужны профессиональные кадры разного уровня - от секретаря до управляющего. Поскольку туристическая деятельность тесно связана с работой с людьми, очень важно, чтобы все сотрудники составляли единое целое, одну команду, были дружелюбно настроены по отношению к клиенту, могли заменить друг друга.

В России профессия менеджера по туризму долгое время была окружена ореолом романтики. Дальние страны, работа с иностранными туристами, интересные путешествия. Сегодня отношение к профессии изменилось. Все чаще люди, выбирающие эту сферу, понимают, что экзотики здесь совсем немного, и они морально готовы к тяжелой, нервной работе.

В настоящее время профессия туризма довольно востребована на рынке, но, к сожалению, не любой человек может быть менеджером, а только обладающий определенным набором личных и профессиональных качеств.

Менеджеры туристической сферы должны уметь составлять разнообразные групповые и индивидуальные туры, четко отслеживая предложения и спрос. Менеджерами по работе с клиентами могут быть только очень терпеливые люди: ведь им приходится рассказывать одно и то же по несколько раз в день и угождать каждому клиенту (требование стандарта: клиент не должен ждать обслуживания более шести минут). Кроме того, нужно быть хорошим психологом, чтобы найти подход к каждому и каждого удовлетворить. Менеджеры направлений и туров, как правило, специализируются только на определенных странах или видах туров (например, VIP-поездки или экстремальный туризм). Работа в службе бронирования требует четкости, быстроты реакции, коммуникабельности и, конечно, отличного знания дела. В небольших турфирмах менеджеры, как правило, заняты всем понемножку - и турами, и бронированием, и оформлением виз и страховок. В крупных компаниях каждым из направлений занимается отдельный менеджер или группа менеджеров.

Без специальной подготовки очень трудно разбираться во всех аспектах туристской индустрии.

В последние годы в ВУЗах нашей страны популярным стало открывать отделения туризма, где готовят и в дальнейшем выпускают состоявшихся специалистов данной специальности.

На рынок туристической индустрии приходят выпускники ВУЗов, имеющие недостаточный уровень профессиональной подготовки и практических навыков. Для решения этой проблемы необходимо активно внедрять в учебный процесс педагогические инновации, новые образовательные технологии, ориентироваться на рынок труда.

Особую роль призваны сыграть заочное обучение, электронное и дистанционное образование, использование Интернет-тренажеров, дистанционное руководство выполнением дипломных проектов.

На сегодня в Интернет существует образовательные сайты, каталоги и сайты с предложениями услуг по обучению менеджеров по туризму. Рассмотрим некоторые из них:

1. «AviaTourExpert» (<https://www.aviatour-expert.ru/>) -АвиаТур-Эксперт предлагает услуги по обучению с нуля и повышению квалификации для работников туристических организаций. Преимущество состоит в том, что эти курсы могут проводиться дистанционно и позволяют сократить расходы на командировки с целью обучения. Преподаватели центра разработали уникальные авторские методики, которые позволяют эффективно овладеть необходимыми знаниями и начать полноценную работу сразу по окончании обучения.

2. «Международная Академия Экспертизы и Оценки» (<https://туризм.маэо.рф/>) - ЧУ «ООДПО «Международная Академия Экспертизы и Оценки» осуществляет подготовку специалистов по туризму и сервису. Академия основана в 2013 году и благодаря доступным ценам и высокому качеству обучения быстро стала организацией федерального масштаба. Здесь успешно прошли обучение более 10 056 человек из всех 85 субъектов Российской Федерации. Данный курс позволит освоить востребованную и интересную профессию менеджера по туризму и смело занимать любую должность в экскурсионной турагентской туроператорской деятельности и гостеприимства.

3. «ЦГП Безопасность. Выживание. Спасение» (<http://tourprof.org/index.html>) -Учебно-методический центр «Безопасность. Выживание. Спасение» осуществляет образовательную деятельность в соответствии с ч.1 ст.13 и ст.15 Федерального закона от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» на основе сетевого взаимодействия с Северо-Кавказскоймежотраслевой академией повышения квалификации,

подготовки и переподготовки кадров. Центр имеет более чем 10-летний опыт в подготовке инструкторов спортивного туризма и инструкторов-проводников.

4. «Profi turizm» (<https://profi-turizm.ru/#!/about>) – На данном сайте предоставляется эффективный курс под руководством профессионалов с многолетним опытом. Так же предложены услуги: индивидуальные консультации, онлайн обучение, очное обучение, уроки по туризму.

Кроме заочного и дистанционного обучения в сети представлен огромный спектр сайтов для самообразования, такие как:

1. «Geonature» (<http://www.geonature.ru/geoslov/>) - Данный сайт является сборником ресурсных материалов по физической географии России (Евразии) и других материков мира.

2. «Энциклопедия Кругосвет» (<https://www.krugosvet.ru/about>) - На данном сайте предоставляется универсальная научно-популярная энциклопедия, в которой можно найти все, включая материалы по изучению в сфере туризма.

3. «Географический портал» (<https://geoportal.rgo.ru/>) -Морские карты. Собрание карт и планов из изданий РГО. Россыпь карт, планов и других примечательных материалов. Региональные атласы. Атласы мира. Русское географическое общество.

В Алтайском крае в 1997 году группой студентов Барнаульского педагогического института создан Клуб активного туризма «Скала» «КАТ Скала» (<http://shkolagidov.skala-tour.ru/>), который предоставляет возможность слушателям: работать на коммерческих маршрутах в команде клуба и партнеров, оформлять удостоверения инструктора спортивного туризма с внесением во всероссийский реестр, самостоятельно планировать и проводить спортивные и приключенческие туры для себя и своих друзей, участвовать в спортивных категорийных походах и получать спортивные разряды.

В успешной работе туристических фирм, агентств, туроператоров ключевую роль играют сотрудники, умеющие работать с клиентами и организовывать для них отдых в соответствии с пожеланиями, претензиями,

возможностями и другими, чаще всего, субъективными, запросами. Вот почему обучение на менеджера по туризму требует ответственного подхода – иначе квалифицированным специалистом не станешь.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ

Аканова Перизат Рымгазыевна- мастер производственного обучения КГКП

«Колледж бизнеса и сервиса» Казахстан Восточно-Казахстанской области

г.Семей

Молодежь является наиболее значимым звеном в предпринимательской среде. Ведь именно сегодняшняя молодежь, молодежное предпринимательство будут определять облик нашей страны уже через 10 лет, от развития сегодняшнего молодежного бизнеса будут зависеть темпы экономического роста и развития нашей страны завтра.

Предпринимательство в современном Казахстане, хотя и испытывает значительные трудности, - уже свершившийся факт. Оно защищено законом и будет развиваться. Актуальность выбранной темы очевидна, ибо рыночной экономики без предпринимательства не бывает. И хотя оно у нас находится в зачаточном состоянии, сомнений в том, что бизнес будет ведущей сферой общественного производства, нет.

Переход к рыночной экономике требует радикальных преобразований структуры производства, направленных на преодоление монополизма и развития конкуренции. Решение этой задачи невозможно, как подтверждает мировой опыт, без развития предпринимательства, основанного на различных формах собственности.

В Республике Казахстан интенсивно создаются все предпосылки развития предпринимательской деятельности, в частности, осуществлена большая работа по приватизации собственности, благодаря которой создается прочная экономическая основа для развития предпринимательства, значит и общества в

целом. Страна процветает благодаря предпринимателям, а предприниматели – благодаря поддержке своих государств.

Одним из важнейших стратегических факторов устойчивого экономического развития и достижения нормального уровня жизнеобеспечения населения является формирование цивилизованного современного предпринимательства в экономическом пространстве Казахстана, во всех сферах и отраслях производства, на каждом предприятии и в их объединениях.

Сегодня молодежь Казахстана стремится внести свой вклад в развитие экономики страны. Многие студенты стремятся открыть свой перспективный бизнес, но не у всех есть возможности или средства для осуществления своей цели. Поэтому создание бизнес – инкубатора может стать стартовой площадкой для молодежного предпринимательства. К примеру, в Кызылорде при гуманитарном колледже имени Маншук Маметовой при поддержке регионального филиала фонда «Даму» в марте 2016 года был открыт бизнес-инкубатор для обучения студентов предпринимательству.

Совместными усилиями фонд, региональная палата предпринимателей и колледж создают благоприятные условия для предпринимательской деятельности молодежи - от 18 до 29 лет.

На базе бизнес-инкубатора при поддержке «Даму» в течение года будут проходить бизнес- тренинги, встречи с успешными предпринимателями, бизнес-игры и другие мероприятия, направленные на повышение предпринимательского потенциала студентов. У молодежи есть возможность выносить, обсудить и воплотить в реальность бизнес-идеи. Основная цель инкубатора – это формирование своеобразного центра образования и платформы поддержки студенческого предпринимательства.

Создание благоприятных условий для начинающих предпринимателей, где вновь создаваемые предприятия набираются опыта и получают помощь для дальнейшего роста, укрепления своих позиций на рынке являются основной целью создания бизнес - инкубатора. После достижения определенного уровня развития фирма покидает бизнес - инкубатор и начинает самостоятельное

существование, уже имея значительный опыт и потенциал, которые позволяют ей не только избежать банкротства, но и расти дальше.

Другими словами, большинство бизнес - инкубаторов просто сосредоточены на коммерческой недвижимости, а не инкубации и поддержки бизнеса. Во время встреч Макроэкономического Проекта в феврале и марте 2012 года, название двух инкубаторов, а именно «Содби» в г. Шымкент и бизнес - инкубатор в г. Атырау, упоминались часто. Тем не менее, они не осуществляют инкубацию стартап компаний, так как они самофинансируемые организации и оказывают, в основном, услуги, для тех компании, которые могут позволить себе платить. В этом заключается главная проблема открытия и дальнейшего развития бизнес – инкубаторов в Республике Казахстан.

На сегодняшний день в стране действует 8 региональных технопарков, основным видом деятельности которых является технологическое бизнес-инкубирование. Программа по бизнес-инкубированию реализуется Министерством по инвестициям и развитию РК, начиная с 2010 года. Если привести статистику то в 2010 - 2015 годы в рамках данной программы было реализовано порядка 116 проектов на общую сумму финансирования 975 млн тенге.

Молодежный бизнес играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров. Расширение возможностей и усиление влияния молодежного предпринимательства обуславливает необходимость использования его потенциала. Молодежный бизнес является существенным сегментом малого предпринимательства.

Таким образом, на сегодняшний день молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого бизнеса в Казахстане. Создание благоприятных условий, стимулирующих молодёжь заниматься предпринимательской деятельностью, рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня.

Следует отметить, что в большинстве регионов Казахстана не развиты площадки, на которых молодые люди могли бы получать актуальные знания и навыки, обмениваться информацией, разрабатывать собственные идеи, получать консультации экспертов. В результате инновационные идеи либо не появляются, либо не выходят на рынок, оставаясь в стенах вузов и научных лабораторий.

Особенности молодежного предпринимательства

Согласно статистике, 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 % решается на это (Global Entrepreneurship Monitor Consortium 2013).

Выделение молодежного предпринимательства в качестве особого сегмента предпринимательства происходит потому, что в отличие от других видов предпринимательства оно имеет свои специфические признаки, сильные и слабые стороны.

Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства

Сильные стороны молодёжного предпринимательства

- Высокая инновационная активность, инновационность мышления;
- Высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота реакции по освоению новых рынков;
- Высокий уровень возможностей систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с меняющимися требованиями производства и рынка;
- Потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, сопровождающие предпринимательскую деятельность, особенно на её стартовом этапе;
- Предрасположенность молодёжи к риску.

Слабые стороны молодёжного предпринимательства

- Незначительный социальный опыт;

- Отсутствие деловой репутации;
- Слабые практические навыки применения экономических законов и механизмов;
- Проблема формирования стартового капитала;
- Недостаток личных контактов в сфере бизнеса и во властно-управленческих структурах;
- Незащищённость от воздействия бюрократических структур;
- Наиболее активный соблазн «теневое» предпринимательства и незащищённость от воздействия криминальных структур.

Данные признаки, выделяя молодежное предпринимательство в особую категорию, определяют основные задачи по его поддержке: развитие сильных и преодоление слабых сторон.

На сегодняшний день нерешенным остается целый ряд специфических проблем, влияющих на готовность молодых людей создавать самостоятельные бизнес-проекты.

Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы. Молодежное предпринимательство – это очень сложный сектор, который требует особенно серьезного внимания со стороны государственных органов. Его правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионе, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению инвестиционной привлекательности региона.

Однако молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями в создании предприятий, так и с недостаточной образованностью молодых людей. Сюда относятся высокие ставки налогов и процентов за кредиты, отсутствие начального капитала в руках молодых людей,

ограниченность или отсутствие экономических и производственных связей ввиду непродолжительности своей деятельности и недостаточности опыта. Эти и другие проблемы требуют обязательного их решения путем государственной поддержки молодежного предпринимательства. Ввиду неинформированности молодых людей о существующих методах поддержки молодежного предпринимательства существует необходимость в проведении различных акций, конкурсов, создании информационных баз в учебных заведениях. Все эти меры будут способствовать тому, что молодые люди перестанут воспринимать предпринимательство, бизнес как недоступную им сферу деятельности.

Чтобы войти равным партнером в мировое хозяйство и мировой рынок, нужно сформировать предпринимательский тип воспроизводства в стране. Но и сам процесс создания воспроизводства предпринимательского типа невозможен в отрыве от мирового хозяйства, ибо современный уровень производительных сил таков, что нельзя быть конкурентоспособным во всех отраслях и сферах производства. Нужно обоснованно выбрать свою нишу в мировом рынке, используя преимущество в обеспечении теми основными и развитыми факторами производства, которыми располагает в данное время Республика Казахстан.

Тем не менее, малый и средний бизнес в Казахстане продолжает испытывать серьезные трудности, для преодоления которых необходима последовательная работа, прежде всего, по дальнейшему совершенствованию законодательства, финансовой поддержки, повышению эффективности региональных программ развития, по устранению административных барьеров и преодолению коррупции, по повышению инновационного потенциала, а также по развитию предпринимательского образования.

В мировой практике функционирует огромное количество малых и средних компаний и предприятий. Так, например, в США, странах ЕС функционирует свыше 20 млн. фирм, в Китае насчитывается около 40 млн. мелких и средних

предприятий, в то время как в Казахстане их в два десятка раз меньше (1,5 млн. зарегистрированных предприятий и индивидуальных предпринимателей).

Однако при сравнении необходимо помнить о наличии объективных специфических особенностей развития частного предпринимательства в разных странах, обусловленных историческими и культурными традициями, уровнем развития экономики, а также законодательными и институциональными условиями поддержки сектора МСП в той или иной стране.

Литература

Доклад «Doing Business 2014: Понимание регулирования деятельности малых и средних предприятий» // Официальный сайт Всемирного банка.

«Дорожная карта бизнеса 2020» // <http://www.damu.kz>

Дауранов И.Н. Поддержка малого и среднего бизнеса: использование зарубежного опыта в Казахстане // Менеджмент качества. – 2009. – № 1. – С.

Малое и среднее предпринимательство в Республике Казахстан» // Статистический сборник. – Астана, – 94 с.

Череданова Л. Н. Основы экономики и предпринимательства. - М:

ПрофОбрИздат.-2002.

Кантарбаева А.К. Предпринимательство: институционально – эволюционный подход. – Алматы: Раритет, 2000.

Храпунов В. Малый и средний бизнес – залог успеха.//Мысль.- 2003. -№8.-

С.52.

*Маркова Ирина Александровна
преподаватель экономики,*

КГБПОУ « Бийский промышленно-технологический колледж»

Становление и развитие в России предпринимательства является закономерным и объективным процессом реализации экономических реформ и

формирования в перспективе цивилизованной рыночной экономики. В условиях модернизации образования, когда основным способом активизации учебной деятельности признается исследование, творчество, и креативность особенно актуальным в сфере педагогической теории и практики становится поиск решения проблемы развития у студентов новых подходов, исследовательских компетенций в предпринимательской деятельности. Однако, несмотря на высокую потребность современного общества в людях, способных к самостоятельному развитию предпринимательских способностей во всех сферах жизнедеятельности, наблюдается недостаточная готовность средне специального образования к решению этой проблемы. В связи с этим одним из приоритетных направлений современного образования является обучение студентов основам предпринимательства, их адаптации и ориентации в рыночных условиях, формирование экономического мышления, развитие экономической культуры. Разработка методической системы, способствующей формированию и развитию необходимых компетенций студентов, является актуальной задачей современного качественного образования.

С этой целью была разработана рабочая программа учебной дисциплины «Основы бизнеса и предпринимательской деятельности», реализующая федеральный государственный стандарт среднего общего образования в пределах освоения образовательной программы среднего профессионального образования подготовки квалифицированных рабочих, служащих на базе основного общего образования. Основными направлениями программы являются: развитие экономического мышления, умение принимать рациональные решения, оценивать возможные последствия для себя, окружения и общества в целом; воспитание ответственности за экономические решения, овладеть умением находить актуальную экономическую информацию в источниках, включая Интернет; решать практических задач в реальной жизни, в том числе в семье; формировать готовность использовать приобретенные в сферах малого предпринимательства и индивидуальной трудовой деятельности для ориентации в выборе профессии и дальнейшего образования;

Кроме того в программу включено содержание, направленное на формирование у студентов общих компетенции, необходимых для качественного освоения образовательной программы среднего профессионального образования подготовки квалифицированных рабочих, служащих на базе основного общего образования с получением среднего общего образования. Разнообразие видов учебной деятельности предусмотренные, при изучении курса формируют у обучающихся экономическую грамотность, позволяющую анализировать проблемы и происходящие изменения в сфере экономики и предпринимательства, вырабатывать на этой основе аргументированные суждения, умения оценивать возможные последствия принимаемых решений. 50% учебного времени от обязательной аудиторной нагрузки отводится на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная внеаудиторная работа обучающихся предполагает выполнение практико – ориентированных, творческих, заданий, подготовку сообщений и рефератов, изучение законодательства РФ о предпринимательской деятельности, работу с источниками экономической информации на основе использования средств коммуникации (включая ресурсы Интернета), составление бизнес-плана.

В содержание учебной дисциплины включены практические занятия, имеющие профессиональную значимость для студентов, осваивающих выбранные профессии, в том числе формируют у них способность к саморазвитию и самозанятости в условиях конкурентного рынка.

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Нормативно - правовое обеспечение предпринимательской деятельности		10
1.1. Организационно правовые формы предпринимательской деятельности	Права и обязанности предпринимателя, ответственность. Индивидуальное предпринимательство. Малое предпринимательство. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Утверждение, регистрация ,банкротство, реорганизация и ликвидация хозяйствующего субъекта.	5
1.3. Государственное регулирование предпринимательской деятельности	Формы государственного регулирования: антимонопольное, бюджетное, денежно- кредитное регулирование. Техническое регулирование качества продукции, работ и услуг. Лицензирование отдельных видов хозяйственной деятельности	3
	Контрольная работа №1: «Нормативно-правовое обеспечение предпринимательской деятельности»	1
	Виды учебной деятельности студентов - формирование понятий: «хозяйственное предпринимательское право», «объекты» и «субъекты», - знакомство с источниками хозяйственного права, - определение целей предпринимательской деятельности, - определение малого предприятия, согласно законодательства РФ, - изучение схемы организационно-правовых форм предприятий, характеристика каждой формы (товарищества, общества, кооперативов, унитарное предприятие), - изучение законодательства РФ о порядке регистрации юридических	

	лиц, о реорганизации и ликвидации хозяйствующего субъекта, - уяснение сути государственного регулирования предпринимательской деятельности - определение состава и значения основных фондов,	
	Внеаудиторная самостоятельная работа: работа с источниками хозяйственного права; подготовка сообщений о формах предпринимательства выполнение домашних заданий; написание эссе «Государство и бизнес»	5
2. Основы бизнеса и предпринимательской деятельности		16
2.1. Бизнес	Введение в бизнес. Признаки бизнеса. Виды бизнеса Назначение и преимущества мелкого бизнеса	3
2.2. Формы предпринимательства	Формы предпринимательской деятельности. Партнерские связи предпринимательства.	1
2.3. Производственные и организационные структуры управления	Внутрифирменное планирование. Виды управления трудом. Выбор инновационной стратегии. Управление потенциалом предприятия	3
2.4. Экономические показатели предприятия	Определение стоимости и установления цены экономического продукта. Методы и факторы ценообразования. Доход. Прибыль. Показатели прибыли на предприятии. Рентабельность.	4
2.5. Введение в маркетинг	Планирование продукции (в рамках маркетинга). Каналы товародвижения Реклама	3
3.1 Налоговая система	Налоговое регулирование. Налоги. Налогообложение.	1
	Контрольная работа №2: «Основы предпринимательской деятельности»	1
	Виды учебной деятельности студентов - формулирование понятий: «предпринимательство», «предприниматель» в соответствии с законодательством РФ, - определение условий и признаков предпринимательства, - знакомство с различными формами предпринимательства,	

	<ul style="list-style-type: none"> - уяснение понятий: производственное, финансовое, посредническое, коммерческое и страховое предпринимательство, - определение состава и значения основных фондов, - расчет амортизации основных фондов, - формулирование определения «оборотные фонды», «оборотные средства» - проведение анализа эффективности использования материнских ресурсов, - формулирование определений: «доход» и «прибыль», - уяснение разницы понятий «доход» и «прибыль», - проведение анализа финансового составления предприятия, - проведение расчёта основных показателей: рентабельность общая, рентабельность продаж, основного капитала 	
	<p>Внеаудиторная самостоятельная работа: работа с источниками экономической информации; подготовка сообщения: «История развития предпринимательства»</p>	8
3.Бизнес – планирование		10
	<p>Понятие, цель и задачи бизнес - планирования. Характеристика разделов бизнес плана: резюме, сведения о предприятии, продукция и услуги, рынок сбыта.</p> <p>Характеристика разделов бизнес-плана: возможные конкуренты, план маркетинга, план производства, выбор поставщика, структура организации, персонал, финансовый план, риски , заключение (выводы, решение)</p>	3
	ПЗ.№1 по теме «Разработка модели бизнес-плана»	1
	ПЗ.№2 по теме «Разработка модели бизнес-плана»	1
	ПЗ.№3 по теме «Разработка модели бизнес-плана»	1
	ПЗ.№4 по теме «Разработка модели бизнес-плана»	1
	ПЗ.№5 по теме «Разработка модели бизнес-плана»	1

	Итоговое повторение	1
	Контрольная работа	1
	Виды учебной деятельности студентов - составление общей характеристики бизнес-плана, - предложение концепции развития предложенного бизнеса, - представление сведений о выбранной фирме, - представление сведений об учредителях, данные о капитале и др., - описание продукта, товара или услуги включая техническое описание и потребительские свойства, - описание основных элементов маркетинговой стратегии компании, - описание кампании по продвижению продукта,	
	<u>Внеаудиторная самостоятельная работа:</u> - подбор материала, осуществление деятельности для разработки бизнес-плана - отражение организационной структуры (состав и взаимодействия), - определение кадрового состава, - определение потребности бизнеса в основных и оборотных средствах, - определение что, в каком количестве, - определение потребности бизнеса в основных и оборотных средствах, - определение что, в каком количестве, производить (оказывать услуги); описание основных элементов - определение цели финансового плана, - описание стратегии финансирования, - расчет финансовых показателей, - обоснование возможного возникновения рискованных ситуаций и возможных путей их разрушения (недопущения), - формулирование выводов по проделанной работе бизнес-планирования, - принятие решения об организации бизнеса и его обоснование	5
	<u>Итого</u>	36

**PREPARATION OF YOUNG PEOPLE FOR ENTREPRENEURSHIP:
APPROACHES, PROGRAMS AND INFRASTRUCTURE THROUGH
GRADUATE QUALIFICATION WORK "DEVELOPMENT OF A BUSINESS
PLAN OF NEW ENTERPRISES IN THE CITY OF BRATSK»**

Ivanova Tatyana Sergeevna, teacher of professional disciplines
GBPOU IO "Fraternal trade-technological college", Bratsk

Annotation. The prospects for the development of a new public institution of a special format in the city of Bratsk are outlined. The experience of the College in creation and realization of professional competences of the graduate of commercial activity is presented.

Keywords: business plan, entrepreneurship, analysis of financial activities, items of expenditure.

УДК 377

**ПОДГОТОВКА МОЛОДЕЖИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПОДХОДЫ, ПРОГРАММЫ И ИНФРАСТРУКТУРА
ЧЕРЕЗ ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
«РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА НОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ГОРОДА
БРАТСКА»**

Иванова Татьяна Сергеевна преподаватель дисциплин профессионального цикла
ГБПОУ ИО «Братский торгово- технологический техникум», г.Братск.

Аннотация. Обозначены перспективы развития нового общественного заведения особого формата в городе Братск. Представлен опыт ГБПОУ ИО «Братский торгово-технологический техникум» по созданию и реализации профессиональных компетенций выпускника коммерческой деятельности.

Ключевые слова: бизнес-план, предпринимательство, анализ финансовой деятельности, статьи расходов.

Бизнес-план в деятельности любой организации – необходимый инструмент производственного планирования. С его помощью достаточно легко предугадать возрастающий объем производства, просчитать возможную прибыль или убыток, оценить целесообразность выпуска на рынок нового продукта и т.д. И, действительно, составление бизнес-плана облегчает работу предприятия, позволяет анализировать ситуацию на рынке, конкурентов, конкурирующих товаров и предпринимать необходимые меры для получения максимальной прибыли, расширению производства и т.д.

Бизнес-план как документ – это рабочий инструмент менеджера, определяющий перспективы бизнеса в виде качественных и количественных показателей, описывающий по шагам процесс достижения желаемого результата. Поэтому он должен содержать все подробности организации будущего бизнеса – от подготовки производства до выхода на постоянный объем производства и продаж продукции, от начальных инвестиционных вложений до достижения приемлемого уровня прибыльности.

Актуальность разработки бизнес-плана определяется тем, что каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность и перспективу различных видов ресурсов, а так же источники их получения, уметь четко рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы предприятия. Проработанный и согласованный план – средство, с помощью которого можно контролировать производительность и управлять бизнесом.

В итоге бизнес-план подготавливает к неизвестному будущему, заставляя использовать бизнес-стратегии и варианты решений для повышения шансов предприятия на пути к успеху.

В последнее время большую популярность приобретает здоровый образ жизни. В это понятие входит не только правильное питание, занятия спортом и

отказ от вредных привычек, но и организация досуга людей разных возрастов, ведущих здоровый образ жизни и имеющих общие интересы в различных сферах деятельности.

Именно поэтому возникла идея создания тайм-клуба «Место встречи» в г. Братске.

Тайм-клуб - это общественное заведение особого формата, воплощающее концепцию здорового активного отдыха. Для него характерна яркая социальная направленность, нацеленность на интеллектуальное развитие, приобщение к современному искусству, музыке, литературе, возможности получения новых знаний, деления опытом, выставок собственных работ, проведения мастер-классов, тематических вечеринок и т.п.

Открытие заведения данного формата является перспективным направлением социального развития г. Братска.

Изучив рынок по городу Братску, можно сделать вывод, что требования рынка не полностью удовлетворяются работающими в этой области фирмами. По этому целью этой работы стало создание бизнес-плана Тайм-клуба, где будут проведены необходимые анализы сегментов рынка, выявление требований клиентов и объем спроса.

Само понятие «тайм-клуб» означает точный расчет времени, проведенного в данном клубе.

Цель создания тайм-клуба – предоставление реального места для общения, где собираются люди со схожими интересами (в противоположность виртуальному).

Задачи тайм-клуба:

- объединить творческие сообщества;
- способствовать повышению социальной активности, включая игры и развлекательные мероприятия;
- предоставить инфраструктуру, необходимую для технологического, электронного искусства, общения и совместного творчества.

Организационно-правовая форма тайм-клуба – индивидуальное предпринимательство по упрощенной системе налогообложения.

Привлекательность УСН объясняется как небольшой налоговой нагрузкой, так и относительной простотой ведения учета и отчетности, особенно для индивидуальных предпринимателей.

Реализация бизнес-проекта планируется с марта 2019 года - налоговыми периодами будут являться II, III, IV кварталы текущего года. За первый квартал уплата налога не предусмотрена, так как первый месяц работы (март) нацелен на подготовку помещения к открытию. Если проанализировать расчетные показатели сумм налогов, то можно увидеть, что выбранный вариант налогообложения целесообразен.

Деятельность тайм-клуба предполагает предоставление помещения, разделенного на отдельные комфортные зоны, для проведения ежедневных тематических, игровых мероприятий для детей и взрослых; тренингов, мастер-классов по различным направлениям.

Акцент при позиционировании тайм-клуба будет делаться на новый тип оказываемых услуг проведения досуга людей разных возрастных категорий, умеренные цены, наличие бесплатной услуги пользования Интернетом.

В последнее время в г. Братске наблюдается повышенный интерес к различным направлениям творчества (проводятся выставки и ярмарки мастеров HandMade, создаются Союзы творческих людей), к новым направлениям организации собственного бизнеса, к проведению детских праздников с использованием услуг аниматоров, но на сегодняшний день в городе нет специализированных помещений для организации данных мероприятий.

В г. Братске существует единственное заведение формата тайм-клуба – это этно-кафе «Чайная юрта», расположенное в жилом районе Энергетик.

Поэтому открытие заведения данного формата является перспективным направлением социального развития г. Братска

В ходе выполнения данной работы по разработке бизнес-плана создания новой организации были достигнуты все поставленные цели путем последовательного выполнения поставленных задач.

Навыки, полученные в ходе работы необходимы для дальнейшего успешного обучения, а так же для трудовой деятельности.

В данной работе были изучены основные теоретические и практические аспекты создания бизнес-плана.

Исследованы главные вопросы, возникающие при составлении бизнес-плана. Изучена структура бизнес-плана, порядок учета расходов на его разработку. Был составлен бизнес-план тайм-кафе «Место встречи» и проанализированы основные финансовые показатели его деятельности за первые годы работы.

Анализируя финансовые показатели, можно утверждать, что главной статьей расходов является заработная плата. Прямо следует за ней прямые расходы на себестоимость оказанных услуг. Коммерческие расходы находятся на третьем месте.

Данный бизнес-план тайм-кафе «Место встречи» показал, что бизнес на сегодняшний день является высокоприбыльным направлением, требующим, однако, немалых инвестиций. Успешность бизнеса, главным образом, зависит от уровня квалифицированных сотрудников, качества оборудования, и регулярного наличия заказов. При выполнении данных условий рентабельность бизнеса оценивается как высокая.

Список использованных источников

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. - М.: Финансы и статистика, 2015г.
2. Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Сергеев. – 3-е изд., испр. И доп. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс.
3. Буров, В. П., Ломакин, А. Л., Морошкин, В. А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика.: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2016. – 192 с.
4. Предпринимательство: Учебник / Под ред. М. Г. Лапусты. - М.: ИНФРА-М, 2017.
5. Просветов, Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. – 2-е изд., доп. – М. : Альфа-Пресс, 2018.
6. https://ru.wikipedia.org/wiki/Братск#Экологическая_обстановка

7. Русская Википедия | Ирkipedia | Братский район | Городские округа | Братск | Города <http://irkipedia.ru/content/bratsk>
8. <https://www.openbusiness.ru>

PARTICIPATION IN COMPETITIONS AS A CONDITION FOR THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES OF STUDENTS

Napreeva Oksana Zindinova, teacher of disciplines of the professional cycle of the highest qualification category, GBPOU IO "Fraternal trade-technological college", Bratsk

Annotation. The involvement of students in entrepreneurial activity should be practical, close to reality, it is allowed by competitions of different levels.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial competence, competitions.

УЧАСТИЕ В КОНКУРСАХ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Напreeва Оксана Синдиновна, преподаватель дисциплин профессионального цикла высшей квалификационной категории,

ГБПОУ ИО «Братский торгово-технологический техникум», г. Братск;

kmit.72@mail.ru

Аннотация. Вовлечение обучающихся в предпринимательскую деятельность должно носить практическую направленность, приближенную к реальности, сделать это позволяют конкурсы различных уровней.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательские компетенции, конкурсы.

В современном обществе возросла потребность в специалистах, владеющих наряду с общими и профессиональными компетенциями предпринимательскими компетенциями.

Компетенция – круг вопросов, в которых кто-либо хорошо осведомлен.

Предпринимательская компетенция – это личное или деловое качество, навык, модель поведения, владение которым помогает успешно решать определенную бизнес-задачу и добиваться высоких результатов.

Отсутствие той или иной предпринимательской компетенции снижает компетентность в бизнес-деятельности. Чем большее количество предпринимательских компетенций имеется в арсенале человека, тем с большей вероятностью он справится со стоящими перед ним бизнес-задачами.

Ключевыми предпринимательскими компетенциями являются:

- умение выдвигать и утверждать бизнес-идеи;
- умение разрабатывать бизнес-модель и бизнес-план нового бизнес-проекта;
- умение обеспечивать разработку и выведение на рынок продукта/ услуги;
- умение создавать команду бизнеса;
- умение осуществлять ресурсное обеспечение бизнеса;
- умение обеспечивать безопасность бизнеса;
- умение обеспечивать конкурентоспособность и конкурентную устойчивость бизнеса;
- умение осуществлять выход из бизнеса;
- умение действовать в условиях неопределенности.

Формированию у обучающихся предпринимательских компетенций способствует участие в конкурсах, которые носят практическую направленность, приближенную к реальности. В результате такого участия обучающиеся получают реальные знания и умения, которые можно применять на практике, открывают новые возможности для трудоустройства, предоставляют возможность продвижения по карьерной лестнице.

Обучающиеся принимают участие как во внутренних конкурсах образовательной организации, так и за ее пределами.

Образовательной организацией ежегодно проводится конкурс «Молодой предприниматель», который состоит из выполнения заданий по разработке и оформлению бизнес-проекта и предполагает его защиту. Конкурс направлен на формирование и развитие ключевых предпринимательских компетенций обучающихся.

Участие обучающихся в викторине «Финансовая грамотность», проводимой образовательной организацией, позволяет вывить уровень финансовой грамотности обучающихся, способствует формированию современного экономического мышления, направленного на решение актуальных экономических проблем современного общества.

Обучающиеся так же активно принимают участие в конкурсах различных уровней.

Традиционным стало участие в Общероссийском заочном конкурсе проектно-исследовательских работ «Проблемы и тенденции развития экономических процессов в сфере общественного питания, торговли и водного транспорта» (г. Омск). Обучающиеся представляют работы с результатами своих исследований в области экономики и предпринимательства и бизнес-проекты, занимая призовые места.

Имеется опыт очного участия в Международной научно-практической конференции «Формирование и развитие предпринимательских компетенций молодежи» конкурс «Конвейер молодежных предпринимательских проектов» (г. Барнаул), в котором обучающийся представил бизнес-идею «Бизнес в отрасли экологии», получив диплом 2 место.

Обучающиеся принимают участие в региональном чемпионате молодых профессионалов «WorldSkills Russia» по компетенции «Предпринимательство» (г. Иркутск). Формат чемпионата предполагает разработку бизнес-плана предприятия в соответствии с предложенными критериями (модулями) и их публичную защиту.

Специфика перечисленных конкурсов позволяет обучающимся приобрести опыт командного взаимодействия, предоставляет возможность сопоставления

собственного уровня профессиональной подготовки и уровня подготовки обучающихся из других образовательных организаций.

Конкурсы являются эффективным средством формирования знаний и умений обучающихся, необходимых для их личностного и профессионального самоопределения. Через участие в конкурсах обучающиеся находят себя как специалистов. Любой конкурс – это повышение профессионального мастерства и квалификации, приобретение опыта, формирование и развитие ключевых предпринимательских компетенций.

Список использованных источников

1. Белогурова Я. Г. Конкурсы профессионального мастерства как средство развития общих и профессиональных компетенций обучающихся // Молодой ученый. — 2016. — №15.1. — С. 49-52.

MODERN TEACHING METHODS USED IN ENTREPRENEURSHIP CLASSES

Timoshenko Anastasia Gennadievna, a teacher of disciplines of professional sphere,
GBPOU IO "Bratsk trade and technological college", Bratsk.

Annotation. The main directions in the sphere of youth's preparation for business activity are designated, the modern methods of training, used at entrepreneurship classes are presented in the article.

Key words: entrepreneurial skills; developing training; creative thinking; modern methods of training.

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Тимошенко Анастасия Геннадьевна, преподаватель дисциплин профессионального цикла, ГБПОУ ИО «Братский торгово-технологический техникум», город Братск.

spirit_tn_2009@mail.ru

Аннотация. Обозначены основные направления в сфере подготовки молодежи к предпринимательской деятельности, представлены современные методы обучения, используемые на занятиях по предпринимательству.

Ключевые слова: предпринимательские способности; развивающее обучение; креативное мышление; современные методы обучения.

Без нестандартного мышления и новых концепций движение вперед
невозможно.

(Эдвард де Боно)

Со времен СССР, граждане привыкли к тому, что государство самостоятельно занимается экономикой, частное предпринимательство было уголовно наказуемо, соответственно экономические знания граждан, сводились к расчету денег от зарплаты до зарплаты.

С началом «перестройки», к девяностым годам прошлого века экономическая картина в корне изменилась. Экономической ситуацией в стране стал править «Рынок». При этом повышение экономических знаний, предпринимательских способностей стало жизненно необходимым.

И ведь, правда, современное общество нуждается в людях, умеющих логично, убедительно, аргументировано излагать свои мысли, отстаивать свою точку зрения, имеющих развитое креативное, ассоциативное мышление, экономическую и правовую грамотность.

Наличие необходимых компетенций являются показателем успешности. Экономическое образование и практическая его направленность в сочетании с необходимыми качествами служат предметной базой формирования предпринимательской активности.

Развитие таких качеств возможно при постановке развивающего обучения, при этом, необходима актуальность содержания предлагаемой информации, подкрепленной современными методами обучения.

На занятиях по предпринимательству методы обучения выражаются в энергичной мыслительной деятельности обучающихся, при этом преподаватель лишь координирует и корректирует их деятельность. К таким методам можно отнести работу с шаблоном бизнес - модели Александра Остервальдера, метод «мозговой штурм», позволяющий в течение короткого времени обозначить огромное количество новых креативных идей, которые подвергаются дальнейшей оценке.

Метод кейсов – может быть успешно использован для подготовки молодого человека к разумному финансовому поведению, что подразумевает умение принимать решения в финансовой сфере, обеспечить личную финансовую безопасность и собственное благосостояние, а также способность и готовность внести вклад в развитие экономики.

И, конечно же, метод проектов - как совокупность поисковых, исследовательских, практических работ, в процессе которых обучающиеся овладевают знаниями, умениями в изучаемой области.

Так при подготовке к чемпионату предпринимательских идей «Точки роста» обучающиеся в течение месяца работали над проектом, защитой которого стало их блестящее выступление.

Работа заключалась в формировании бизнес-плана на тему «Открытие специализированного цеха по производству украшений для кондитерских изделий «3DDesign». Выбор темы проекта был не случайным, ребята с большим интересом изучали инновации в сфере общественного питания, без внимания не осталась и технология трехмерной струйной печати, широко распространенная в мире 3D-принтеров. Технология кондитерской 3D-печати – определилась как ценностное предложение цеха, ведь правильная, точно, выверенная бизнес-концепция способствует развитию предприятия и поддерживает актуальность предлагаемой продукции. (Приложение 1)

Выбор направленности бизнес - проекта достаточно трудоемкий мыслительный процесс, преисполненный креативностью, умением не думать шаблонами, и иметь

свежий взгляд на вещи - является первостепенной задачей при обучении предпринимательской деятельности.

Развитие современных методов обучения на занятиях по предпринимательству обусловлено возникновением новых задач поставленных перед обучающимися, в следствии бесконечно меняющегося социального, инновационного и экономического пространства.

Список использованных источников

1. Александр Остервальдер, Ив Пинье «Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора», издание на русском языке ООО «Альпина Паблишер», 2012 г.

2. Современные методы и формы обучения в СПО - Режим доступа: [<https://academy-prof.ru>], свободный.

Приложение 1

Резюме бизнес - идеи

№ п/п	Наименование пункта	Описание
1	Название предприятия	Бизнес-проект - Специализированный цех по производству украшений для кондитерских изделий «3DDesign»
2	Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
3	География присутствия и рынок сбыта	г. Братск, ж.р. Энергетик, ул. Мечтателей, 23А
4	Предоставляемые услуги	<ul style="list-style-type: none">• Выпуск кондитерских изделий;• Изготовление материалов (из

№ п/п	Наименование пункта	Описание
		различного сырья) для оформления кондитерских изделий; <ul style="list-style-type: none"> • Сладости к чаю.
5	Режим работы	с 09.00 до 20.00 (вс. - выходной)
6	Оплата	за килограмм изделия, в зависимости от используемого материала
7	Персонал заведения	- Менеджер – 1 чел. (з/п – 23 000 руб.) - Технолог – 1 чел. (з/п – 23 000 руб.)
8	Конкуренция на целевом рынке	Низкая
10	Спрос на подобные услуги	Средний
11	Первоначальные вложения (единовременные)	1 328 000 рублей
12	Планируемый средний доход в месяц (за первый год)	607 575 рублей

Бизнес-идея заключается в открытии специализированного цеха по производству украшений для кондитерских изделий «3DDesign» в пгт. Энергетик г. Братска.

Специализированный цех по производству украшений для кондитерских изделий «3Design» - это инновационное направление в пищевой промышленности,

закрывающееся в производстве сложных по изготовлению кондитерских украшений и изделий с помощью современных 3D – технологий.

Актуальность создания специализированного цеха по производству украшений для кондитерских изделий «3Design» заключается в появлении новых дизайнерских решений для индивидуализации предприятий и обеспечении потребителей хорошим настроением, подкрепленным эстетичностью предлагаемой продукции.

Цель - создание неповторимого уникального дизайна кондитерских украшений и изделий для ресторанов, кафе, кулинарий, кондитерских компаний, что сделает их бизнес особенным.

New forms of conducting educational and practical training in educational institutions

Maisheva Varvara Petrovna, student,

"Novosibirsk College of Architecture and Civil Engineering", Novosibirsk

maisheva00@mail.ru

Annotation: Proposals to eliminate the problem of training specialists in the field of housing and communal services, a new program of practical training of students.

Keywords: Housing and communal services, practice for students, management of apartment buildings.

Новые формы проведения учебной и производственной практики в учебных учреждениях

Маишева Варвара Петровна, студентка,

«Новосибирский архитектурно-строительный колледж», г. Новосибирск

maisheva00@mail.ru

Аннотация: Предложения по устранению проблемы подготовки специалистов в сфере жилищно-коммунального хозяйства, новая программа прохождения практики студентами.

Ключевые слова: Жилищно-коммунальное хозяйство, практика для студентов, управления многоквартирными домами.

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) — комплекс отраслей экономики, обеспечивающий функционирование инфраструктуры поселений, а также различных зданий в них, создающих безопасное, удобное и комфортное проживание и нахождение в них людей путём предоставления им коммунальных ресурсов и широкого спектра жилищных услуг.

ЖКХ является одним из крупных секторов экономики каждой страны, в том числе и нашей страны. И, именно поэтому, реформирование ЖКХ является невероятно трудным, социально важным болезненным процессом, так как затрагивает все слои населения в стране. Количество и масштаб существующих проблем в ЖКХ в настоящее время является значимым индикатором нынешнего состояния общества.

Многие жители не довольны уровнем качества предоставляемых ЖКХ услуг и предполагают, что оно не соответствует стоимости. Причина недовольства Главная причина — изношенность жилищных фондов и недостаток мощностей. Старые коммуникации (водопровод, канализация, газопровод, электросети) работают неэффективно, с большими энергопотерями, которые, в конечном счёте, оплачивают жители. Это, по большей части, вопрос формирования тарифа. Растущие потребности жителей в энергоносителях превосходят заложенный потенциал мощности сетей. Большая нагрузка приводит к сбоям в процессе эксплуатации и отключениям.

Ещё одна причина низкого качества услуг ЖКХ - откровенный непрофессионализм работников. В целях экономии для выполнения подрядных (электромонтажных, сантехнических и др.) работ нанимаются исполнители, у которых нет соответствующей квалификации. Лично я считаю эту проблему основной, а непрофессионализм руководителей управляющих компаний – просто преступным.

Проблемы подготовки специалистов ЖКХ

Подготовка специалистов ЖКХ на должном уровне не налажена. Но, в последнее время появилась надежда, что ситуация вскоре изменится к лучшему.

Актуальность вопроса обеспеченности отрасли ЖКХ квалифицированными кадрами не вызывает сомнений. Хорошо это понимают и в органах государственной власти. Острота проблемы послужила причиной разработки ряда государственных программ, направленных на модернизацию системы обучения специалистов для жилищно-коммунальной сферы.

Так, в 2013 году был принят план мероприятий по подготовке, профессиональной переподготовке и повышению квалификации кадров органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и организаций жилищно-коммунального комплекса до 2020 года. Основным направлением является программа непрерывного образования: школа – СПО – ВУЗ.

В августе 2016 года региональный центр общественного контроля в сфере ЖКХ «ЖКХ Контроль – Новосибирск» совместно с ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)» подписали договор о подготовке на базе магистратуры первого менеджера в сфере ЖКХ с целью создания положительного опыта подготовки управленцев в жилищно-коммунальной отрасли. Подготовка ведётся при участии Сибстрина, подведомственного министерству труда региона Новосибирского архитектурно-строительного колледжа и регионального центра общественного контроля в сфере ЖКХ. И вот уже 3-й год наш колледж готовит управленцев в сфере ЖКХ.

Про важность изменений в сфере ЖКХ я задумывалась давно, и при выборе профессии я отталкивалась от этого. Специальность, на которой я обучаюсь позволит подготовить знающих и технически грамотных специалистов. Всё для этого делают наши преподаватели, которые не только вкладывают в нас знания в соответствии с рабочими программами, но и пытаются разнообразить процесс нашей подготовки, как специалистов жилищно-коммунальной отрасли. Например, этой осенью Новосибирский Архитектурно-строительный колледж планирует заключить соглашения с Фондом модернизации ЖКХ Новосибирской области для проведения производственной и учебной практики для студентов всех курсов. Этот договор поможет показать молодым специалистам области их работы.

Справочно: Фонд модернизации ЖКХ - некоммерческая организация, созданная с целью: а) осуществления функций регионального оператора капитального ремонта многоквартирных домов на территории Новосибирской области в соответствии с Жилищным кодексом РФ и Законом Новосибирской области №360-ОЗ «Об организации проведения капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах, расположенных на территории Новосибирской области;

б) участия в реализации мероприятий государственных программ Новосибирской области, направленных на повышение энергетической эффективности и уровня надёжности систем коммунальной инфраструктуры муниципальных образований Новосибирской области.

Фонд модернизации производит Предварительный отбор подрядных организаций проводится в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 01.07.2016 № 615 «О порядке привлечения подрядных организаций для оказания услуг и (или) выполнения работ по капитальному ремонту общего имущества в многоквартирном доме и порядке осуществления закупок товаров, работ, услуг в целях выполнения функций специализированной некоммерческой организации, осуществляющей деятельность, направленную на обеспечение проведения капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах».

Согласно постановлению Правительства Новосибирской области от 23.08.2016 № 242-п министерство жилищно-коммунального хозяйства и энергетики Новосибирской области является областным исполнительным органом государственной власти Новосибирской области, уполномоченным на ведение реестра квалифицированных подрядных организаций для оказания услуг и (или) выполнения работ по капитальному ремонту общего имущества в многоквартирных домах, расположенных на территории Новосибирской области.

Практика для студентов Архитектурно- строительного колледжа предполагает реализовать два направления:

1. Это учебная практика, которая будет проходить в Фонде модернизации, в ходе которой студенты непосредственно применят свои знания по учебным дисциплинам таким как, «Нормативное и документационное регулирование

деятельности по управлению многоквартирным домом», «Организация работ по обеспечению безопасности жизнедеятельности многоквартирного дома», «Эксплуатация, обслуживание и ремонт общего имущества многоквартирного дома». Круг обязанностей студентов: работа с документами и телефонное диспетчирование. Хорошо зарекомендовавшие себя студенты получают возможность решить вопросы своего будущего трудоустройства.

2. Производственная практика пройдёт в рамках соглашения о реализации областной долгосрочной программы капитального ремонта. Региональная программа капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах сформирована в соответствии с Порядком подготовки и утверждения региональной программы капитального ремонта установленным статьей 8 Закона Новосибирской области от 05.07.2013 №360-ОЗ. Она даст возможность будущим специалистам проследить качество выполнения подрядчиками различных этапов реализации разноплановых работ капитального ремонта, как сезонные, так и комплексные. Это направление предусматривает составление отчётов (документарное оформление каждого этапа работ).

Практика будет проходить в течении всего года, и пройдут ее как студенты отделения «Городское хозяйство» (специальность 08.02.11 «Управление многоквартирным домом», специальность 08.02.04 «Водоснабжение и водоотведение»), так и студенты отделения «Архитектуры и строительства».

Наш Новосибирский архитектурно – строительный колледж первый в Российской Федерации озвучил идею с новым форматом проведения практики. Положительную оценку наша инициатива получила не только в Фонде модернизации и подрядчиков, но и заинтересовала коллег профильных учреждений Федерального центра.

Список использованных источников

1. Постановление от 23.08.2016 № 242-п «Об определении областного исполнительного органа государственной власти Новосибирской области, уполномоченного на ведение реестра квалифицированных подрядных организаций»

2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 ноября 2013 г. N 2077-р г.
Москва
3. [Региональный оператор капитального ремонта многоквартирных домов Новосибирской области](http://www.fondgkh-nso.ru) Электронный ресурс Режим доступа <http://www.fondgkh-nso.ru>

Секция № 4

Развитие предпринимательских инициатив у школьников

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА-ОСНОВА ЭКОНОМИКИ ЛЮБОЙ СТРАНЫ

Бейсенова Айнаш Кызыркановна-преподаватель общеобразовательных дисциплин
КГКП «Колледж бизнеса и сервиса» Казахстан Восточно-Казахстанской области
г. Семей

Без развитого малого и среднего предпринимательства сложно говорить о стабильности макроэкономической ситуации государств. Вследствие этого, еще на заре независимости малый и средний бизнес был определен в Казахстане как важнейший сектор экономики. Всесторонняя поддержка малого и среднего бизнеса всегда была приоритетом государственной политики. Именно благодаря этому, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране в 1990-е годы, число субъектов малого и среднего предпринимательства постоянно росло.

На сегодняшний день в стране зарегистрировано почти 840 тысяч субъектов малого и среднего предпринимательства. Доля этого сектора в ВВП страны составляет около 30%.

В ходе экспертного опроса, проведенного среди специалистов, имеющих непосредственное отношение к малому и среднему бизнесу, было выявлено, что в нашей стране созданы необходимые условия для интенсивного развития малого и среднего предпринимательства. При этом 37,5% опрошенных расценили эти условия как нормальные, столько же участников опроса заявили, что «условия есть,

но существуют отдельные проблемы», и 18,8 % экспертов дали ответ: «в целом главные, определяющие условия созданы» /1/.

Что же касается оценок результатов, к которым должно привести развитие этой сферы, то они по приоритетности распределились таким образом: возникнет базовая основа среднего класса, экономическая и финансовая сферы страны приобретут еще большую устойчивость, значительно вырастет валовой продукт и уровень жизни, исчезнут наиболее серьезные проблемы занятости. Сферы, в которых сегодня в республике задействованы мелкие и средние предприниматели, отличаются широким разнообразием: одни граждане нашли свою нишу в торговле, другие активно занялись предоставлением населению всевозможных услуг, третьи сосредоточились на производстве товаров широкого потребления.

Количество граждан, решивших вести собственный бизнес, вне всякого сомнения, напрямую зависит от тех условий, которые создает государство для развития мелкого и среднего предпринимательства. По результатам опроса для успешного развития малого и среднего бизнеса необходимо:

- изменить правила регистрации, лицензирования, сертификации и т. д. (75,0% респондентов);
- улучшение система налогообложения предпринимателей (62,5%);
- совершенствование финансово-кредитной регуляции (56,3%);
- упрощение отчетности и бухучета (25,0%)
- обеспечение безопасности бизнеса (25,0%)
- улучшение информационного обеспечения граждан, работающих в этой сфере (25%);
- совершенствование лизингового обслуживания заявили (6,3%).

По мнению экспертов, ожидать крупных успехов в развитии казахстанского малого и среднего предпринимательства в ближайшие годы вполне возможно (отметили 68,8% респондентов). Одной из главных причин медленного продвижения реформ в сфере малого и среднего бизнеса в предыдущие годы явилось неверие людей в малый бизнес как в постоянную работу, обеспечивающую стабильный и долгосрочный доход. Теперь же и стабильности больше, и убеждения у людей

меняются, поэтому именно сейчас государственная поддержка может дать значительные результаты», отметили опрошенные специалисты.

В Послании народу Казахстана «Новый Казахстан в новом мире» Главой государства Н. А. Назарбаевым перед Правительством была поставлена следующая задача: государственные холдинги, играя важную роль в диверсификации экономики, должны вовлекать в этот процесс, стимулировать и поддерживать казахстанский малый и средний бизнес. Казахстан перенимает успешный опыт развитых стран, ведь совершенствование механизмов государственной поддержки малого и среднего бизнеса находится в постоянном центре внимания Правительства страны.

Мировая практика убедительно свидетельствует, что в странах с развитой рыночной экономикой малое и среднее предпринимательство оказывает серьезное влияние на развитие народного хозяйства, решение социальных проблем, увеличение численности занятых работников. По численности работающих, по объему производимых и реализуемых товаров, выполняемых работ и услуг субъекты малого и среднего предпринимательства в отдельных областях играют ведущую роль. Поэтому проблема государственной поддержки малых и средних предприятий в настоящее время является наиболее актуальной.

При этом очень важную роль играет кредитная поддержка малого и среднего бизнеса. Не секрет, что практически каждому, кто решил заняться предпринимательской деятельностью, приходится сталкиваться с финансовыми проблемами. Банки дают кредиты только под залог имущества. А что может заложить начинающий предприниматель, если у него ни основных, ни оборотных средств еще нет? Эту проблему следует решать на федеральном уровне. Но отчасти ее можно было бы снять, создавая общества взаимного кредитования малых предприятий, где будут аккумулироваться отчисления от доходов всех участников.

Во многих зарубежных странах малому бизнесу оказывается серьезная финансово-кредитная поддержка со стороны государства через специальные структуры и фонды, например, через Администрацию по делам малого бизнеса (США),

Корпорацию страхового кредитования малого бизнеса (Япония), «Кредит для средних и мелких фирм» (Франция).

Особого внимания заслуживает американский опыт государственной поддержки малого и среднего бизнеса. США - страна не только гигантских корпораций, но и малых предприятий, на которых трудится более 50% наемных работников частного сектора. Получается, что главным работодателем является отнюдь не крупный, а именно малый и средний бизнес. Примерно одна из каждых трех американских семей вовлечена в малый бизнес. То есть малый и средний бизнес в США - не просто один из видов предпринимательства, а, в сущности, образ жизни.

В стране ежегодно регистрируется около 600 тыс. малых предприятий и ликвидируется около 500 тыс. Однако никого это не ужасает. Дело в том, что владельцы малых предприятий очень чутко и гибко реагируют на динамику спроса. Поняв, что в другой сфере или на другом месте их дела пойдут лучше, они сворачивают свой старый бизнес и открывают новый. Американцы в этом смысле очень адаптивны и умеют быстро перестраиваться. Даже если их бизнес попросту прогорел, они не теряют энтузиазма и считают конец старого бизнеса началом нового. 90% жителей США позитивно оценивают роль малого бизнеса. Малые и средние предприятия действуют и в торговле, и в производственной сфере, и в финансовом секторе, и в консалтинге, и в сфере инноваций, и в области социальных услуг.

Важнейшей задачей федерального правительства является сохранение и развитие конкурентной среды, которая через механизм снижения издержек производства побуждает производителей переходить на использование более эффективных технологий.

Администрация по делам малого бизнеса (SBA) представляет малым и средним предприятиям гарантии по кредитам. Помимо этого предлагается широкая гамма способов финансирования - от микрозаймов до кредитов на покрытие крупного долга. Центры развития малого бизнеса оказывают множество видов услуг, связанных с конкретными проектами в различных сферах (от бизнеса на дому до мореходства и международной торговли), а также техническое содействие, помощь

в менеджменте и оформлении заявок на получение займов. В бизнесе, принадлежащим женщинам, в США занято более 9 млн. человек. Их вклад в экономику достигает 1,15 трлн. долл. Темпы роста таких предприятий сегодня превышают общенациональные. SBA создала более 90 центров женщин-предпринимателей.

Одно из важнейших направлений деятельности SBA - правовая защита интересов малого и среднего бизнеса. Для этих целей в ее структуре в 1978 г. был создан отдел адвокатуры, глава которого назначается президентом США, утверждается Конгрессом и подотчетен только им. Адвокатура наделена полномочиями защищать интересы и права малого бизнеса в законодательных и процедурных инициативах Федерального правительства. Следует отметить, что отдел адвокатуры постоянно исследует деятельность малого бизнеса США и среду его обитания. В 1996 г. в SBA образован отдел арбитража, задачи которого определены законом об усилении справедливого регулирования малого и среднего бизнеса. В различных регионах страны им проводятся слушания, нацеленные на повышение эффективности малого бизнеса. Отдел отчитывается перед Конгрессом и выступает в качестве связующего звена между малым бизнесом и федеральными структурами. Под эгидой SBA весьма эффективно работает Институт в Интернете. Начинающие предприниматели и студенты, готовящиеся открыть собственное дело, могут пройти в нем бесплатную подготовку, воспользоваться информационными ресурсами. Совместными усилиями SBA и Министерства торговли открыто 19 центров содействия экспорту, осуществляющих предварительный отбор кандидатов на получение капитала для реализации экспортно-ориентированных проектов. Кроме того, они кредитуют внешнеторговые операции малого бизнеса. Вебсайт SBA еженедельно практикует 17 млн. посещений, в ее интернет-библиотеке размещены статистика финансовых заимствований, доклады об ущербе, результаты многочисленных исследований отдела адвокатуры, учебные разработки и многое другое.

В современных условиях механизм обеспечения эффективного функционирования малого и среднего бизнеса должен сводиться, прежде всего, к усилению

государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Для этого, в первую очередь, необходимо:

- формирование концепции, выбор приоритетов и обоснование роли малого бизнеса в экономике;
- разработка государственной политики поддержки и развития малого и среднего бизнеса в экономике;
- совершенствование нормативно-правовой поддержки и развития малого и среднего предпринимательства;
- совершенствование законодательства в сфере инвестиций и формирование благоприятного инвестиционного климата в стране;
- совершенствование налогообложения малых и средних предприятий;
- развитие кредитно-финансовых механизмов и внедрение новых финансовых технологий, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства;
- активизация прямого и косвенного участия государства в финансировании развития малого и среднего бизнеса.

Подводя итог можно сделать вывод: если создать соответствующие условия, обеспечивающие комплексную поддержку малого и среднего бизнеса на общегосударственном и региональном уровнях, и возможности для его относительного безрискового финансирования (кредитования), извлечения нормальной нормы прибыли, то денежные средства инвесторов неизбежно устремятся в малый и средний бизнес, содействуя тем самым не только становлению и развитию последнего, но и повышению на этой основе эффективности экономики в целом.

Секция №5

Организация и развитие семейного бизнеса

THE PROBLEMS OF FAMILY BUSINESS

Chigarev Andrey Dmitrievich,

Leader: Pirozhenko Larisa Grigorievna

RSBPEI «Altai Academy of Hospitality»

Annotation. The work describes the stages of business development, identifies the reasons for the closure of the business.

Keywords: family business, confectionery shop.

УДК 334.722.24

ПРОБЛЕМЫ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА

Чигарев Андрей Дмитриевич,

Руководитель: Пироженко Лариса Григорьевна, преподаватель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства»

Аннотация. В работе описаны этапы развития бизнеса, определены причины закрытия бизнеса.

Ключевые слова: семейный бизнес, кондитерский магазин.

Семейный бизнес – разновидность коммерческой деятельности (ориентированной, в первую очередь, на извлечение прибыли), характеризующейся своей принадлежностью конкретной семье или нескольким семьям, члены которых перероднены между собой династическими браками, другими неформальными связями и являются владельцами и выгодоприобретателями указанного бизнеса. Распределение ключевых должностей и ролей в создаваемых субъектах хозяйственной деятельности, прибыли и дивидендов, полученной от их деятельности также осуществляется в рамках семьи или группы семей. Для

семейного бизнеса характерно название компании по фамилии её учредителя и владельца, которое зачастую является и торговой маркой, под которой реализуется продукция и услуги конкретной компании, принадлежащей той или иной семье или семьям [1].

Цель работы: проанализировать опыт организации и развития семейного бизнеса.

Задачи:

1 рассмотреть этапы развития бизнеса семьи;

2 определить причины краха бизнеса.

1 этап.

Идея создания семейного предприятия зародилась около тогда, когда моя тетя стала работать торговым представителем в кондитерской фирме.

От начала работы в этой отрасли до открытия своего дела прошло пять лет. Все это время она анализировала рынок, изучала ассортимент продукции и негласные «правила игры».

На основании результатов анализа рынка было арендовано помещение.

Были взяты кредиты на развитие малого бизнеса, но суммы были небольшими из-за высоких процентов. В связи с этим в бизнес были вложены 400 000 рублей из семейного бюджета.

В бизнес были вовлечены сын, муж, которые занимались работой с поставщиками и прочими организационными моментами. Сама тетя занималась бухгалтерской деятельностью. Ее дочь контролировала работу персонала.

2 этап.

Кондитерский магазин проработал на рынке около года.

Основной проблемой, которая повлияла на закрытие магазина, можно считать специфику кондитерского товара, который люди приобретают на праздники, и очень редко используют в повседневной жизни.

Так же причинами закрытия стали достаточно высокие налоги, отсутствие четкого бизнес-плана, частые проверки. Требовалось устанавливать кассовые аппараты, за которые также требовалось вносить немалые суммы. Приходилось

тратить большие деньги на сертификацию продукции, заработную плату сотрудников и аренду помещения.

Отдельной проблемой являлось давление со стороны районной администрации, которая представляла необоснованные требования

После закрытия бизнеса товар, который был на остатке – был продан по себестоимости в сети магазинов. Именно благодаря этому шагу не были потеряны вложенные средства.

Оставшееся оборудование, которое было закуплено для магазина, было оставлено для открытия нового проекта.

Список используемых источников

1 Семейный бизнес [Электронный ресурс] – Режим доступа:
[https://ru.wikipedia.org/wiki/Семейный_бизнес.](https://ru.wikipedia.org/wiki/Семейный_бизнес)

SHOVKOPLYAS FAMILY BUSINESS DEVELOPMENT

Shovkoplyas Olga Aleksandrovna

Leader: Pirozhenko Larisa Grigorievna

КЫИЗУШ «Altai Academy of Hospitality»

Annotation. The work describes the stages of business development, development prospects are identified.

Keywords: family business, rural tourism, beekeeping

УДК 334.722.24

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА СЕМЬИ ШОВКОПЛЯС

Шовкопляс Ольга Александровна,

Руководитель: Пироженко Лариса Григорьевна, преподаватель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства»

Аннотация. В работе описаны этапы развития бизнеса, определены перспективы развития.

Ключевые слова: семейный бизнес, сельский туризм, пчеловодство.

Существуют различные способы коммерческого сотрудничества. Но, семейный бизнес, среди них, занимает особое положение.

Семейный бизнес - это осуществление коммерческой деятельности всей семьей, в условиях рыночных отношений, которая приносит прибыль и различные виды доходов.

При этом в семью входят не только люди, связанные узами кровного родства, но и иные лица, состоящие в близком родстве.

К преимуществам ведения семейного бизнеса можно отнести:

- отсутствие траты времени на создание взаимоотношений с коллегами;
- гарантия взаимовыручки, а также помощи и понимания;
- на подрастающее потомство возлагаются определенные надежды;
- быстрое принятие управленческих решений. Это преимущество является важным, ведь ситуации подчас, кардинально меняются [1].

Семейный бизнес - это перспективное направление ведения предпринимательской деятельности, ведь традиции семьи могут привести бизнес на очень большие вершины.

Цель работы: проанализировать опыт развития и организации семейного бизнеса.

Задачи:

- рассмотреть этапы развития бизнеса семьи Шовкопляс;
- определить перспективы развития семейного бизнеса.

Мои родители и бабушка после долгих лет проживания в городе решили переехать в Солонешенский район в село Топольное. Идея организации сельского туризма пришла к ним сразу по приезду туда. Окрестности села отличаются богатой природой, отдаленностью от промышленных предприятий, многоэтажных домов и городской суеты.

Родители начали активно изучать литературу по организации сельского туризма, разработали свой бизнес-план.

В декабре 2014 года была утверждена государственная программа Алтайского края "Развитие туризма в Алтайском крае" на 2015-2020 годы. Одной из задач данной программы являлось содействие развитию туризма в крае. В ходе конкурсного отбора по оказанию государственной поддержки развитию туризма в Алтайском крае путём субсидирования части затрат на реконструкцию сельских гостевых домов субсидию получило и ИП Шовкопляс [2].

В купленной усадьбе родители своими усилиями обновили гостевой дом.

На территории двора организовали костровище, где можно разжечь костер, отдохнуть на свежем воздухе. Место для костра обложили камнями, обсыпали песком и обустроили места для сидения.

Для обеспечения разнообразного досуга отдыхающих были предусмотрены услуги:

- купание в речке;
- организация рыбалки;
- отдых в беседке;
- сбор целебных трав, грибов, ягод;
- пешие прогулки по горам;
- участие в сельскохозяйственных работах;
- знакомство с местными обычаями, фольклором и достопримечательностями;
- кормление домашних животных (в том числе вьетнамских свинок) и птицы.

Параллельно с туризмом родители занимаются пчеловодством. Они обосновали пасеку, туристы могут её посетить и поучаствовать в пасечных работах, в заготовке иван-чая.

Пчеловодство можно с уверенностью назвать семейным бизнесом. В работу, по необходимости, могут быть задействованы все члены семьи, даже небольшая пасека способна приносить своему владельцу хороший доход. Также есть возможность

уделить должное внимание и заботу каждой пчелосемье, проконтролировать пчеломатку, выровнять слабые семьи за счет сильных, заметить раннее развитие разных болезней [3].

Пчеловодство дело хлопотное, и здесь не обошлось без огромной стопки литературы, которую мы изучали всей семьёй. Также помогли советы опытных пасечников, ведь в пчеловодстве существует масса тонкостей.

Поначалу несколько ульев были размещены на приусадебном участке. Но со временем ульев становилось всё больше, что стало небезопасным для туристов. Поэтому пасека из стационарной превратилась в кочевую, т.е. выездную.

Сразу встал вопрос о выборе для пасеки правильного места, защищенного от сильных ветров и сквозняков, вдали от дорог и жилых домов. Очень важным было наличие рядом реки или озера. Вода жизненно необходима для пчёл, особенно в жаркий сезон, поскольку в улье нужно поддерживать постоянную влажность не менее 60%.

Немаловажным фактором в выборе участка являлось расположение рядом большого количества медоносов, полей, гор.

Такое место нашлось в 40 км от села. Общими усилиями мы начали обустраивать пустой участок под пасеку. Со временем там появился небольшой домик со всеми удобствами, в котором можно переночевать и омшаник, где пчёлы переносят зиму.

Первый год был неудачным, очень затратным, погибли все пчёлы, но мы не остановились и решили попробовать ещё раз. С каждым годом пчелосемей становилось всё больше.

Содержание собственной пасеки является большим плюсом при ведении туристической деятельности. Туристам предлагается продегустировать мёд и другие пчелопродукты, попробовать фиточай.

В бане наша семья организовала натирание мёдом, различные обёртывания, маски и ароматерапию травами и мёдом.

Со следующего года мы планируем запустить услугу сон на ульях. Необходимая конструкция уже построена и размещена на участке. Сон над

пчелиными ульями представляет собой отдых на специальном лежаке, под которым размещены ульи с пчёлами. Человек ложится и засыпает, вдыхая целебный воздух, расходящийся от ульев. Конструкция лежака защищает отдыхающего от укусов пчёл, не нарушая привычного образа жизни насекомых.

Чтобы туристы смогли ещё больше ощутить атмосферу деревенской жизни, мы планируем обустроить сеновал и набивать матрасы, подушки сеном и целебными травами. После такого сна у человека возникает ощущение необыкновенной легкости и свежести. За ночь через легкие проходит огромное количество чистого воздуха, настоянного на целебных травах, которые входят в состав любого сена.

Что касается развития пасеки – в наших планах с каждым годом увеличивать количество пчелосемей, налаживать реализацию мёда, разрабатывать новые рецептуры пчелопродуктов.

Список использованных источников

- 1 Волков Д.А., Ильин А.Б. Развитие семейного предпринимательства как синергии предпринимательских компетенций // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. - №3. – С. 439-450.
- 2 Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015 -2020 гг.: Постановлении Администрации Алтайского края от 29 декабря 2014 г. №589//СП «Консультант Плюс»[Электронный ресурс].URL.<https://www.consultant.ru>
- 3 Пчеловодство как семейный бизнес [Электронный ресурс], - Режим доступа: <https://ylejbees.com/index.php>

DEVELOPMENT OF FAMILY BUSINESS IN THE FIELD OF POULTRY BREEDING

Stepkina Ulyana Vladimirovna, T-191 student
Sotnikova Faina Anvarovna, teacher;
RSBPEI «Altai Academy of Hospitality», Barnaul.

Abstract: Entrepreneurship is now a part of the country's economy that is aimed to further development. Poultry breeding is considered one of the most profitable areas in the field of poultry farming and is suitable even for beginners.

Vladimir Putin has set a goal to increase the percentage of small business in two (40%) by 2030, which means that the state is determined to help family (small) business, and it will be easier to start.

Keywords: social entrepreneurship, family business, diseases, etiological factors.

РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В ОБЛАСТИ ПТИЦЕФЕРМЫ

Степкина Ульяна Владимировна, студент Т-191

Сотникова Фаина Анваровна, преподаватель;

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул.

Аннотация: В настоящее время предпринимательство эта та часть экономики страны, которая рассчитана на дальнейшее развитие. Разведение кур-несушек считается одним из самых выгодных направлений в сфере птицеводства и подходит даже новичкам.

Владимир Владимирович Путин поставил задачу к 2030 году увеличить процент малого бизнеса вдвое (40%), а это значит, что государство настроено помогать семейному (малому) бизнесу, и начинать с нуля будет гораздо проще.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, семейный бизнес, болезни, этиологические факторы.

Куры являются перспективным развитием в птицеводстве. И одна из причин - их неприхотливость. Если рассматривать кур-несушек, то птица будет приносить яйца ежедневно, при этом не требуя особых усилий, а потребность в куриных яйцах, независимо от региона, будет одинакова. Таким же образом, обращая внимание на

кур бройлеров, можно заметить их беспритязательность. Есть возможность реализовать своим сельчанам, у которых нет кур, и плюсом будет служить вашему предпринимательству и завлекать потребителей именно к нам то, что цена ниже, а качество в два, а то и три раза лучше.

Цель: исследование перспективности разведения кур-несушек и бройлеров.

Задачи проекта:

- ❖ узнать положительные и отрицательные стороны разведения кур;
- ❖ проанализировать отрицательные стороны и найти решения данных проблем;
- ❖ посмотреть перспективы развития;
- ❖ посмотреть перспективы развития в Алтайском крае ;
- ❖ посмотреть на примере моего семейного бизнеса.

Моя семья уже больше десятка лет занимается разведением кур, и так как это отрасль бизнеса приносит хороший доход, останавливаться мы не собираемся. Моя бабушка и дедушка начинали с малого количества птицы - 10-20 шт. Держали для себя, при этом только несушек. Дальше шло увеличение количества птиц, потому что появилась востребованность в куриных яйцах. Потребители были заинтересованы в 100% натуральной продукции и низкой цене, это как раз мы и гарантировали. Затем моя семья решила добавить кур бройлеров. Это позволило расширить ассортимент предлагаемой продукции.

Через систему торговли поступает много недоброкачественной продукции, а в наших домашних условиях добавка используются только в виде витамин, поэтому спрос у нашей продукции выше. В связи с тем, что наша продукция не транспортируется, а значит не расходуются деньги, отсюда куриное мясо стоит гораздо дешевле, чем у других предпринимателей. Но здесь мы столкнулись со следующей проблемой: взяв кур еще цыплятами, мы не наблюдали каких-либо дефектов, но по мере их роста, обнаруживались изъяны и природные уродства. В основном у кур кривились конечности, либо были наросты в виде хрящей.

Проанализировав проблему, я нашла несколько заболеваний, которые возможны в результате роста:

- ❖ **Кнемидокоптоз** – это (англ. Knemidocoptosis) — акариаз птиц, вызываемый клещами рода *Knemidokoptes*, характеризуется зудом кожи, дерматитом, некрозами фаланг, снижением продуктивности;
- ❖ **Падагра** - это болезнь обмена веществ, при которой соли мочевой кислот (известные, как ураты) откладываются в суставах;
- ❖ **Куриная хромота** - вирусное заболевание птицы;
- ❖ **Артрит** - собирательное обозначение болезней (поражений) суставов воспалительной этиологии. Может быть основным заболеванием (например спондилит) или проявлением другого заболевания (например ревматизм);
- ❖ **Тендовагинит** — воспаление внутренней (синовиальной) оболочки фиброзного влагалища сухожилия мышцы. Самостоятельные асептические тендовагиниты (так называемые профессиональные тендовагиниты);
- ❖ **Кривые пальцы**;
- ❖ **Курчавые пальцы** - это развивавшийся паралич конечностей. Курочка передвигается на загнутых вниз кончиках пальцев.

У наших кур были выявлены заболевания: курчавые пальцы, куриная хромота, артрит, кнемидокоптоз.

Большой ошибкой птицеводов является то, что они игнорируют **этиологические факторы**:

1) **Ошибки в содержании**. Курам необходимо интенсивное движение. При наличии маленького помещения, у птицы нет возможности «разминаться», на лапках могут появиться наросты или, как говорят птицеводы, известковая нога.

2) **Неправильно составленный рацион**. В корме недостаточно витаминов В, А, Е, Д. В этом случае болеть лапы у кур могут из-за авитаминоза, в результате которого возникает заболевание - рахит.

Моей семье встречались предприниматели, которые пренебрегали этиологическими факторами. Как бы мы не старались заботиться о здоровье кур, все было тщетно, куры все рано болели различными заболеваниями, и очень редко

получалось их вылечить или хотя бы затормозить процесс болезни. Моя семья приняла решение сама выводить цыплят. Это было очень сложно и затратно, и мои бабушка и дедушка пришли к выводу – закупать цыплят у предпринимателя выгодней.

Если проанализировать работу за последние три года, то можно сделать вывод - несушек мы закупили в 2017г 35 шт. на три года. Кур бройлеров 100шт, учитывая различные заболевания, к полному их взрослению оставалось от 95 до 87 бройлеров.

Сравнительная таблица кур-несушек			
	2017	2018	2019
Куплено	35	0	0
Выращено	34	34	34
Продано яиц	4750	4855	3700
Доход	23750	24250	18500

Сравнительная таблица кур бройлеров			
	2017	2018	2019
Куплено, шт	100	100	100
Выращено, шт	96	94	74
Продано, шт	71	69	49
Доход, р	49,780	48,300	34,300

жгыкпиолваращцржашщ

О перспективах развития птицеводства можно сказать кратко, учитывая все выше сказанное : «грамотное распределение средств и серьезные вложения в птицеводство на данном этапе в будущем может принести значительную прибыль. Эта отрасль хозяйства менее затратная, чем развод крупного скота, а в некоторых случаях птицеводы могут обходиться дешевле содержания больших полей для выращивания овощных культур.»

Таблица 1.4 — Производство мяса птицы по федеральным округам

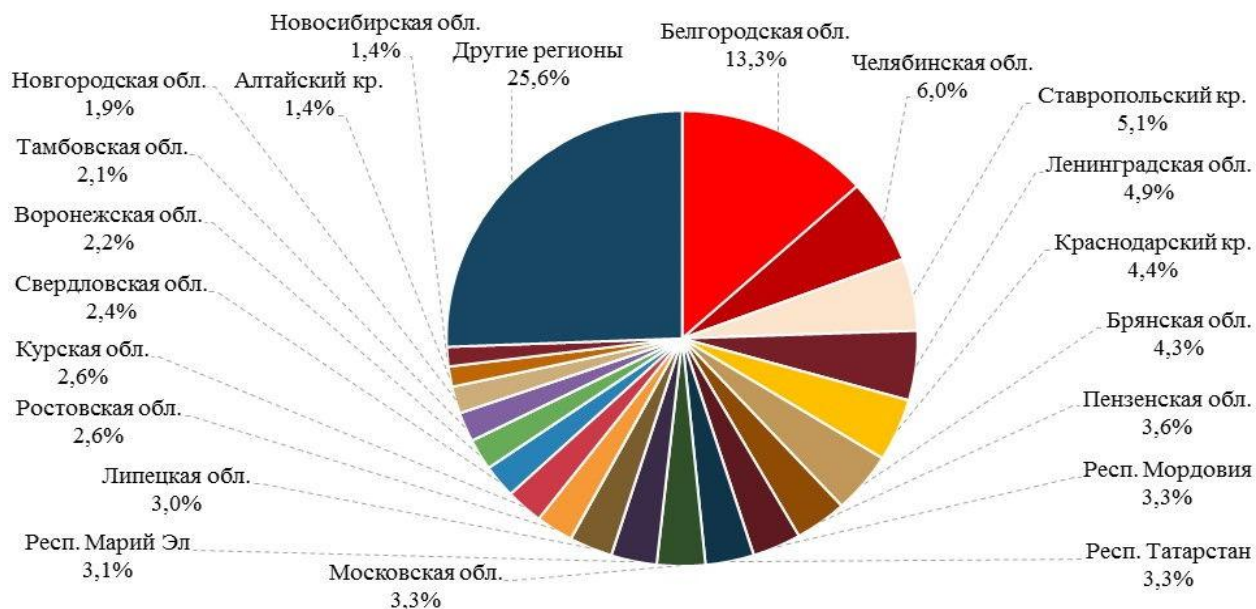
Федеральный округ	Произведено птицы на убой в живом весе			
	всего, тыс. тонн	%	на душу населения, кг	на 1 га пашни, кг
Центральный	2214,8	35,8	41,4	67,9
Северо-Западный	510,2	8,2	26,8	108,0
Южный	624,2	10,1	27,8	26,2
Северо-Кавказский	477,1	7,7	34,7	98,5
Приволжский	1260,0	20,4	30,6	25,1
Уральский	567,4	9,2	32,1	47,5
Сибирский	472,8	7,6	18,2	14,6
Дальневосточный	62,2	1,0	7,3	16,6
Российская Федерация	6188,7	100	30,5	36,8*

О перспективах развития птицеферм именно в Алтайском крае сказал заместитель председателя Правительства Алтайского края Александр Лукьянов и основатель группы «Черкизово» Игорь Бабаев: «В планах увеличить мощность почти в два раза – до 100 – 110 тысяч тонн. куринного мяса». А «результаты исследования показали, что за 1991-2011 гг. по объему сельскохозяйственного производства Алтайский край занимает лидирующую позицию среди регионов

СФО, и в среднем 7 место среди субъектов Российской Федерации»

Структура производства мяса птицы по регионам
России в январе-сентябре 2016 года, %
Общий объем производства в убойном весе -
3 334,2 тыс. тонн

АБ
центр
ЭКСПЕРТНО-
АНАЛИТИЧЕСКИЙ
ЦЕНТР
АГРОБИЗНЕСА
www.ab-centre.ru



Источник: составлено АБ-Центр по данным Росстата

Проанализировав диаграмму, можно сделать вывод, что Алтайский край имеет лишь 1,4% производства мяса птицы от 100%, исходя из этой цифры, у нашего региона есть большой потенциал в данной отрасли. Бизнес моей семьи является частицей прогресса в данном направлении. У нас есть ресурсы, а значит есть перспективы.

Используемая литература:

- <https://fermhelp.ru/pochemu-xromayut-kury-nesushki/>
- <https://yandex.ru/search/?text=%EF%81%B6%09%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%87%D0%B0%D0%B2%D1%8B%D0%B5%20%D0%BF%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%86%D1%8B%20%D1%8D%D1%82%D0%BE&lr=197&clid=2186620>
- <https://www.8lap.ru/section/gusi/razvitie-ptitsevodstva-sostoyanie-i-perspektivy/>

- https://pticainfo.ru/news/?SECTION_ID=&ELEMENT_ID=81764
- <https://moluch.ru/archive/41/4962/>
- <https://yandex.ru/images/search?text=%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%8B%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D0%BF%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%BC%20%D0%B2%20%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B0%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC%20%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B5%20%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0&from=tabbar>

The development of family business in the field of crop cultivation

Nikulina Tatiana Viktorovna, the student of the specialty "Technology of public catering products"

Sotnikova Faina Anvarovna, teacher

RSBPEI «Altai Academy of hospitality», Barnaul

Annotation: Increased interest in employment of population in the field of crop cultivation. Prospects for the development of the crop cultivation.

Keywords: crop cultivation, entrepreneurship, profitability.

РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В ОБЛАСТИ ПОЛЕВОДСТВА

Никулина Татьяна Викторовна, обучающаяся специальности «Технология продукции общественного питания»

Сотникова Фаина Анваровна, преподаватель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Аннотация: возрастание интереса к занятости населения в области полеводства. Перспективы развития полеводства.

Ключевые слова: полеводство, предпринимательство, доходность.

"Настоящий предприниматель-исполнитель, не мечтатель"-

Нолан Бушнелл.

Цель: исследование перспективности полеводства в современном селе.

Основные задачи:

1. Выяснить, как пришли к созданию семейного бизнеса
2. Проанализировать развитие бизнеса за последние три года

Алтайский край – житница не только Сибири, но и страны. Регион является крупнейшим производителем зерна в Российской Федерации. Край располагает высоким потенциалом в области производства сельскохозяйственной продукции.

Общая площадь земель сельскохозяйственного назначения составляет 11,6 миллиона гектаров, в том числе сельскохозяйственных угодий – 10,6 миллиона гектаров, из них пашни – 6,5 миллиона гектаров – это самая большая площадь пашни среди регионов Российской Федерации.

Занимая лишь 4% территории и имея около 12% населения Сибири, край производит пятую часть сельскохозяйственной продукции Сибирского федерального округа.

На территории региона насчитывается семь почвенно-климатических зон, начиная от степи и заканчивая предгорьем. Многообразие почвенно-климатических условий позволяет выращивать в крае большой набор сельскохозяйственных культур.

Основными направлениями в растениеводстве являются зерновое производство, кормопроизводство, выращивание масличных и других культур.

В общем объеме реализованной сельскохозяйственной продукции доля растениеводческой продукции составляет около 45%.

Край входит в первую пятёрку регионов страны.

Я хочу, рассказать вам как моя семья начала заниматься полеводством и на данный момент отдали уже 27 лет своей жизни этому делу и не жалеем. Наше дело

развивается в Новичихинском районе, селе Лобаниха. Село образовано в 1935 году путём выделения из Пospelихинского района. Входил в состав Западно-Сибирского, с 1937 года - в состав Алтайского края. В 1963 году упразднён, населённые пункты включены в состав Пospelихинского района. В 1966 году создан вновь. Основное направление экономики - сельское хозяйство. Развито производство зерна, мяса, молока. На территории района находятся предприятия по переработке сельхозпродукции, ремонтно-строительные организации, лесхоз. Климат в Новичихинском районе резко континентальный. Лето в этих краях короткое и жаркое, зима холодная, малоснежная с метелями. По центральной части проходит сосновый ленточный бор, который влияет на погоду. Благодаря сосновому массиву, сила ветра ослабевает, повышается влажность, накапливается снежный покров, что позволяет почве запасаться влагой. Так же наблюдаются обильные осадки. Все это способствует развитию полеводства.

В 1990-е годы с развалом совхозов и колхозов людям приходилось создавать крестьянско-фермерские хозяйства. В связи с этим нашей семье пришлось создавать свое дело. В самом начале нам давали 100 гектар земли. Так как одной нашей семье очень сложно обработать такое количество земли мы объединились со своими друзьями. Это объединение в лице восьми учредителей назвали ООО «Факел». Так же мы объединили свои земли и в нашем распоряжении стало 900 гектар. Из техники на первое время нам дали трактора МТЗ-50 и МТЗ-80, склад, механизированный ток. Первой культурой, которую мы засеяли, стала пшеница. Так как посев происходил очень поздно, уборка тоже была поздней и принесла мало урожая. Для того что бы все заработала в полную силу нужно было больше техники. Для этого пришлось брать кредиты. На эти деньги были взяты два комбайна СК-5 «Нива» и два ЗИЛа. К следующему посеву мы закупили новые культуры, такие как гречиха и многолетние травы. И в связи с тем, что все процедуры прошли правильно в урожае пошёл прирост. И полученный урожай пустили в оборот, после чего начали получать прибыль. Приобрели ещё один трактор и комбайн. На данный момент у нас 2700 гектар земли, в объединении 14 рабочих. На данный момент заработная плата в среднем у рабочих составляет 13000 рублей. И возрос

ассортимент выращиваемых культур, сейчас мы выращиваем: пшеницу озимую и яровую, подсолнечник, чечевицу, лен, многолетние и однолетние травы.

Сравнительная характеристика приобретения техники и получения прибыли за годы: 2017, 2018 и 2019 годы

	2017 год	2018 год	2019 год
Комбайны	2	2	3
Тракторы	2	2	3
ЗИЛ	1	1	2
Культуры	3 культуры: Пшеница Подсолнечник Чечевица	4 культуры: Пшеница Подсолнечник Чечевица Лен	7 культур: Пшеница Подсолнечник Чечевица Лен Пшеница яровая, озимая Многолетние травы Однолетние травы
Дизельное топливо	18 тонн	24 тонны	38 тонн
Посевные площади	1360 гектар	1900 гектар	2700 гектар
Склады	1	2	3
Оборотные средства	8 730 000	9 500 000	12 000 000
Земельные налоги	49 000	75 000	98 000
Доход, руб	870000	920000	1560000

И в заключении хочется сказать, что в настоящее время предпринимательство это та часть экономики страны, которая рассчитана на дальнейшее развитие. Доля земледелия составляет около 53% стоимости всей сельскохозяйственной продукции в России. Основой растениеводства служит зерновое хозяйство, а его важнейшей культурой является пшеница (озимая и яровая). Моя семья производит выше перечисленные культуры, в работе есть свои сложности, но они преодолимы и в результате мы получаем прибыль.

Список использованных источников

1 Министерство сельского хозяйства Алтайского края по теме: «Растениеводство» [Электронный ресурс] -Режим доступа: <http://www.altagro22.ru/apk/rastenievodstvo/?special=Y>

2 Лобаниха (Алтайский край) [Электронный ресурс]- Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Лобаниха_\(Алтайский_край\)&action=edit&redlink=1](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=Лобаниха_(Алтайский_край)&action=edit&redlink=1)

3 20 цитат известных людей о предпринимательстве [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://ubr.ua/business-practice/own-business/20-citat-izvestnyh-ludei-o-predprinimatelstve-350799>

FAST FOOD RESTAURANT OR STRUGGLE WITH "SNACKING»

Tyryshkin Vasily Sergeyevich, a student of gr. PC-192,

Zimireva Alexandra Mikhailovna, teacher

RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul

Annotation. The use of innovative equipment is one of the most important criteria for improving the efficiency of the food enterprise and achieving the best financial results, so the opening of a modern fast food restaurant with the use of vending machines is

determined by the current trends in the development of the industry in a competitive environment.

Keywords: business activity, vending machines, ready meals.

УДК. 658.6

РЕСТОРАН БЫСТРОГО БСЛУЖИВАНИЯ ИЛИ БОРЬБА С «ПЕРЕКУСОМ»

Тырышкин Василий Сергеевич, обучающийся гр. Пк-192,

Зимирева Александра Михайловна, преподаватель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Аннотация. Использование инновационного оборудования является одним из важнейших критериев повышения эффективности деятельности предприятия питания и достижения наилучших финансовых результатов, поэтому открытие современного ресторана быстрого обслуживания с применением торговых аппаратов определено текущими тенденциями развития отрасли в условиях конкурентной среды.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, торговые автоматы, готовые обеды.

В настоящее время предпринимательская деятельность в сфере общественного питания развивается достаточно успешно не только в стране, но и в Алтайском крае.

Но развитие предприятий питания, в плане увеличения доходности, зависит от комплекса мер по техническому оснащению. Использование инновационного оборудования является одним из важнейших критериев повышения эффективности деятельности предприятия и достижения наилучших финансовых результатов.

Актуальность данной темы обусловлена тем фактом, что во время обеда работники различных организаций, а особенно офисные сотрудники достают контейнеры с едой, принесенные из дома. Это неправильный подход к своему здоровью. Мы предлагаем ресторан быстрого обслуживания с использованием торговых аппаратов с продукцией собственного производства, как вариант семейного бизнеса. Этот вид торговли (вендинг)* широко распространен в экономически развитых странах благодаря достижениям науки и техники. Но особенно бурное развитие эта форма продажи приобрела в конце XX в. под влиянием фундаментальных открытий в области электротехники и электроники.

Что же представляет собой торговый автомат? Торговый автомат — это устройство, которое по определенной программе принимает платежное средство и автоматически выдает товар покупателю. Торговля через автоматы не заменяет полностью ее традиционных форм, однако является наиболее эффективной дополнительной формой продажи товаров.

Организация розничной торговли через торговые автоматы имеет следующие особенности:

- возможность приобретения товара в любое время суток;
- сокращение времени на приобретение товаров;

***Вендинг** (англ. vending от англ. vend — торговать (через автоматы) — это продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем (торговых автоматов).

- снижение затрат труда на продажу товаров;
- использование различных денежных систем: монет, купюр, пластиковых карт;
- высокая скорость обслуживания;
- высокий уровень гигиеничности и условий хранения товаров;
- вендинговая машина не занимает много места – всего 1-1,2 м, что благоприятно отражается на арендной плате.

Реализовать идею по продаже готовых обедов можно, например, с помощью автоматов, компании-производителя вендингового оборудования VendShop. Это модели SM 6367 и SM 6367 LONG (приложение 1). Покупка происходит по обычной схеме: человек выбирает необходимый товар, опускает деньги в купюро- или монетоприемник, получает готовый обед в упаковке. Остается только разогреть. Второй вариант продажи готовой еды – автоматы для продажи лапши. Лапшематы изготовлены на базе классических торговых аппаратов SM 6367 и SM 6367 LONG, дополненных нишей выдачи горячей воды. Большим спросом будут пользоваться торговые автоматы по реализации горячих напитков, например кофе или напитков собственного производства.

С чего начать вендинговый семейный бизнес?

Чтобы начать продавать готовые обеды посредством вендинга нужно:

- приобрести вендинговые автоматы,
- определиться с местом установки, заключив договор аренды,
- начать производство блюд для продажи;
- настроить оборудование;
- загрузить продукцию.

Для ведения такого бизнеса достаточно оформить индивидуальное предпринимательство (ИП). Сложность может возникнуть только с подбором помещения и персонала, но и эта задача решаема.

Есть еще одно преимущество данного бизнеса. Контроль над процессом обеспечивается благодаря установке специальной программе (VendShop Online), которая позволяет удаленно отслеживать бизнес-процесс. Такой онлайн мониторинг извещает о том, что необходимо доложить товар или инкассировать деньги.

Современный технический уровень позволяет создать торговый автомат практически для любого товара, но конечно нужно брать в расчет, что блюда для реализации будут несложного приготовления и массового спроса. Очень важно помнить, что сроки хранения и реализации готовых блюд невелики, поэтому готовую продукцию перед загрузкой в автомат необходимо завакуумировать в специальной машине (приложение 2), а затем охладить или даже заморозить. Такие

блюда после покупки нужно подогреть в обычной микроволновой печи, что займет немного времени. Мы предлагаем примерный перечень блюд для реализации в торговых автоматах: гуляш с гречкой, горбуша жареная с картофелем, котлета рубленая с макаронами, горячие напитки, кекс «Столичный» и т.д.

Если учесть, что в ежедневная проходимость в ресторане будет примерно 200 человек, а наценка 100%, то возможная прибыль в месяц может достигнуть 300 000 руб. И это при установке одного вендомата. Окупаемость такого проекта составляет 3-4 месяца.

Рассмотрев все положительные моменты использования на предприятиях питания указанного нами оборудования, мы пришли к следующим выводам:

1. Использование торговых аппаратов определено текущими тенденциями развития отрасли в условиях конкурентной среды.
2. Современные технологии способствуют привлечению клиентов.
3. Автоматизация процессов способствует повышению производительности труда, соблюдение технологии приготовления пищи, снижению затрат, связанных с контролем технологического процесса.
4. Обеспечивается непрерывность работы оборудования, т.е. современное оборудование может работать непрерывно.

Все вышеперечисленное обуславливает актуальность процесса модернизации предприятий общепита, в том числе кафе и ресторана. Его применение способствует эффективному введению семейного бизнеса.

Список использованных источников

1. Единый Информационный день Алтайского края по теме: «О приоритетных направлениях развития малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае» (25мая 2016) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://altvet.org/show_new.php?id_new=1930.
2. Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае на 2014 – 2020 годы [Электронный ресурс] : государственная программа Алтайского края от 20 дек. 2013 г. № 670 [утв. Постановлением Администрации Алтайского края от 24 января 2014 г. № 20]. – Режим доступа: КонсультантПлюс

3. According to the Japan Vending Machine Manufactures Association website, there are 5,582,200 vending machines in Japan, or one machine for every 23 people.
4. *Steven v. Fidelity & Casualty Co.* (1962) 58 C2d 862

Приложение 1



Торговый автомат для
продажи готовых обедов SM
6367



Торговый автомат для
продажи готовых обедов SM
6367 LONG

Автомат для реализации горячих напитков





Торговый автомат по продаже лапши SM 6367



Торговый автомат по продаже лапши SM 6367 LONG

Приложение 2

Вакуумный упаковщик настольный НВС-300Т/1А



DEVELOPMENT OF A UNIQUE CONFECTIONERY PRODUCT AS A GOOD START FOR FAMILY BUSINESS

Sablina Anastasia Igorevna, student of the PK-192 group.

Lotarevich Tatyana Alexandrovna teacher of special disciplines.

Regional state budgetary professional educational institution «Altai Academy of
Hospitality», Russian Federation, Barnaul

Annotation. The formulation of a unique confectionery product was developed. The experience of the Altai Academy of Hospitality on the development of a confectionery product that can ensure a successful start of a family business is presented.

Keywords: cookies, confectionery, formulation development, family business.

РАЗРАБОТКА УНИКАЛЬНОЙ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ХОРОШИЙ СТАРТ ДЛЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА

Саблина Анастасия Игоревна, студент группы Пк-192.

Лотаревич Татьяна Александровна преподаватель специальных дисциплин.

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства» г. Барнаул

Аннотация. Произведена разработка рецептуры уникального кондитерского изделия. Представлен опыт КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства» по разработке кондитерского изделия, которое может обеспечить успешный старт семейного бизнеса.

Ключевые слова: печенье, кондитерское изделие, разработка рецептур, семейный бизнес.

Перед запуском бизнеса для любого предпринимателя становится актуальным вопрос, что производить. Анализируя российский рынок, можно установить, что кондитерские изделия стали давно неотъемлемой частью рациона питания для населения России. Доля его производства одного из самых популярных мучных кондитерских изделий, которым является печенье, составляет 37% среди всех мучных кондитерских изделий [1].

Внесение нетрадиционного сырья позволяет расширить ассортимент производимых кондитерских изделий, в частности печенья. С помощью добавления нетрадиционного сырья можно повысить пищевую и биологическую ценность печенья. Улучшить органолептические показатели изделий, такие как: внешний вид, цвет, вкус и запах. Все это позволяет создать уникальный продукт, пользующийся спросом у потребителя. Таким образом, это дает возможность успешного старта семейного бизнеса.

Кофе является продуктом зерновым, естественного происхождения, пользующийся постоянным спросом у потребителей. В его состав входят

разнообразные вещества, органического и неорганического происхождения. Благодаря этому, кофе оказывает значительное влияние на практически все структуры и системы организма человека.

В состав кофейного зерна входит Алкалоид тригонеллин, входящий в состав кофейного зерна, без вкуса и запаха в чистом виде, при воздействии температуры превращается в пиридин, придающий кофе его специфический аромат. Кроме того при нагревании тригонеллина высвобождается никотиновая кислота, т. е. витамин В3. Витамин В3 играет важнейшую роль в обмене веществ в организме, стимулирует деятельность нервной системы.

Современные научные исследования показывают, что регулярное и умеренное употребление кофе снижает риск развития цирроза печени, рака груди, рака полости рта, глотки рака предстательной железы, уменьшает риск сердечнососудистых заболеваний, диабета второго типа, снижает риска развития болезни Альцгеймера [2].

На базе ПЦК Индустрия Питания Алтайской Академии Гостеприимства была проведена разработка рецептуры сахарного печенья с добавлением кофе.

За основу была выбрана рецептур печенья «Нарезное» из сборника рецептур кондитерских изделий [3].

Рецептура данного печенья представлена в таблице 1.

Таблица 1– Рецептура сахарного печенья «Нарезное»

Сырье	Массовая доля сухих веществ, %	Расход сырья, кг на 100 кг готовой продукции, кг	
		в натуре	в сухих веществах
Мука пшеничная высшего сорта	85,50	63,60	54,38
Сахар-песок	99,85	28,62	28,58
Маргарин	84,00	9,54	8,01
Соль	96,50	0,48	0,46
Патока	78,00	3,18	2,22
Пудра ванильная	99,85	0,17	0,17
Натрий двууглекислый	50,00	0,48	0,24
Аммоний углекислый	0,00	0,06	0,00
Итого	-	106,13	94,06
Выход	92,00	100,00	92,00

В данную рецептуру кофе вносилось в виде 5% экстракта свежесваренного, профильтрованного кофе, различной концентрации: 15%, 30%, 45%, 60%, взамен рецептурного количества воды.

Кофейный раствор вносился вместо рецептурного количества воды.

В результате лабораторных выпечек были выпечены 5 образцов сахарного печенья. Технологическая схема приготовления сахарного печенья представлена на рисунке 1.

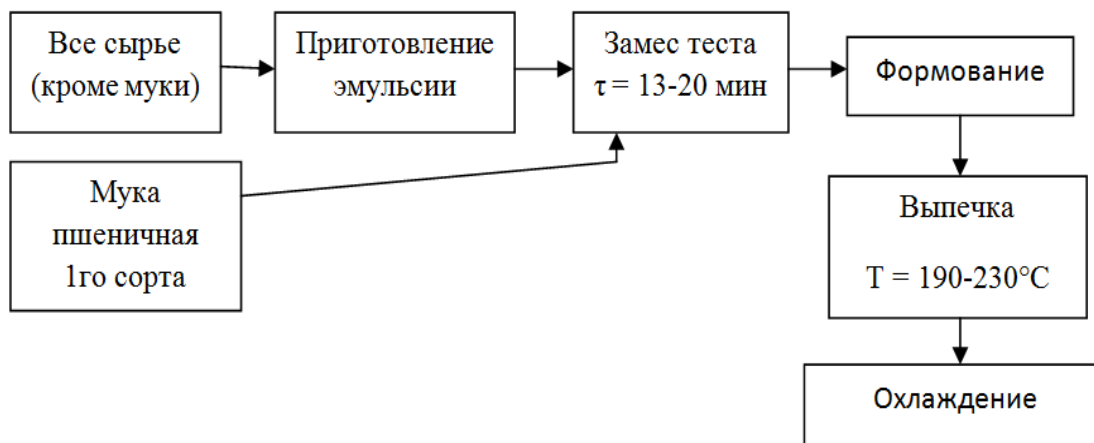


Рисунок 1 - Технологическая схема приготовления печенья

Образцы выпеченного печенья оценивались по органолептическим показателям качества, таким как: форма, поверхность, цвет, вкус, запах, вид в изломе.

Все выпеченные образцы по органолептическим показателям соответствовали требованиям ГОСТ 24901-2014 [4]. Образец сдобного печенья с добавлением кофейного экстракта концентрацией 45% представлял собой пропеченное печенье с пористой структурой, без пустот и следов непромеса, имел приятный и выраженный кофейный вкус и светло-коричневый оттенок. Образец с концентрацией 60% представлял собой пропеченное печенье с пористой структурой, без пустот и следов непромеса, имел более горький кофейный вкус, насыщенный коричневый оттенок.

Таким образом, в результате исследования образцов печенья по органолептическим показателям качества была выявлены оптимальные дозировка свежесваренного кофе для сахарного печенья, которая составила 45%. На основе этих данных была разработана рецептура уникального кондитерского изделия, интересного потребителю. Производство печенья, основанного на этой рецептуре может обеспечить успешный старт семейного бизнеса.

Список использованных источников

1 Доронин А.Ф. Функциональные пищевые продукты. Введение в технологии / Л.Г. Ипатова, А.А. Кочеткова, А.П. Нечаев, О.Г. Шубина, С.А. Хуршудян. – М.: ДеЛи принт, 2009. – 288 с.

2 Association of Coffee Drinking With Mortality by Genetic Variation in Caffeine Metabolism / Erikka Loftfield, PhD¹; Marilyn C. Cornelis, PhD²; Neil Caporaso, MD³; etal JAMA Intern Med. 2018;178(8):1086-1097. doi:10.1001/jamainternmed.2018.2425

3 Павлов А.В. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий, СПб.: ПРОФИ – ИНФОРМ, 2004. – 296с.

4 ГОСТ 24901-2014 Печенье. Общие технические условия.

The development of family business in the field of plant growing

Voronina Vera Igorevna, the student of the speciality « Technology of public catering products»

Sotnikova Faina Anvarovna, teacher

RSBPEI «Altai Academy of hospitality», Barnaul

Annotation: Increased interest in employment of population in the field of plant growing. Prospects for the development of the plant growing.

Keywords: plants, entrepreneurship, profitability.

РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В ОБЛАСТИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Воронина Вера Игоревна, обучающаяся специальности «Технология продукции общественного питания»

Сотникова Фаина Анваровна, преподаватель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

Аннотация: Возрастание интереса к занятости населения в области растениеводства. Перспективы развития растениеводства.

Ключевые слова: растениеводство, предпринимательство, доходность.

Бизнес- это прежде всего то, что вам не безразлично. Ваш бизнес-это вся ваша жизнь.

Ричард Брекен ,самый эксцентричный миллиардер нашего века.

С давних времен растениеводство - основной доход человека. Такое направление в нашем крае значительно развито. Продукция, выращенная. Алтайский край – житница не только Сибири, но и страны. Регион является крупнейшим производителем зерна в Российской Федерации. Край располагает высоким потенциалом в области производства сельскохозяйственной продукции. Общая площадь земель сельскохозяйственного назначения составляет 11,6 миллиона гектаров, в том числе сельскохозяйственных угодий – 10,6 миллиона гектаров, из них пашни – 6,5 миллиона гектаров – это самая большая площадь пашни среди регионов Российской Федерации. С давних времен растениеводство - основной доход человека. Такое направление в нашем крае значительно развито. Продукция, выращиваемая здесь, реализуется не только по России, но и за границей. Посевные площади сельскохозяйственных культур во всех категориях хозяйств ежегодно занимают 5,1 – 5,5 млн гектаров, в том числе зерновые и зернобобовые культуры – до 3,8 млн гектаров. В 2018 году впервые площади сева масличных культур в регионе достигли 1 млн гектаров.

История развития колхоза «Новый путь»

Колхоз существует еще со времен СССР. На должность председателя в 1994 году заступил Сибякин Анатолий Александрович.(мой дедушка) Со временем колхоз перерос в частную собственность, где и образовалось в ИП. В 2016 году ИП переросло в категорию субъекта - микропредприятие.

Наша деревня начала распадаться , то есть многие жители начали уезжать в другие города. Численность населения резко снизилась , но коллективное хозяйство не распалось Животноводство перестало существовать. Все внимание было уделено на выращивание зерновых культур. Общая площадь полей составляет более 1.5 тыс. га.

Климат и географическое положение.

Наше село Ермошиха Локтевского района находится на юго-западе Алтайского края на границе с Казахстаном.. Рельеф представляет собой мелкосопочную равнину. Климат резко континентальный. Средняя температура января – -25 С в морозные дни составляет до -40 С, а в июле – от+22 -25 и достигает до 35

Растениеводство.

Наша отрасль в селе - растениеводство. Продукцию, которую мы получаем – реализуем через продажу и использование в личном хозяйстве.

В зависимости от срока высева семян, культуры подразделяются на:

- озимые (посев производится осенью)
- яровые (посев производится весной)

Также зерновые культуры подразделяют на:

- хлебные (пшеница, рожь, овес, ячмень)
- зернобобовые (горох, чечевица)

Рабочие.

Так как наша деревня маленькая, всего 150 человек работают из них у нас-60 человек. Считаем. что заработанная плата-достойная.

Во время уборки и посева рабочий может получать от 60.000руб в месяц до 120000руб в месяц.

Какой транспорт есть в нашем ИП?

1. Комбайны (КЗС-7 «ПАЛЕССЕ GS07»)-5шт

2. Машины (газ-53)- 7 шт

3. Трактора (Белорусь)-5 шт

Прибыль

В данной таблице приведены данные по выручке за последние 7 лет.

2011	6.2 млн.руб
2012	9.4млн. руб
2013	8.6млн.руб.
2014	9.4млн.руб.
2015	9.1млн.руб.
2016	9.5млн.руб.
2017	7.9млн.руб.

Из таблицы можно сделать вывод, что слова сказанные Ричардом Брекеон, подтверждаются: Бизнес для нашей семьи-это наша жизнь.

Заключение.

К факторам, влияющим на сельскохозяйственные культуры относят природные: качество почв; продолжительность безморозного периода, сумма активных температур суммарная солнечная радиация; количество осадков; обеспеченность водными ресурсами. транспортом и благодаря всем этим факторам мы можем развиваться и дальше в направлении растениеводства.

Список литературы.

1. Агробиологические основы производства, хранения и переработки продуктов растениеводства: Учебник (по / В.И. Филатов и др. - Москва: Высшая школа, 2016. - 588 с.
2. Вавилов, П.П. Растениеводство / Вавилов, П.П. и др. - М.: Колос; Издание 2-е, перераб. и доп., 2019. - 432 с.
3. Вавилов, П.П. Полевые сельскохозяйственные культуры в России / П.П. Вавилов, Л.Н. Балышев. - М.: Колос, 2018. - 160 с.
4. Васильев, Д.С. Подсолнечник / Д.С. Васильев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Агропромиздат, 2017. - 174 с.
5. Васько, В.Т. Теоретические основы растениеводства и земледелия / В.Т. Васько. - М.: Профи-информ, 2017

The development of family business in the field of crop cultivation

Kirillova Marina Vladimirovna , the student of the specialty "Technology of public catering products"

Sotnikova Faina Anvarovna, teacher

RSBPEI «Altai Academy of hospitality», Barnaul

Annotation: Information of the population about the process taking place in the field of agriculture. Prospects of development of field breeding.

Keywords: Agriculture, business, ruminatin, herbicides, «Fog» machine, reinvestment.

Развитие семейного бизнеса в области полеводства

Кириллова Марина Владимировна, обучающийся специальности
«Технология продукции общественного питания».

Сотникова Фаина Анваровна, преподаватель КГБПОУ «Алтайская
академия гостеприимства», г. Барнаул.

Цель: исследование перспективности полеводства в условиях села.

Задачи:

- история развития бизнеса в моей семье.
- сравнительная характеристика приобретения техники и получения прибыли за годы: 2017, 2018 и 2019 годы.

Аннотация: ознакомление населения со всеми процессами, происходящими в отрасли сельского хозяйства-полеводства. Перспективы развития полеводства.

Ключевые слова: полеводство, бизнес, гуминатрин, гербициды, машина «Туман», реинвестирование.

«Деньги должны работать постоянно, поэтому всю прибыль нужно реинвестировать в бизнес.»

В. С. Савенко

Полеводство является основной отраслью сельского хозяйства, отвечающей за производство продукции полевых, преимущественно однолетних озимых и яровых культур: технических, зерновых, бахчевых, кормовых, картофеля.

Направление полеводства определяется, исходя из природных условий.

Так в Алтайском крае, Благовещенском районе, села Ленки, климат благоприятный для выращивания различных культур, это выгодное географическое положение, а также чернозёмные почвы, благодаря которым предприниматели, занимающиеся полеводством, получают высокий урожай.

Всё началось с того, что наша семья, испытывая нищету, всеми способами пыталась прокормить нас, и наша семья не стала исключением. Начиная испытывать недостаток в деньгах, после того, как главу семьи сократили, мы решили начать бизнес, связанный с полеводством, так как заниматься чем-то особо прибыльным в то время не удавалось.

У нас был небольшой участок земли, и мы решили его засеять. Так и решили. Был взят кредит.

После взятия кредита, были куплены необходимые семена, дизельное топливо, а также взята во временное пользование необходимая техника.

Когда посеяли, встал вопрос: чем будем убирать?

И снова была взята техника во временное пользование, только вот прибыль пришлось делить 50 на 50, то есть 50%, тем кто убирал, и 50% себе.

Так была получена первая прибыль, и после некоторого времени, была приобретена уже своя собственная техника, а именно трактор.

В начале 1999 года, у нас насчитывалось не более 40 гектар, а на сегодняшний день, после прошедших 20 лет, у нас насчитывается более 1500 тысячи гектар.

Так же на сегодняшний день, у нас насчитывается 11 собственных тракторов. А именно МТЗ-1221(2 шт), К-701, МТЗ-82. Что не может не радовать.

Так же имеются:

1) итальянская сеялка, СКП-2,1, которая обрабатывает пшеницу, овёс и ячмень.

2)Культиваторы КПЭ-3,8(культиватор пропашной эрозийный), КПШ-3(культиватор пропашной широкозахватный), КПП-3(культиватор пропашной глубокорыхлитель), КПРН-8(культиватор пропашной рядковый навесной), БИГ-3(борона игольчатая), дискатор ЛДГ-7.

3)Сеялка СПЗ-3,6(сеялка зерновая прессовая).

4)Специальные веялки ОВС(очиститель вороха самоходный), который обрабатывает 25 тонн в час. СМ(семенная машина), которая обрабатывает 4 тонны в час.

Виды культур, которые мы выращиваем, это в основном зерновые: пшеница, овёс, ячмень, гречиха, зернобобовые, а также подсолнечник.

- Ячмень-52 гектара.
- Пшеница-453 гектара.
- Подсолнечник-190 гектар.
- Овёс-50 гектар.
- Гречка-67 гектар.
- Озимая пшеница-130 гектар.

Прибыль это, конечно всё приносит, но всё же большая часть прибыли идёт на оборотные средства. Так же она же, в зависимости от года, всегда меняется.

Так же не более важен и уход за культурами. Вот так, например, машина «Туман». Это опрыскиватель, который способен выполнять работу по химобработке и подкормке почв и растений. Машина так же позволяет обрабатывать низкорослые посевы и всходы в вегетативном периоде.

Благодаря символической нагрузке на каждый сантиметр земной поверхности (в комплектации с пневмоколесами), машина не повреждает стебли растений и не продавливает колеи.

Штанговый опрыскиватель позволяет обрабатывать жидкими химическими реагентами любые культуры, кроме подсолнечника на поздних этапах созревания.

Точность захода и направления движения определяется по данным навигационного устройства, позволяющего вести качественную обработку в любое время суток, независимо от погоды.

Так, машина под названием «Туман», приносит хорошие преимущества для потребителя, например:

1. Сокращается время обработки растений до 1 гектара в минуту.
2. Продуктивность обработки возрастает до 1000 гектар в сутки.
3. Обеспечивается полнота и плотность опрыскивания участков.

Культуры обрабатывают гуминатрином, технологическим препаратом нового поколения, который содержит макро- и микроэлементы, стимулятор роста - калиевые соли гуминовых кислот, а также комплекс почвообразующих бактерий.

А от вредителей используют гербициды, вещества, их область применения очень обширна, но используют их, как правило, для обработки посевов сельскохозяйственных культур.

В составе гербицида может находиться один или несколько рабочих компонентов, что дает возможность значительно увеличить их спектр действия.

С полеводством связаны все члены нашей семьи.

Сравнительная характеристика приобретения техники и получения прибыли за годы: 2017, 2018 и 2019 годы

	2017 год	2018 год	2019 год
Комбайны	2	2	3
Трактора	1 трактор 4 класса	2	3
Хранилища	1	2	3
Дизельное топливо	16 тонн	22 тонны	36 тонн
Посевные площади	670 гектар	980 гектар	1500 гектар
Культуры	3 культуры: Пшеница Овес Подсолнечник	4 культуры: Пшеница Овес Подсолнечник Ячмень	6 культур: Пшеница Овес Горох Чечевица Подсолнух Пшеница, озимая и яровая
Оборотные средства	6 730 000	7 500 000	10 000 000
Земельные налоги	47 000	72 000	96 000
Доход, руб	800500	935000	1500000

Мы можем сделать вывод, что полеводство не только важно, но и нужно развивать, ведь оно является неотъемлемой частью нашей жизни.

Список использованных источников

1 Самоходная машина-опрыскиватель «Туман» [Электронный ресурс]- Режим доступа:

<https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.driver2.ru%2Fd%2F483052292795269633%2F>

2 ЛитМир [Электронный ресурс]- Режим доступа:

<https://www.litmir.me/br/?b=136856>

COMPUTER APPLICATIONS AS A PROFITABLE FAMILY BUDGET POLICY

Trishina Lyubov Nikolaevna, Regional state budgetary professional educational institution «Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul, studying group B-181 specialty "Economics and Accounting (in branches)".

Annotation. The essence of family budget planning using modern computer technologies, the advantages of switching to electronic media, methods for improving the family financial policy are disclosed.

Keywords: family budget planning; computer technologies; programs for home accounting.

УДК 338

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ КАК ВЫГОДНАЯ ПОЛИТИКА СЕМЕЙНОГО БЮДЖЕТА

Тришина Любовь Николаевна

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул,
обучающаяся группы Б-181 специальности «Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)»;

lyubakim16@gmail.com

***Аннотация.** Раскрыты сущность планирования семейного бюджета, преимущества перехода на электронные носители с помощью современных компьютерных технологий, методы улучшения финансовой политики семьи.*

***Ключевые слова:** планирование семейного бюджета; компьютерные технологии; программы для домашней бухгалтерии.*

Планирование семейного бюджета - это прогнозирование изменений доходов и расходов семьи на предстоящий период, определение организационно-экономических и финансовых мер по сбалансированности доходов и расходов, получению и эффективному использованию семейных накоплений [1].

Без понимания четких целей невозможно выстроить лучший маршрут к финансовым целям. Без определения количества ресурсов, которые нужно на регулярной основе удерживать из бюджета, сложно его запланировать и держать в тонусе. Если нет понимания способов достижения своих целей, то чаще всего мы остаемся на месте. В таком случае мы испытываем чувство тревоги за будущее и чувство вины за нереализованные планы

Существует множество методов, способных оптимизировать ведение учёта доходов и расходов семейного бюджета, используя специальные программы на компьютере.

*Нужно отметить, что, современные технологии позволили разработчикам создать полноценную программную платформу – операционную систему Android и iOS. [4]. Благодаря этой системе зародился рынок мобильных приложений. Многие разработчики стали выпускать мобильные версии своих программ: специальные электронные блокноты, дневники, таблицы в Excel, приложения для телефонов, программы для ведения домашней бухгалтерии и даже специальные приложения в интернет-банках, которые могут вести учет трат по статьям с превышением лимита или автоматически делать отчисления в копилку[3]. Все они доступны в России, главное – найти *подходящего приложения*, которое позволит сделать процесс контроля за состоянием бюджета максимально удобным и комфортным.*

Вот на что нужно посвятить свое время при работе с программой, а не на скрупулезный ввод всех чеков и мелких трат на бумажные носители, в век цифровой технологии. Именно эта часть работы является самой важной и интересной в домашней бухгалтерии.

С целью выявления и формирования рейтинга наиболее популярных приложений среди пользователей для более грамотной политики семейного бюджет мною в октябре 2019 года были проанализированы скаченные мобильные приложения для Android, iOS или Windows [2].

1 место в рейтинге занимает приложение Money Manager с числом пользователей около 200 000 тыс., человек и имеющее оценку 5 звезд. Оно позволяет контролировать доходы, расходы, а также предоставляет исчерпывающую статистику за любой интересующий вас период времени. Среди наиболее значимых функций можно отметить следующие: доступ к данным с компьютера, применение системы двойной записи, планирование бюджета по отдельным категориям, управление кредитными и дебетовыми картами.

2 место в рейтинге занимает приложение Monefy с числом пользователей около 150 000 тыс., человек и имеющее оценку 4.6 звезд. Оно поможет организовать удобную систему учёта всех ваших расходов. Это приложение обладает интуитивно понятным интерфейсом, позволяющим мгновенно добавлять новые записи. Если у вас несколько устройств или вы хотите следить за расходами всей семьи, то в приложении имеется система синхронизации через Dropbox. В этом же облачном сервисе хранятся резервные копии данных на случай какого-то сбоя или потери смартфона.

3 место в рейтинге занимает приложение «Дзен-мани» с числом пользователей около 10 000 тыс., человек и имеющее оценку 4.7 звезд. Программа умеет самостоятельно фиксировать расходы, что избавляет от необходимости вручную вносить каждый платёж и покупку. Для этого к приложению можно подключить импорт операций из «Сбербанка», «Альфа-банка», «Тинькофф банка», «Яндекс.Денег», Webmoney или QIWI.

Таким образом, мы тратим всего пару минут вечером на то, чтобы вести домашнюю бухгалтерию и сверять с балансом в программе, а взамен получаем полный контроль над своими финансами. Выгодный обмен, не так ли?

По данным исследования возникает целесообразный вопрос, по какому принципу пользователи выбирают ту или иную программу? Ведь подобрать подходящее приложение достаточно не просто в век цифровых технологий. Исследуя данное направление, выявила, что важную роль играет интерфейс программы и упрощенное планирование бюджета по отдельным категориям, при минимальных расчётах.

Список использованных источников

1. Студенческая библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studbooks.net/>
2. Ведение семейного бюджета [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lifehacker.ru/family-budget/>
3. Умные ответы и гениальные вопросы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://thequestion.ru/>
4. *Планирование семейного бюджета* [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mplf.ru/byudzhet/>

DEVELOPMENT OF FAMILY BUSINESS IN THE FIELD OF BUSINESS DEVELOPMENT OF CRAFTS

Kalinina V.A. trainee group D1611, RSBPEI "Altai Academy of Hospitality"
Russian Federation, Barnaul.

Annotation. The main problems in the development of the enterprise of crafts have been identified. Ways of solution the problems have been shown, examples of entrepreneurs in this industry have been provided.

Keywords: entrepreneurship; People's crafts; Tradition reproduction Potential.

РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ

Аннотация. Обозначены основные проблемы в сфере развития предпринимательства народных промыслов. Выделены решения проблем, предоставлены примеры деятельности предпринимателей в данной отрасли.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность; народные промыслы; традиции; воспроизводство; потенциал.

Малое предпринимательство – явление разностороннее и многогранное, проявляющееся во всех отраслях и сферах экономики. Такой сегмент малого бизнеса, как мастера народных промыслов и ремесленнического производства, требует пристального внимания и поддержки.

На данный момент Алтайский край вкладывает большое значение в развитие туризма, но люди, посещающие его, должны не только ознакомиться с природой, но и с местными традициями, культурой и обычаями.

В Алтайском крае соединились традиции многих народов. Наиболее распространенными видами народных художественных промыслов в крае являются художественная обработка камня и металла, резьба по дереву, лозоплетение, кружевоплетение, вышивка, изготовление изделий из керамики, бересты и другие.

В настоящее время спектр народных ремесел стал значительно богаче, нежели упомянутые направления.

Традиции народных ремесел в основном развивались по следующим направлениям:

1 Резьба по камню и ювелирное искусство.

Изготовление изделий мелкой пластики, анималистические скульптурные произведения, геммы, инталии, печати.

Самостоятельный раздел – ювелирное искусство включает: перстни, серьги, кулоны, броши, колье, диадемы, тематические миниатюры и фирменные знаки из

поделочных камней, представительская пластика предприятий и фирм из алтайских самоцветов.

Отдельное направление – камнерезные изделия больших форм: камины, фонтаны, скульптуры, вазы, канделябры, малые архитектурные формы и стелы.

2 Резьба по дереву.

Изготовление декоративных архитектурных элементов: наличников, карнизов, фризов и кокошников, оформление парадных входов и интерьеров, включая декоративные панно, колонны, пилоны и другие элементы внутреннего убранства.

Как отдельное направление резьба по дереву малых форм: шкатулки, разносы, панно, письменные приборы, анималистические фигуры, подставки для часов, ручки для столовых приборов из благородных пород дерева.

3 Кованый металл (железо, медь, сталь), чеканка и просечка по жести.

Изготовление архитектурного декора: кронштейнов, карнизов, калиток, оград, канделябров, каминных решеток.

Как самостоятельный раздел – кованое железо в интерьере: подсвечники, блюда, ларцы, шкатулки, аксессуары кухни и каминные гарнитуры (решетки, щипцы, кочережки, совки).

Художественнаяковка по эксклюзивным эскизам разнообразной тематики: от скульптурных композиций до мелкой пластики, садовые скамьи, диваны, столы и стулья для беседок.

4 Керамические изделия.

Традиционная керамическая продукция: кувшины, кринки, корчаги, макитры, жбаны, тарелки, миски, блюда, разносы, мелкая пластика по эксклюзивным разработкам, включая фирменные знаки и логотипы фирм.

Садовые керамические изделия крупных форм: фонтаны, стелы, анималистика.

5 Произведения ткачества и народная вышивка: ковры, паласы, покрывала, ширинки, накидки, эксклюзивные шарфы.

Одежда и постельные гарнитуры в русских традициях с применением вышивки. Последнее направление позволяет вовлечь в культурный обиход широкий

круг народных мастеров из периферической зоны края, изделия которых получили признание на сельских и районных выставках.

Искусство лоскутного шитья возникло и распространилось повсеместно со второй половины XIX века.

Самыми популярными лоскутными изделиями того времени, наполнившими горницы крестьянских домов и гостиные горожанок, были одеяла, покрывала, подушки, коврики с несложным мозаичным узором из квадратных и треугольных лоскутков ярких цветов.

6 Художественное литье из металла.

Барнаул в конце XVIII – первой половине XIX вв. был известен как центр литья колоколов для храмов Алтайского горного округа. Традиция утрачена в связи с закрытием Барнаульского сереброплавильного завода, но с привлечением профессионалов, как в литейном деле, так и профессиональных художников, разрабатывающих алтайскую сувенирную тематику, возможно, возродить этот вид искусства.

7 Художественная роспись.

Традицию урало-сибирской росписи принесли на Алтай мастера-красильщики в середине XIX века.

Росписью украшали интерьеры домов, двери, стены, полаты, деревянные детали печи, полки, шкафчики, прялки, посуду.

Целью работы являются:

- Рассмотрение сфер народных художественных промыслов и ремесел Алтайского края;
- Анализ деятельности мастеров народных промыслов;
- Обзор механизмов поддержки малого предпринимательства и способы решения существующих проблем.

Основными задачами по достижению целей являются:

- Укрепление в общественном сознании жителей края и гостей отношения к народным художественным промыслам как национальному достоянию;
- Ознакомление с направлениями народных промыслов;

- Развитие пропаганды народных промыслов на основе семейного бизнеса.

1 Принятие традиций в Алтайском крае

1.1 Концепция проекта

Все знают Алтайский край как нечто загадочное. Он многообразен, и это привлекает людей. На данный момент Алтайский край демонстрирует очень большие успехи в развитии по каждому из направлений туризма – событийному, экологическому, познавательному, гастрономическому, санаторно-курортному. Сначала было непонятно, чем можно занять туриста в крае на несколько дней, но достаточно быстро с этим непониманием разобрались.

Из каждой поездки туристы везут домой полные сумки сувениров. Тула славится пряниками и самоварами, Кострома - сыром и черной солью, Иваново - ситцем. А ведь и алтайским мастерам есть чем удивить человека путешествующего да человека коллекционирующего. В самых разных районах нашего края делают такие удивительные вещи, что захватывает дух.

Народные художественные промыслы и ремесла занимают особое место в жизни и истории каждого народа, являясь одной из форм народного творчества и специфической отраслью материального производства.

Сохранение, возрождение и развитие народных художественных промыслов признано одной из важнейших задач государственной политики в сфере культуры.

На территории современного Алтайского края преимущественное развитие получили добывающие промыслы, базирующиеся на природных особенностях края.

В сравнении с известными российскими производствами народно-художественного промыслов, кустарные промыслы Алтайского края не стали брендами на общероссийском и мировом уровнях.

Область ремесленного производства индивидуальных товаров является довольно благоприятной нишей для ведения семейного бизнеса. Одним из самых традиционных способов ведения малого бизнеса является вовлечение в трудовую деятельность членов семьи. Сегодня семейный бизнес в России переживает второе рождение. Особенно четко тенденция развития семейного бизнеса видна на примере творческого предпринимательства и традиционных видов ремесел. Изготовление

продукции с вовлечением в трудовой процесс всех членов семьи позволяет не только получать общий доход и тем самым пополнять семейный бюджет, но и способствует сплочению родных людей в целеустремленную команду. Ни один наемный сотрудник не будет так сильно ратовать за успехи компании, как член семьи.

Развитие компании под руководством одной семьи является классическим образом ведения дел по всему миру. Именно семейному бизнесу принадлежали и продолжают принадлежать самые успешные компании в истории. История знает немало примеров, когда из небольшого семейного промысла компания превращалась в корпорацию с баснословной прибылью, оставаясь в руках представителей одной фамилии. В чем то ремесленничество это синоним семейного бизнеса, так как исторически тайные ремесленнические знания и умения передавались только внутри своего семейного клана. В логотипах самых знаменитых мировых брендах мы можем встретить именно год основания этой компании и в описании компании всегда важное значение имеет история и личность основателя бренда.

Продукция, обладающая индивидуальным дизайном или уникальными характеристиками, вызывает все больший интерес среди потребителей. Малый бизнес в России обладает огромным потенциалом роста, однако на его пути часто встают различные бюрократические препятствия. Это же можно отнести и к мелким семейным предприятиям, болезненно реагирующим на положение малого бизнеса и изменения делового климата в стране в целом. Поэтому сегодня так важно поддержать зарождение новых семейных бизнесов, так как наше поколение первое создающее и развивающее свой семейный бизнес и от того какой будет сделан первый шаг, зависит сколько в будущем будет российских брендов с надписью «Основано в 20.. году».

1.2 Актуальные проблемы

Мастера, для которых художественное творчество - основная деятельность, большей частью зарегистрированы как индивидуальные предприниматели без образования юридического лица. Неформальная деятельность характерна, в

основном, для тех мастеров, для которых художественные промыслы не основной, а дополнительный заработок, и для тех - кто работает в сфере профессионального и дополнительного художественного образования.

Для мастеров-умельцев в сфере народных художественных промыслов основными являются две проблемы:

Сложности сбыта продукции, особенно его непостоянство и сезонность, а также отсутствие сформированной рыночной инфраструктуры в сфере народных художественных промыслов.

Второй проблемой является отсутствие поддержки со стороны региональной власти. Необходимо отметить, что без поддержки власти сохранить, а тем более развить сферу художественных промыслов практически невозможно. Доход от предпринимательской деятельности в этом сегменте недостаточен не только для расширенного, а зачастую и для простого воспроизводства.

Несмотря на выше обозначенные проблемы мастера не отказываются от деятельности в сфере народных художественных промыслов.

Таким образом, в соответствии с выделенными проблемами перед предпринимателями сферы народных художественных промыслов стоят следующие цели:

Первая цель носит экономический характер и выражается в постепенном повышении эффективности производства за счет выхода на новые рынки и возможного внедрения инноваций в технологический процесс на тех его стадиях, где это возможно (при условии, что не будет теряться художественный уровень изделий). С помощью этого улучшаться экономические показатели деятельности, что приведет к прибыли, рентабельности;

Вторая цель социального характера ведет за собой улучшение системы наставничества и ученичества за счет наработки связей с образовательными учреждениями, начиная с младшего школьного звена и за счет этого обеспечить воспроизводство художественных промыслов;

И третья цель культурного характера несет сохранение традиционного качества и мастерства.

2 Инициатива начинающих предпринимателей

2.1 Поддержка предпринимателей

Существенным стимулом развития народных промыслов могут стать меры государственной поддержки. Мерами поддержки развития народных промыслов и ремесленнического производства чаще всего являются саморегулируемые организации, такие как ремесленнические палаты и центры национальных ремесел, действующие в субъектах Российской Федерации по примеру зарубежных стран. Они созданы с целью наполнения мелких рынков уникальными товарами и услугами, формирования конкурентной среды, при этом способствуя наполнению налоговой базы.

В зарубежных странах субъектам ремесленнического производства предоставляются льготы и преференции, что отражается на снижении себестоимости товаров и услуг. Ремесленнические палаты, в свою очередь, не только регистрируют субъектов ремесленнического производства, но и отвечают за подготовку кадров, а также, предъявляя высокий уровень требований к качеству товаров и услуг, обеспечивают гарантии уровня предоставляемых услуг потребителям.

Развитие деятельности саморегулируемых организаций в сфере ремесленнического производства может способствовать совершенствованию народных промыслов, созданию новых рабочих мест, повышению уровня доходов и, как следствие, снижению в регионе криминогенной обстановки. Поддержка развития народных промыслов влечет за собой сохранение исторических и культурных традиций, способствует развитию туризма и повышению уровня престижа территории.

Наиболее эффективной работа ремесленнических палат и центров национальных ремесел станет при формировании и принятии нормативных правовых документов, направленных на:

-внедрение специального «ремесленнического» патента для мастеров народных промыслов, не использующих наемный труд;

-возможность участия мастеров народных промыслов в государственных и муниципальных программах, получения государственной поддержки на свое обучение, модернизацию производства, повышение квалификации персонала и т.д.;

-внедрение для сферы народных промыслов и ремесленного производства механизмов стимулирующего характера, таких как награды;

-организацию региональных и всероссийских выставок и конкурсов профессионального мастерства, качества выпускаемой продукции и/или услуг в присвоением наград, приравниваемых к государственным.

2.1 Предприниматели Алтайского края в сфере народных промыслов

Специфика семейного бизнеса заключается в том, что собственниками компании являются члены одной семьи, которые ориентированы на долгосрочные цели, так как стремятся выстроить бизнес, как для себя, так и для будущих наследников. Среди членов Алтайского Сообщества есть молодые предприниматели, развивающие такие компании.

Один из членов сообщества, генеральный директор ООО "Агро-Спектр" Никита Кожанов утверждает: "Семейный бизнес, или бизнес-династии, таят в себе двойственность. С одной стороны, это довольно легкий старт (вход в бизнес), поскольку уже имеется наработанная база, есть на кого равняться и у кого просить совет. Однако, это довольно сложная структура для самореализации и самосовершенствования, поскольку приходится встраиваться в уже готовый бизнес. У семейного бизнеса есть одно большое преимущество, взаимное доверие партнеров, основанное не только на общем деле, но и на семейных узах".

В 2012 году в Бийске был создан единственный в мире арт-эко-отель "Алтай", в котором можно купить любой из предметов интерьера, сделанных руками Алтайских мастеров. Автором идеи для семейного бизнеса стала Алина Степанова. Молодая предпринимательница занимается вопросами организации текущей работы отеля и участия в ряде выставок, таких как Международная туристская выставка ITB в Берлине и Международная выставка "Интермаркет".

Государственное унитарное предприятие дорожного хозяйства Алтайского края «Колыванский камнерезный завод им. И. И. Ползунова»

На гербе Алтайского края присутствует Колыванская ваза, как символ не только прошлой славы, но и сегодняшней гордости края.

Колыванский камнерезный завод - визитная карточка Алтая, бывшая шлифовальная фабрика Императорского Двора, ведет свою летопись с начала 19 века. За 200 лет изделия камнерезной Колывани разошлись по всему миру в качестве дипломатических подарков, выступая символом Российской Империи. Их и сегодня можно встретить в музеях и частных коллекциях многих столиц и городов всех континентов, а в Государственном Эрмитаже, Русском музее, Павловском Дворце и музее им. Ферсмана изделия от Колывани находятся в центре внимания многочисленных туристов.

Заключение

В процессе данной работы были изучены основные сферы народных промыслов и ремесел Алтайского края, проведен анализ деятельности мастеров, рассмотрены механизмы поддержки малого предпринимательства. Проведено ознакомление с существующими проблемами развития бизнеса в сфере народных промыслов и способы их решения с наименьшими потерями для предпринимателей, работающих в данной сфере.

Был разобран вопрос о семейном бизнесе в Алтайском крае, его основные положения и потенциальные пути развития с учётом традиций и с упором на предпринимательство.

Представлены пути развития малого предпринимательства в Алтайском крае. Предложены примеры нормативных правовых документов, при принятии которых работа ремесленнических палат и центров национальных ремесел станет наиболее эффективнее.

Так же был рассмотрен вопрос пропаганды народного ремесла на основе семейного бизнеса. Были выявлены наиболее успешные пути пропаганды в условиях семейного бизнеса на территории Алтайского края.

Благодаря проделанной работе, найдены пути укрепления промыслов, как народного достояния в общественном сознании, как местных жителей, так и приезжих туристов, показана ценность традиций и привито чувство гордости за

край.

Подводя итоги данной работы, можно сказать, что поставленные в начале цели и задачи данной исследовательской были выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Стратегия сохранения и развития народных художественных промыслов и ремесел Алтайского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://lebendige-ethik.net/Strategia_Altai.

2 Проблемы развития предпринимательской деятельности в сфере народных художественных промыслов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view>

3 Мастера земли алтайской [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://altai-mastera.ru/katalog/master/9/6>

4 Народные промыслы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

5 Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.altairegion22.ru/ex/16099/491506>

RURAL TOURIST BUSINESS IN THE ALTAI TERRITORY

Zhuravleva Olga Ilyinichna, teacher,

«Altai State College», Barnaul

olg41193@ya.ru

Annotation. The main problems in the field of rural tourism are outlined, the experience of the Altai territory in the rural tourism implementation is presented, and positive and negative consequences of rural tourism development in the Altai territory are named.

Keywords: Rural tourism, eco-recreation, agro-tourism,

УДК 338.48

СЕЛЬСКИЙ ТУРИСТСКИЙ БИЗНЕС В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Журавлева Ольга Ильинична, преподаватель,

КГБПОУ «Алтайский государственный колледж», г.Барнаул

olg41193@ya.ru

Аннотация: Обозначены основные проблемы в сфере сельского туризма, представлен опыт Алтайского края по реализации сельского туризма, положительные и отрицательные последствия развития сельского туризма в Алтайском крае.

Ключевые слова: Сельский туризм, экоотдых, агротуризм,

Сельский туризм – это отдых в сельской местности в гостевых домах, микрогостиницах, созданных семьей на базе собственного жилого дома и приусадебного участка. Главной фигурой, обеспечивающей проживание, питание и знакомство с местными достопримечательностями, является сельская семья.

Агротуризм (farm tourism) – вид туризма, который предусматривает использование сельского (фермерского) хозяйства. Это отдых на базе фермерского хозяйства или приусадебного участка (в частном секторе). От аренды сельского дома он отличается тем, что всю заботу о своих постояльцах – организацию

проживания, питания, досуга, а также обслуживание – берет на себя принимающая семья.

Сельский туризм имеет много общего с экотуризмом и часто отвечает многим его приоритетам, в частности, таким как сохранение естественной и культурной среды, поддержка благоприятного состояния местной среды, снабжение туристов продовольствием из местных продуктов.

Владельцы сельских туристских хозяйств, расположенных около природоохранных территорий, требуют от туристов соблюдать экологию. В сельской местности туристам организуют много дополнительных услуг, которые включают экотуристские программы: конные и велосипедные прогулки, собирание ягод и грибов. Сельский туризм – это форма проведения свободного времени в виде стационарного отдыха, тогда как базовой целью экотуризма выступает активное пребывание в дикой природе, соблюдение традиций и культуры местных жителей, их глубокое познание и восприятие. Сельское жилье может использоваться как база для ночевки и питания экотуристов.

Сельский туризм – особый сектор туристской отрасли, который в первую очередь подразумевает стремление к общению с природой и культурой местного населения, а также возможности некоторое время пожить сельской жизнью. Это идеальный вариант отпуска для тех, кто устал от городского шума, монотонной работы и бешеного ритма жизни.

Сельский туризм является важным дополнением к основной сфере деятельности. Его можно рассматривать как вид предпринимательской деятельности, который дает сельским жителям дополнительный доход и является способом обеспечения занятости членов их семьи и родственников.

Хозяевами гостевых домов могут быть представители различных профессий и уровня профессионального образования.

Сельский житель (фермер или рабочий частного или государственного предприятия) помимо основной сферы своей деятельности может заниматься:

активным туризмом (построить на своей территории спортивную площадку, конный манеж, место для спортивной рыбалки, разработать и предложить гостям

как гид-экскурсовод пешеходный, санный, вело- и конный (в телеге или верхом) маршруты и прогулки);

экотуризмом (организовать своим гостям поездку в экологически чистую местность, дать им возможность попробовать экологически чистую продукцию, участвовать в заготовке лекарственных трав, лесных ягод и грибов);

культурно-этнической деятельностью (изготавливать и продавать гостям сувенирную продукцию, предметы народных промыслов, вовлекать туристов в участие в национальных обрядах, традиционных ремеслах российского крестьянина, а также полевых работах).

Какую сферу деятельности выбрать, решает сам сельский житель, но необходимо помнить, что у различных категорий туристов есть свои интересы при посещении сельских территорий:

городским жителям интересно посмотреть на сельскохозяйственное производство (как производят сыр, масло, колбасу, как выращиваются свиньи, коровы, кони);

люди творческих и интеллектуальных профессий с удовольствием посетят мастерскую ремесленника (посмотрят, как изготавливается деревянная или глиняная посуда);

иностранцев привлекают особенности национальных традиций и самобытная этнокультура.

Развитие сельского туризма в Алтайском крае может иметь как положительные, так и отрицательные последствия.

Так, положительным для сельского населения являются:

–возможность дополнительного заработка в доступной деятельности (прием туристов, продажа им продукции подсобного хозяйства, сопровождение на рыбалку, за грибами, орехами, конный прокат, транспортные услуги);

–возможность для взрослых членов семьи заняться созидательным трудом;

–интересное общение с туристами из разных регионов;

–стимул для приведения своего приусадебного участка в порядок;

–стимул для изучения иностранных языков, приобретения навыков работы на компьютере;

–повышение образовательного и культурного уровня;

–повышение интереса сельских жителей к сохранению природы.

Положительные стороны для органов власти и управления:

–увеличение занятости населения и рост доходов семей;

–снижение социальной напряженности в сельской местности, постепенное улучшение качества жизни сельских жителей;

–рост предпринимательской активности в сельской местности и создание рабочих мест в смежных с туризмом областях (культура, сельское хозяйство, транспорт, торговля);

–использование в сельском туризме в основном ресурсов населения, а не бюджетных средств;

–ополнительные поступления в бюджет косвенных налогов от сферы услуг (торговля, связь, транспорт, медуслуги, культура) и прямых налогов от деятельности объектов сельского туризма;

–рост заинтересованности населения в поддержании населенных пунктов в порядке;

–улучшение в будущем криминогенной ситуации за счет роста культурного уровня населения и др.

Положительные стороны для предпринимателей:

–увеличение доходов всей сферы обслуживания за счет появления платежеспособных клиентов (магазинов, АЗС, связи, почты и пр.);

–возможность создания различных производств в связи с возросшим спросом (в первую очередь на продукцию сельского хозяйства);

–возможность установить деловые связи и привлечь инвестиции.

Положительные стороны для окружающей среды:

–снижение нагрузки на окружающую среду, поскольку создаются рабочие места в сфере обслуживания, а население перестает чрезмерно потреблять природные ресурсы;

–отходы от пребывания туристов утилизируются владельцами сельских гостевых домов;

–растет заинтересованность населения в сохранении и процветании окружающей природы;

–участники сельского туризма могут принимать участие в очистке берегов рек, облагораживании родников, расчистке прилегающей к их усадьбам территории, улучшении подъездов к объектам сельского туризма.

Отрицательные же стороны сельского туризма следующие:

–слабый приток прямых доходов в бюджеты всех уровней в первые годы развития сельского туризма;

–необходимость постоянной поддержки работников сельского туризма в связи с высокими затратами, связанными с продвижением турпродукта;

–сельские жители, принимающие туристов без профессиональной подготовки, зачастую оказывают услуги низкого качества;

–в связи с ростом числа туристов возможно увеличение цен на отдельные виды товаров.

В целом позитивное влияние сельского туризма несравнимо более существенно, чем возможные отрицательные последствия.

На деревенских подворьях края гости наслаждаются уединенным экоотдыхом, участвуют в сельских занятиях, открывают красоту нетронутой природы. Международная агротуристическая федерация Assueil Paysan первыми в стране сертифицировала шесть сельских усадеб Алтая.

Около двух сотен гостевых домов в крупных и отдаленных селах края принимают туристов на отдых. Благословенный покой, общение с природой и свежую натуральную еду можно получить в широком диапазоне комфортности и наличия удобств. Деревенские жители могут поселить гостей в простой комнате обычного сельского дома или в сезонном бунгало, коттедже с номерами в русском

стиле на несколько постояльцев, а при желании устроят в горнице на пасеке и даже в избушке на таежной заимке...

Приобщиться к жизни на деревенский лад в районах Алтайского края можно в любой сезон. Безмятежный отдых вдали от шума цивилизации и людской суеты — лучшее восстановление после стрессов. Домашний уют, крепкий сон на свежем воздухе, вода из колодца, тишина, оглашаемая лишь пением петухов да звуками домашней живности... Неспешные прогулки и поездки по окрестным просторам под птичьей трели. Сбор ягод и целебных растений в море пьянящего разнотравья, катание на лодках или верхом. В межсезонье — поиски грибов в прозрачных рощах и запашистых лесных околках. В мороз — скрип снега под санями, слепящие вихри из-под снегохода, звенящий свежестью воздух на лыжне...

Немыслим сельский отдых без русских спа-процедур: купания в открытых водоемах, посещения бани на травах с душистыми вениками. В больших усадьбах гостей порадуют кедровой купелью или фитобочкой, бассейном с расслабляющим массажем. Семья Колмогоровых в Старобелокурихе предлагает совместить экоотдых с бальнеопроцедурами и лечением высокого уровня на федеральном курорте.

Угощают приезжих выращенным на усадьбе: овощами и зеленью со своего огорода, парным молоком, сметаной и творогом с домашней фермы, сезонными фруктами-ягодами из палисадника. А в усадьбе «Андреевское» Солонешенского района постояльцам готовят по заказному меню.

Чтобы гости не устали от неторопливого ритма деревенской жизни, их охотно приобщают к крестьянской «экзотике»: сенокосу и местным приемам рыбалки, уходу за огородом, пчелами и домашними животными, прядению шерсти, народным ремеслам, дойке и приготовлению молочных продуктов... Семья Кокориных из Солоновки под Белокурихой покажет, как варить разные сорта сыра, а семья Митиных, управляющая в тех местах кемпингом парапланеристов, обучит приезжих полетам над предгорьями.

Принимающие семьи с готовностью берут на себя роль проводников в изучении туристами местных диковинок. Алтайский край богат историческими и

природными памятниками. В зависимости от особенностей района постояльцам могут устроить квест в штольни рудника, восхождение к горному озеру или сплав по бурной реке. Снарядить поход к «местам силы», велопрогулку по заповедным предгорьям, поездку в дендропарк или сафари-парк к маралам, экскурсии к стоянкам древних обитателей Алтая.

Край изобилует национальными и культурными диаспорами, сохраняющими свои отличия — кухню, песни, обряды. Если село основано выходцами с Дона и Терека, гостям устроят казачий разгуляй, в старообрядческом селе пригласят на «окручивание невесты», расскажут о кержацких порядках. Накормят по традиционному канону и устроят фотосессию в национальных нарядах.

Шесть сельских усадеб Алтайского края, первыми в стране принятые в Международную агротуристическую федерацию «Крестьянское гостеприимство», соединили свои владения 9-дневным туром. Путешественника передают из одних объятий в другие, начиная его поездку осмотром достопримечательностей вблизи федерального курорта. Сварив сыр, полежав на «палатках» в родовом поместье кержаков и полетав на парашуте, гость отправляется из Смоленского района на фольклорно-гастрономический праздник староверов в Солонешенский район. А завершается тур «Алтай гостеприимный» в предгорьях Чарышского района. Созданный там «Постоялый двор» Пастуховых включен Министерством культуры в пособие для начинающих предпринимателей как образчик ведения сельского туризма.

Является ли сельский туризм перспективным в условиях спада, причиненного финансово-экономическим кризисом? Прежде всего следует помнить, что обязательным условием остановки спада, а в будущем прогресса сельского сектора общества является возрождение сельскохозяйственного производства. Российский и зарубежный опыт свидетельствует, что лучше живут те села, где селяне не только выращивают хлеб, овощи, фрукты, скот, но и обеспечивают переработку сельскохозяйственного сырья, развивают народные промыслы, занимаются различными видами несельскохозяйственной деятельности. Технический и организационный прогресс объективно ведет к уменьшению части, занятой сугубо в

сельскохозяйственном производстве. В этих условиях сохранение села связано с увеличением его производственных и социальных функций, усилением его многофункциональности.

Список использованных источников

1. Акимова О.Е., Волков С.К. Особенности мотивации предпринимательской деятельности в сфере туризма в сельской местности // Региональная экономика: теория и практика. 2013. №40(319). С. 32-42.
2. Абряндина В.В. Развитие туризма на сельских территориях регионах России // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2014. №3(20). С. 95-98.
3. КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/selskiy-turizm-klassifikatsii-i-osobennosti-organizatsii>
4. Сельский туристский бизнес в Алтайском крае : учебное пособие / под ред. А.Н. Дунца. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2009
5. <https://russia.travel/journals/331151/>

ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF FAMILY BUSINESS IN RUSSIA

Kotelnikova Natalya Vladimirovna,

RSBPEI “Krasnoyarsk College of Social Technologies”,

Krasnoyarsk, teacher

Annotation. The definition of a family business, the advantages and disadvantages of organizing a family business are considered. The issues of family business development in Russia are touched.

Keywords. Entrepreneurial activity; family business.

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Котельникова Наталья Владимировна,

КГБ ПОУ «Красноярский техникум социальных технологий»,

г. Красноярск, преподаватель;

nat24pen@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены определение семейного бизнеса, преимущества и недостатки организации семейного бизнеса. Затронуты вопросы развития семейного бизнеса в России.

Ключевые слова. Предпринимательская деятельность; семейный бизнес.

Семейный бизнес - это предпринимательская деятельность, которую основывают родственники, относящиеся к одному семейству.

Следует отметить, что такой вид предпринимательской деятельности наиболее распространен в США – большая часть ферм имеет именно «семейное похождение» и часто такой вид работы на себя передается из поколения в поколение.

Семейные компании отличаются сильной внутренней культурой и системой ценностей, находятся ближе к клиентам и устанавливают более личные отношения с ними. Благодаря этому проекты получаются более продуманными, решения — более взвешенными, взаимодействие с партнерами и потенциальными покупателями — более теплым, а качество — высоким, "как для себя".

В дореволюционной России масса показательных примеров семей, начинавших свое дело с нуля и сумевших создать успешно развивающиеся предприятия: Демидовы, Елисеевы, Морозовы занимают почетное место в богатейшей истории страны.

Вот и в современном мире российской предпринимательской деятельности, после многолетнего перерыва, семейный бизнес занимает свою нишу.

Семейный бизнес в узком смысле, т.е. фирма, в которой работают члены семьи и их ближайшие родственники. Как правило, это небольшие компании с персоналом редко более 10 человек. Это в первую очередь различные ИП, еще до недавнего времени называвшиеся ПБОЮЛ, «предприниматели без образования юридического лица». В таких компаниях отсутствует четкое должностное разделение полномочий, нет самой структуры подчинения, нет иерархических ступеней. Лидерство принадлежит главе семейства, а остальные выполняют свою работу так, как понимают ее.

Следующий этап развития семейного бизнеса это организация различных видов юридических лиц, акционерных обществ. Это уже подросшие «семейные» компании

с четко поставленной организацией, где семейные отношения переходят в «деловые», и приходится считаться, что часть родственников становится управленцами, а часть – их подчиненными. [1]

Основатели семейных компаний утверждают, что необходимо прислушиваться к своим родственникам-сотрудникам, не бояться продвигать новые инновационные идеи, и давать простор для возможного расширения полномочий. Владельцы успешного бизнеса оценили важность распределения конкретных обязанностей. Семейный бизнес выгоден тем, что энтузиазм лидера может подогреваться извне, когда его идеи уже исчерпали себя, и человек ищет новые источники вдохновения. Здесь тоже помогает семья и хорошие дружественные отношения.

Важным слагаемым успеха семейного предприятия является обеспечение его преемственности. Приемники в третьем поколении – это уже семейная династия, которая доказывает успех семейного бизнеса, правильность расчетов и грамотность управления. Сохранение «памяти предприятия», традиций, опыта, накопленных знаний и передача их последующим поколениям является важным и ответственным мероприятием, позволяющим сохранять высокую конкурентную способность семейной компании и гарантирует ее долгое существование. [2]

Семейный бизнес, как правило, более результативен, чем корпоративный, за счет ряда преимуществ:

1. Основа на ценностях собственников. В корпоративном бизнесе к ценностям часто относятся как к формальностям – прописанным в корпоративной миссии формальным утверждениям, которые топ-менеджеры могут и не разделять. Поэтому отношения между акционерами и управляющими строятся на основе контроля ключевых показателей (прибыльность, расходы, котировки акций и т.п.), а основными задачами управленцев являются повышение акционерной стоимости компании и рост дивидендов. А собственник семейного бизнеса стремится не только к росту акционерной стоимости, но и к обеспечению устойчивости в долгосрочной перспективе. Вопросы о дивидендах он решает более гибко, больше инвестирует в развитие и повышение эффективности компании. Образно говоря, владелец

семейного бизнеса сам растит и развивает своего «ребенка» – компанию, а в корпоративном наемный менеджер – чужая «няня» растит бизнес для акционеров.

2. Ориентация на долгосрочное развитие. Горизонт планирования топ-менеджмента в корпоративном бизнесе 5–10 лет (а сейчас, в связи с кризисом, и того меньше), а в семейном – поколение, потому что его владельцы мечтают передать бизнес своим детям.

3. Стабильный состав сотрудников. В семейном бизнесе остаются работать люди, которым близки ценности основателей, поэтому они более лояльны компании. Это позволяет собрать команду, которая всегда поймет и окажет поддержку.

4. Приверженность собственников. Члены семьи отождествляют свои личные и семейные интересы с интересами компании, поэтому напряженно работают и готовы реинвестировать часть прибыли компании в бизнес для обеспечения его роста в долгосрочной перспективе. Многие члены семей вовлекаются в семейный бизнес с самого раннего возраста, что помогает им освоить тонкости управления и повышает уровень их приверженности.

5. Преемственность знаний. Поскольку в семейном бизнесе нечасто сменяются менеджеры, сохраняется «память предприятия» – традиции, признание заслуг и т.п., последующим поколениям передаются накопленные знания, опыт и умения.

6. Высокая репутация. Имя и репутация семейных компаний ассоциируются с их продуктами и/или услугами, они стремятся повышать качество своей продукции, а также поддерживать хорошие взаимоотношения со своими партнерами (клиентами, поставщиками, сотрудниками, бизнес-сообществом и т.д.).

Конечно, семейный бизнес имеет и слабые стороны. Часть проблем, с которым он сталкивается, аналогична проблемам корпоративных компаний (низкое качество

менеджмента, недостаток финансов, макроэкономические сложности и пр.), но есть и ряд специфических, обусловленных именно семейным характером

1. Сложность обеспечения устойчивой деятельности в долгосрочной перспективе. Тем не менее, большинство владельцев бизнеса хотят, чтобы их дело осталось в семье.

Привнесение в бизнес семейственных отношений, эмоций и проблем также осложняет управление семейными компаниями (в сравнении с аналогичными несемейными). Поскольку члены семьи играют в компании различные роли, их цели могут не совпадать, что иногда приводит к нестыковке интересов и трениям.

2. Неформальные отношения. Большинство семей самостоятельно управляют своей компанией (особенно в первом и втором поколении). Как правило, они уделяют недостаточно внимания формализации практик и процедур ведения бизнеса. По мере роста семьи и бизнеса это нередко приводит к снижению производительности и внутренним конфликтам.

3. Недостаток дисциплины. Многие семейные компании не уделяют необходимого внимания ключевым вопросам: планирование преемственности руководящих должностей; наем членов семьи на работу в компанию; привлечение извне и сохранение квалифицированных менеджеров.

На сегодняшний день для мирового семейного бизнеса характерны две особенности. В первую очередь сохранение огромного количества малых и средних предприятий, созданных членами семьи. Вторая особенность – наличие огромных семейных корпораций и холдингов с мировым именем и вековой историей, передаваемых уже 3–6 раз по наследству. В этом отношении выделяется Англия, в которой около 16 % всех семейных фирм пережили более чем четыре смены поколений. [3]

Как показывает мировой опыт, семейный бизнес может быть успешен как в области торговли, так и в промышленном производстве товаров, нередко он достигает мировых высот и входит в рейтинги самых прибыльных предприятий мира.

Бизнес и семья взаимно влияют друг на друга, общее дело, цель, к которой нужно стремиться порой не год-два, а десятилетия, общая работа сплачивают семейные отношения. Именно долговременным стратегическим планированием отличается семейная компания от обычного акционерного общества, ориентированного на получение быстрой прибыли. В семейном бизнесе практически не бывает фирм-однодневок, а необходимый положительный имидж, как неотъемлемая часть любой семейной компании, приводит к тому, что, как правило, они являются одними из самых исправных налогоплательщиков. Стабильно получаемый доход и прогнозируемая надежность будущего приводит к тому, что дети-наследники становятся одним из высших смыслов самой организации семейного бизнеса, поэтому появление и развитие именно семейных фирм может привести к существенному изменению демографической ситуации в стране. Для России характерен коллективизм, общинность, взаимодополняемость, характерны многочисленные дружные семьи, семейная культура, сохранение и бережная передача семейных традиций. Наше культурное наследие позволяет надеяться, что именно семейный бизнес может стать основной формой развития делового предпринимательства в России, став мощным оплотом крепнущей государственности. Об этом же говорит и наша история, самые выдающиеся предприниматели, ставшие знаменитыми меценатами и просветителями, происходили из знаменитых купеческих семей — главных предпринимателей дореволюционной России.

Ведение семейного бизнеса, конечно, предполагает высокий уровень доверия между его участниками. По этим причинам многие отказываются от обеспечения юридических гарантий своих интересов. Однако практика показывает, что в силу психологических особенностей семейный бизнес нередко требует еще более тщательного распределения прав, обязанностей и гарантий в интересах каждого из

его участников, тем более учитывая отсутствие в России надлежащего правового регулирования этой сферы.

Правовое регулирование семейного бизнеса отсутствует, тем не менее, отношения существуют, а значит, не может не возникать связанных с этим проблем применения существующего законодательства.

Действующие нормы закона, которые, конечно, предоставляют возможность выбора того или иного способа решения какой-либо проблемы, при неграмотном применении могут не только не способствовать разрешению проблемы, но и усугубить ее негативные последствия.

Список использованных источников

1. Муханова А.Е., Умирзакова М., Смагулова Ж.Б., Берикболова У.Д. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА КАК ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 11-6. – С. 1210-1214
2. Интернет журнал КОММЕРСАНТЪ (электронный ресурс) – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru>
3. Информация взята с: <https://biznes-prost.ru/semejnyj-biznes-s-minimalnymi-vlozheniyami.html>

Organization and development of family business

Kalachevskaya Polina Andreevna, student,

"Novosibirsk College of Architecture and Civil Engineering", Novosibirsk

Annotation. The family is the oldest social unit and one of the initial forms of economic organization. Most large companies started with a family business, and then, having received certain skills and knowledge in the field of family business, began to expand their business to international sizes. Family entrepreneurship is necessary for successful business of enterprises of citizens, sustainable development of the economy. Today, family business

provides positive dynamics of domestic economic growth. This article is devoted to the organization and development of a family business. The following issues are disclosed in the work: the problem and family business management; the need for state support for family business.

Key words: family business, ideas for family business, organization and development of family business.

Организация и развитие семейного бизнеса

Калачевская Полина Андреевна студентка 1 курса Новосибирского архитектурно-строительного колледжа, г. Новосибирск

Polinakalachevskaya2001@gmail.com

Аннотация. Семья является самой древней социальной единицей и одной из первоначальных форм экономической организации. Большинство крупных компаний начинали именно с семейного бизнеса, а затем, получив определенные навыки и знания в области ведения семейного предпринимательства, стали расширять бизнес до международных размеров. Семейное предпринимательство необходимо для успешного бизнеса предприятий граждан, устойчивого развития экономики. На сегодняшний день семейный бизнес обеспечивает положительную динамику внутреннего экономического роста. Данная статья посвящена организации и развитию семейного бизнеса. В работе раскрыты следующие вопросы: проблема и управления семейным бизнесом; необходимость государственной поддержки семейного бизнеса.

Ключевые слова: семейный бизнес, идеи для семейного бизнеса, организация и развитие семейного бизнеса.

Семейный бизнес – старейший в мире бизнес-институт. Во многих странах семейный бизнес составляет более 70% всего бизнеса и играет ключевую роль в росте экономики и занятости. В Испании, например, 75% всех предприятий являются семейными и приносят стране 65% ВВП. В Латинской Америке семейные фирмы составляют 60% ВВП. Статистика бизнеса в России за последние 10 лет демонстрирует закрытие большего количества предприятий МБ, чем было открыто. В нашей стране лишь 4% предприятий существует более 3 лет. Остальные умирают

значительно раньше. Многие закрываются в первый год своего существования. Менее 20% от всего ВВП приходится на долю малого бизнеса в России. Статистика подтверждает эти цифры. Здесь в отличие от Европы и США не оказывают должной поддержки предприятиям МБ.

С точки зрения ресурсной теории семейный бизнес характеризуется как уникальное сочетание ресурсов: существование династии, развитие семейной собственности и профессионального управления, где взаимодействие и связь ресурсов позволяют обеспечить динамику конкурентного преимущества с одной стороны, а с другой – это «гавань» для потенциальных рисков. Согласно отчету исследования российских предпринимателей, основными преимуществами, ценностями и характерными чертами, присущими семейному бизнесу, являются следующие:

- возможность более гибких и оперативных решений;
- ориентация производителей в основном на региональный рынок;
- обеспечение занятости и создание новых рабочих мест;
- выполнение функций поддержки в отношении крупных производителей (крупные компании децентрализуют производство, передают отдельные функции для выполнения малым предприятиям на условиях субподряда).

Идеи для семейного бизнеса

Организация экофермы

Инвестиции в ферму зависят от масштабов проекта. При наличии земельного участка и посевного материала можно вырастить овощи (зерновые культуры) с минимумом затрат. Но и выручка будет небольшая. Чтобы выйти на промышленные объемы, идея потребует значительных финансовых вливаний. Минимальные расходы на создание экофермы эксперты оценивают в 2019 году в 1 000 000 рублей.

Важно! Чтобы поставлять продукцию в крупные торговые сети, необходимо получить экологический сертификат соответствия – это даст право предприятию маркировать свою продукцию по международным стандартам.

Домашний детский сад

В России разрешено открывать частное дошкольное учреждение в жилых домах и квартирах. Это дает большие преимущества для организации малого бизнеса семейного типа. Самый дорогостоящий пункт (аренда) будет исключен из бизнес-плана, что позволит начать дело с минимальными вложениями.

Важно! Данный вид предпринимательства удобен мамам в декрете. Кроме того, он относится к социальным видам малого бизнеса, поэтому организаторы могут рассчитывать в 2019 году на безвозмездную субсидию от государства.

Мини-отель

Почему мини-гостиницы пользуются популярностью? Стоимость номера в них ниже, чем в крупных гостиничных комплексах, уровень сервиса выше. Хозяин такого отеля предложит дополнительный набор услуг (бесплатный трансфер с вокзала, экскурсию, заезд и выезд в ночное время), эксклюзивное оформление номеров, разнообразное питание (для гурманов, детей, вегетарианцев, аллергиков). Бизнес на мини-отелях считается одним из самых востребованным в сфере малого предпринимательства в 2019 году. Спрос на него прогнозируют не только вблизи рекреационных зон, но и на остальной территории России.

Важно! Мини-отель – выгодное дело для семьи, владеющей свободным нежилым помещением. При покупке (съеме) апартаментов срок окупаемости растянется на 4-5 лет.

Организация и развитие семейного бизнеса

Организация семейного бизнеса и его развития может идти двумя путями :

1 Путь: В компании работают члены одной семьи , но такой бизнес является малым (число сотрудников не превышает 10 человек) и не сулит дальнейших перспектив в масштабном расширении . Чаще всего такой бизнес работает в сфере услуг и торговле .

2 Путь: в компанию привлекаются несколько семей, которые так или иначе связаны между собой. Обычно это крупные предприятия, которые вырастают из малого бизнеса.

Наемные работники могут воровать и мошенничать, а сестра, брат, муж, которых вы знаете много лет, скорее всего не подведут.

Стоит подготовиться к тому, что семейный бизнес будет поначалу вести тяжело, так как вы будете притираться друг к другу, будете открывать новые качества друг друга. Ни в коем случае нельзя опускать руки – это просто нужно пережить.

Плюсы

- Когда каждую копейку нужно пускать в дело, родственники в расчете на будущую прибыль готовы работать за небольшую плату.

Престиж: трудимся на перспективу. Работа на благо семьи формирует чувство принадлежности к традициям, корням. Следует создать базу для развития дальнейших поколений — обеспечиваете детям возможность испытать свои силы в бизнесе.

- Способность оперативно реагировать на возможности развития бизнеса. Внутри семьи мы сами принимаем решение о вложении части прибыли в обновление оборудования, закупку партии ходового товара. Любой может инвестировать собственные деньги и тем самым помочь предприятию заработать.

Минусы

- Непрофессионализм сотрудников. Это самый часто встречающийся недостаток. Идеально, когда все родственники имеют профильное образование. Но это редкость. Из такой ситуации есть довольно простой выход: нужно отправить способного человека изучить нужную специальность в вузе или на курсах.

- Трудно разграничить отношения на работе и в семье. Общение внутри коллектива, связанного семейными узами, облегчается многолетним опытом, но иногда трудно быть объективным. Пора научиться маневрировать — иначе неудачно подобранная формулировка может создать конфликт в семье.

Правило №1. Распределяйте обязанности

Часто возникает ситуация, когда люди с образованием в разных сферах начинают трудиться в торговле. Они могут не знать некоторых тонкостей этого вида деятельности. Поэтому с первого же дня стоит четко определить сферы, за которые будут отвечать помощники.

Правило №2. Выделяйте время на обсуждение

Если у кого-то из членов семьи возникнуть предложения по улучшению работы предприятия, усовершенствованию ассортимента или дизайна торгового зала, обязательно выделите время и все обсудите. Но ни в коем случае не стоит это делать в присутствии наемных работников и тем более покупателей.

Правило №3. На работе все равны

Часто совершается такая ошибка: слишком снисходительное, или, наоборот, жесткое отношение к близким.

Следует запомнить : рабочий график, размер оплаты труда, возможности продвижения по службе, критика и поощрения должны быть одинаковыми по отношению ко всем служащим независимо от наличия родственных связей.

Правило №4. Будьте открыты для предложений

Семейное дело таит в себе еще одну опасность: в какой-то момент организация семейного бизнеса начинает вариться в собственном соку. Все идеи по его развитию поступают только от членов семьи, отсутствуют нововведения. И главное, всех все устраивает.

Здесь помогут программы по работе с покупателями — анкеты с предложениями новинок, общение с клиентами. Также полезно читать периодическую литературу и форумы о бизнесе.

Правило №5. Развивайтесь

Семейный бизнес, как и любой другой, требует постоянного развития. Его стагнация однозначно приведет к медленному умиранию.

Чтобы семейный бизнес рос и развивался, рекомендую сделать следующее.

Сформировать общее представление о бизнесе, чтобы оно оправдывало ожидания всех его владельцев. Не забывайте, что цели и мечты у всех разные.

1) Определить цель, задачи и потребности каждого участника семейного дела. Ответите на вопрос: ради чего усилия, интенсивность, риски? Иначе спустя какое-то время это перейдет в непонимание, напряжение, конфликты, снижение мотивации и работоспособности.

2) Конкретно и четко распределить, кто за что отвечает. Составить договор, прописать в нем должностные обязанности. Иначе потом можно все потерять, и с

родственниками это особенно остро и жестко (разводы, суды, манипуляции, подставы).

3) Научиться строить и возвращать бизнес, не упуская управленческий цикл: планирование, организация, мотивация, контроль. Предприятие растет, меняются обстоятельства и условия, стандарты, знания, рынок, технологии, тенденции. Нужно системно повышать профессионализм и управленческую эффективность. Для сотрудников всегда нужно быть авторитетом и вдохновителем.

4) Нанять квалифицированных специалистов или вырастите их в компании. Создать условия, чтобы люди самореализовывались, получали удовольствие и достигали нужных вам результатов.

5) Совершенствовать управление, маркетинг, финансы, технологии продаж, автоматизацию процессов — иначе велик риск загрузить магазин товаром, неинтересным целевой аудитории.

И стоит помнить мыслят все по-разному! У каждого человека своя модель мира, ее надо принимать и уважать. Для общего дела формируйте общую картину, тогда движение бизнеса будет четким, равномерным и результативным.

Список использованных источников

1. Волков Д. А. Семейный бизнес в России: социально-экономические аспекты управления: монография. – М.: Креативная экономика, 2012 г
2. Семейный бизнес по-русски *Шнуровозова Татьяна Владимировна* (электронный источник): <https://staff.wikireading.ru/7692>

Минэкономразвития, семейный бизнес Юлия Выродова (электронный источник): <https://www.rbc.ru/business/18/07/2019/5d2fe9459a79474>

ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF FAMILY BUSINESS

BARKOVA K.A., student, Chef and confectionery

Vovk O.V., chemistry and ecology teacher, RSBPEI "Rebrihinsky Lyceum PO"

Annotation: The main problems that arise during the organization and development of family business in Russia are identified. The article is devoted to the organization and development of family business in the Russian Federation on the example of a private kindergarten. Risks and difficulties, legal and organizational issues are considered.

Key words: family business, private kindergarten, family, legal foundations.

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА

БАРКОВА К.А., студентка 1 курса, 43.02.15 Поварское и кондитерское дело

Вовк О.В., преподаватель химии, экологии

КГБПОУ «Ребрихинский лицей ПО»

Аннотация. Обозначены основные проблемы, возникающие при организации и развитии семейного бизнеса в России. Представлена статья, посвященная организации и развитию семейного бизнеса в РФ на примере частного детского сада. Рассмотрены риски и трудности, правовые и организационные моменты.

Ключевые слова: семейный бизнес, частный детский сад, семья, правовые основы.

Семейный бизнес – одно из старейших явлений в экономике практически всех государств мира. Организация дела, в котором будут задействованы все члены семьи, по крайней мере, ближайшие родственники, является достаточно эффективной формой занятости, а также решения материальных проблем такого социального института как семья.

Семья - основанное на браке или кровном родстве объединение людей, связанных общностью быта и взаимной ответственностью; это важнейший институт

общества, который играет важную роль в общественном развитии, так как выполняет много социальных функций и является необходимым компонентом социальной структуры любого общества. Если семейную организацию бизнеса представить как семейную ценность и грамотно выстроенную систему имущественных взаимосвязей между членами семьи, приносящую прибыль, а не просто как совокупность имущества членов семьи: супругов, родителей и детей, имеющего определенную стоимость, то возникает необходимость сохранения этой семейной имущественной ценности в рамках семьи на основе специального правового регулирования.

В России с давних пор существуют семейные традиции, благодаря которым накопленный капитал и жизненный опыт, секреты профессионального мастерства передаются из поколения в поколение.

Основа благосостояния любого государства – развитый сектор малого и среднего бизнеса, поэтому тема развития семейного бизнеса актуальна во всем мире. При экономическом кризисе роль малого бизнеса возрастает в связи с сокращением объемов производства и, как следствие, налоговых поступлений, но развитие сектора семейного предпринимательства все-таки не стоит расценивать как одну из антикризисных мер.

Перспектива развития семейного бизнеса заключается в том, что совместно работают люди, хорошо знающие друг друга, люди, доверяющие друг другу, их связывают не только экономический интерес и условия труда, но и общие семейные цели, забота об общем благе, здоровье, будущем детей. Становление семейного бизнеса в современной России является необходимым условием решения комплекса социально-экономических проблем, вовлечения в предпринимательский сектор значительной части незанятого населения и переходу к инновационному типу экономического развития. Семейное предпринимательство является одной из форм малого предпринимательства, характеризующейся тем, что члены одной семьи и их родственники являются собственниками и работниками своих предприятий. В законодательстве Российской Федерации семейное предпринимательство не выделяется как особый объект правового регулирования и государственной

поддержки. Более того, понятие «семейное предпринимательство» отражено лишь в Федеральном Законе «О крестьянском (фермерском) хозяйстве», где дано определение, что крестьянское (фермерское) хозяйство представляет собой объединение граждан, связанных родством и (или) свойством, имеющих в общей собственности имущество и совместно осуществляющих производственную и иную хозяйственную деятельность, основанную на их личном участии.

В целом, семейный бизнес - это возможность самоопределения, которая позволяет вести свободную жизнь такую, при которой упорный труд и личная инициатива вознаграждается доходами, успехом, финансовой безопасностью; уважением окружающих. Семейное дело - это предприятие, которое принадлежит и управляется членами одной семьи, объединенными общей борьбой; взаимопониманием и радостями роста и успехов своего бизнеса. Большинство владельцев семейного бизнеса стараются передавать свое дело детям или родственникам, стараясь всячески мотивировать их для этого: проводят семейные собрания, вместе отдыхают, решают все вопросы компании вместе в формальной и неформальной обстановке. Они считают, что именно на таких встречах молодое поколение может понять важность семейного бизнеса. Со временем дети тоже могут принести вклад в процветание – на первом этапе понемногу, а затем все более и более значительным образом, но семейное предпринимательство, лишенное государственной поддержки и специального законодательного регулирования это всего лишь форма самозанятости населения. Нужно заметить, что для населения модель семейного предпринимательства достаточно привлекательна поскольку, как правило, серьезные финансовые вложения одному человеку не под силу, а привлекать посторонних к ведению совместного бизнеса проблематично и рискованно. Современный семейный бизнес базируется на доверии, общих имущественных интересах, моральных устоях.

Семейное предпринимательство в России испытывает множество трудностей, которые необходимо преодолевать. Основными проблемами развития семейного предпринимательства в России являются: 1) нестабильность среды ведения бизнеса и его правовая незащищенность,

- 2) нехватка кредитования («грабительские» условия обеспечения кредита, предъявляемые банками; волокита в оформлении);
- 3) значительные административные барьеры (необходимость согласования с десятками организации и вымогательство);
- 4) неподготовленность руководителей малого бизнеса;
- 5) отсутствие инфраструктуры для размещения малых предприятий;
- 6) запретительный уровень цен на аренду помещений, особенно в крупных городах и отсутствие информации о таких помещениях;
- 7) дефицит специалистов необходимых профессий и уровня квалификации на ряде производств.

Открытие семейного предприятия сложный многоуровневый процесс, требующий выполнения целого ряда условий. Опыт в управленческой деятельности может иметь принципиальное значение при построении грамотной стратегии руководства предприятием. Семейное предприятие начнет свою деятельность только тогда, когда у сотрудников будущего предприятия будет единая цель и желание. При этом выражение солидарности со стороны родственников, их поддержка может быть выражена в двух формах – материальной (инвестирование средств в развитие семейного бизнеса) и моральной (оказание помощи на разных этапах становления и функционирования бизнеса) .

В целом семейное предпринимательство представляет собой форму совместной предпринимательской деятельности физических лиц без образования юридического лица, осуществляемого супругами на базе их общего имущества, принадлежащего им на правах общей совместной собственности.

Фактически семейным предприятием можно считать любое предприятие, большая часть собственности или управления которого принадлежит членам одной семьи, часть из которых непосредственно работает на этом предприятии.

Одной из ключевых проблем государственной поддержки развития семейного предпринимательства можно назвать отсутствие эффективной нормативно-правовой базы семейного предпринимательства, как на федеральном, так и на региональном

уровне, а также отсутствие отработанных механизмов реализации уже принятых законов и программ по поддержке малого и семейного предпринимательства.

Отсутствие эффективной нормативно-правовой базы, налоговое и бюрократическое давление, отсутствие отработанных механизмов обеспечения личной и экономической безопасности предпринимателей ведет к тому, что значительная их часть уходит в теневой сектор экономики.

Существование семейного предпринимательства в России и его развитие идет не благодаря, а вопреки, сложившимся условиям.

Таким образом, современное малое предпринимательство развивается в условиях конфронтации двух аспектов, его определяющих: с одной стороны высокой значимостью малого предпринимательства, а с другой недостаточный уровень оказываемой государственной поддержки.

Нужно понимать, что семейный бизнес в городе и семейный бизнес в селе несколько отличаются друг от друга. Но есть и общие направления, связанные с оказанием услуг, например в сфере образования. Основной проблемой в этой области является нехватка мест в государственных детских садах и, как следствие, возникает необходимость в создании частных детских садов. Главным помощником в организации подобного семейного бизнеса, как и других видов бизнеса, является грамотно составленный бизнес-план. Он позволит правильно подготовить помещение, выбрать образовательную программу, график работы и формат легализации бизнеса. Рассчитав стартовые вложения и оценив риски, можно понять доходность проекта и возможности дальнейшего развития.

Первоначальный капитал необходим для осуществления расходов, связанных с оформлением предприятия, закупку необходимого оборудования и ресурсов и т.д., требующихся на подготовительном этапе. При этом источником первоначального капитала может служить как собственный семейный капитал, так и банковский кредит.

Оформление предприятия подразумевает:

- 1) открытие счета в банке;
- 2) создание печати и ее изготовление;

3) постановка на налоговый учет в налоговой инспекции;

4) наличие документа, подтверждающего существование предприятия.

Подбор кадров семейного предприятия осуществляется, как правило, преимущественно из членов семьи; возможно привлечение необходимых специалистов со стороны.

Наиболее подходящие формы регистрации такого предприятия **ИП (ФОП)** или **ООО**. Организовать частный домашний детский сад в условиях личной жилплощади (в жилой квартире) - невозможно. Это недопустимо по санитарным нормам и правилам пожарной безопасности. Для этого необходимо перевести недвижимость из жилого фонда в коммерческую, что потребует дополнительных финансовых затрат. Официально зарегистрировать домашний детский сад реально, если используется отдельно стоящий частный дом с приусадебной территорией (в сельской местности с этим нет вопросов) или квартира на первом этаже достаточной площади (не менее 6 квадратных метров на ребенка). Такой садик должен быть полностью обустроен по всем правилам безопасности и санитарным нормам. В нем должны быть отдельные помещения для сна, игр, сантехнический узел, медицинский пункт и кухня. Нормативные требования предъявляются к окнам (не ниже 60 сантиметров от пола) и высоте потолков (не менее 3 метров).

Для открытия именно детского сада требуется **лицензия**. Процесс ее получения очень сложный, для этого необходимо подготовить следующие документы:

- Копии свидетельства о регистрации предпринимательской деятельности и учредительных бумаг.
- Учебные программы и планы занятий, соответствующие стандартам министерства образования.
- Документы о квалификации руководителя, наемных педагогов и воспитателей.
- Данные о методическом и техническом обеспечении.
- Заключение СЭС и пожарной службы о пригодности помещения.
- Документ, подтверждающий право собственности на помещение или договор аренды.

Чтобы составить бизнес-план частного детского сада необходимо определить максимальное количество воспитанников, посещающих детский сад, и установить часы работы учреждения (работая до позднего времени, возможно дополнительное привлечение клиентов). По стандартам на каждого взрослого должно приходиться не более четверых детей (возраста 2-3 года). Работать с группами более 10 человек неудобно, а потому для начала лучше ограничиться такой нагрузкой. Исходя из нее и рассчитывается стартовый капитал.

Примерный план расходов и задач как открыть частный детский сад, что нужно сделать и купить для открытия одной группы:

Косметический ремонт помещения (комнаты). Необходимо отремонтировать электрическую проводку (розетки и выключатели расположите на такой высоте, чтобы дети не могли их достать). Стены следует окрасить и декорировать виниловыми наклейками и плакатами(стендами) детской тематики. Потребуется проверить исправность системы отопления и качество освещения, окна должны быть полностью застеклены и иметь режим проветривания. Для пола подойдут однотонные ковровые покрытия или с детской расцветкой. **Посуда. Мебель.** Это шкафчики для детской одежды, скамейки, детские стулья, столы для занятия творчеством и приема пищи, кровати, стеллажи для игрушек, шкаф для бумаг, диван и кресла.

Постельные принадлежности и текстиль. Необходимо минимум по два комплекта белья на одно спальное место, а также матрасы, подушки, покрывала и одеяла.

Игрушки, спортивный инвентарь, расходные материалы, канцелярия, безопасный и привлекательный для детей раздаточный материал.

Аптечка первой помощи. Бытовой инвентарь - туалетные горшки, швабры, ведра.

Бытовая техника. Музыкальный центр, ноутбук или компьютер, моющий пылесос, холодильник, стиральная машина, плита и духовой шкаф.

Питание. В среднем в месяц на питание одного малыша в детском саду требуется около 2000р, при условии закупок продуктов по оптовым ценам. Рацион следует согласовать с родителями ребенка.

Если открывать частный садик с минимальными вложениями, можно купить б/у оборудование и мебель.

Для слаженной работы дошкольного учреждения потребуется следующий персонал:
Помощник (воспитатель) - необходим при любом количестве детей, в целях безопасности и удобства.

Медицинский работник, который сможет оказать неотложную помощь при несчастных случаях.

Повар - может бытьходящим на неполный рабочий день .

Уборщица. Убирать может и любой из вышеперечисленных сотрудников.

Следовательно, необходимо выделить средства и на заработную плату. Для начала она может быть минимальной, а медработник может быть нанят по совместительству. Нужно помнить, что сотрудники учреждения - члены одной семьи.

Немаловажным моментом в том, как организовать частный детский сад является программа обучения, которую необходимо разработать еще до открытия, которые можно найти в интернет сети, где также есть большое количество аудиофайлов с детскими песенками, видеоматериалов по организации спортивных занятий. Следует помнить, что чем менее интересны занятия, тем меньше у детей желание его посещать, что будет замечено их родителями.

Рекламировать частный детский сад не сложно. Один из главных критериев выбора подобных заведений - это близкое расположение к дому и конечно репутация владельцев. А потому можно использовать следующие средства:

- 1)Расклейка объявлений. Они должны быть красиво оформлены, чтобы продемонстрировать серьезность заведения.
- 2)Реклама в социальных сетях, сообществах для родителей.
- 3)Предоставление бесплатного пробного дня в группе.

Стоимость посещения домашнего детского сада для родителей складывается из первоначального (в некоторых случаях ежегодного) взноса и ежемесячной оплаты. Уровень тарифов во многом зависит от населенного пункта. Таким образом, бизнес сможет окупиться в течении 8-9 месяцев в случае 100%-ной посещаемости воспитанников.

Основные риски частного детского сада:

- Случаи травматизма у детей, в которых родители могут обвинить персонал сада. При этом репутация может быть быстро испорчена и клиенты уйдут.
- Вспышки эпидемий и заболеваний, массовые отравления несвежей пищей. Могут привести к полному закрытию учреждения и наложению серьезных штрафов.

Еще при финансовой возможности потребуется установка видеокамер наблюдения (которые могут стать и защитой при возникновении конфликтов с родителями), пожарной сигнализации и усиленной системы доступа, предотвращающей проникновение в помещение посторонних лиц.

Таким образом, первоначально предпринимательство возникло именно как семейный бизнес, поскольку в период общественного разделения труда возникновение ремесленных мастерских происходило именно на дому, как правило, с использованием труда родственников. Позже появление и развитие различных форм собственности позволило говорить о семье и предпринимательстве как о независимых категориях.

Принятие Программы содействия развитию семейного предпринимательства в Российской Федерации позволит решить важные социально-экономические проблемы, а именно сформировать средний класс собственников, обеспечить наполняемость региональных бюджетов за счет налоговых поступлений, снизить уровень подростковой и детской преступности и др

Список использованных источников

1. Афанасьев, В. Малый бизнес: проблемы становления / В, Афанасьев // Российский экономический журнал. - 2006.
2. Акимов, О.Ю. Малый и средний бизнес: Эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития / О.Ю. Акимов, - М.: Финансы и статистика, 2004. - 192с.
3. Апташов, В.А. Основы предпринимательского дела: Благородный бизнес / В.А. Апташов. – М., 187 с.
4. Аборнева, О. Государственное регулирование и поддержка малого предпринимательства (регион, аспект) // Пробл. теории и практ, упр. - 2004. – 117 с.
5. Бархатова, Н.М. Семейный бизнес и семьи в бизнесе / Н.М. Бархатова // ЭКО: Экономика и орг. пром. пр-ва - Новосибирск, 1999.
6. Береснева, А.В. Роль малого бизнеса в развитии экономики /А.В. Береснева/) ЭКО. - 2010.
7. Хизрич, Р. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха / Р. Хизрич, М. Питер. / Вып. 1. - М. 2007, 180 с.
8. Черницкий, А. Семейный бизнес, или Как работает с родственниками // Наша власть. Дела и лица, Вып. 6, 2008
9. Кем и как сегодня работает российская молодежь?// Молодежь новой России: ценностные приоритеты. М. 2007 [электронный ресурс] http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_1_3.html
10. Личная и семейная жизнь в ценностной ориентации молодежи /Молодежь новой России: ценностные приоритеты – М.,2009 [электронный ресурс] http://www.isras.ru/analytical_report_Youth.html

CREATION OF PROJECT OF FAMILY BUSINESS

Gurtovenko Tamara Anatolievna,
Teacher of economic disciplines,
Regional state budgetary professional educational institution «Agricultural technical
school», Slavgorod

Annotation. The own experience of the work in the development of students' entrepreneurial initiative through the development of a business project within the family business is presented.

Keywords: business plan; family business; mini-bakery; non-traditional bread.

УДК 377

СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА

Гуртовенко Тамара Анатольевна,
КГБПОУ «Славгородский аграрный техникум», г. Славгород,
преподаватель экономических дисциплин;
qurtovenko-1956@mail.ru

Аннотация. Представлен собственный опыт работы по развитию у студентов предпринимательской инициативы через разработку бизнес – проекта в рамках семейного бизнеса.

Ключевые слова: бизнес-план; семейный бизнес; мини-пекарня; хлеб нетрадиционного вида.

В рыночной экономике бизнес-план является эффективным рабочим инструментом как для вновь создаваемых, так и для уже действующих предприятий и организаций. Тщательно подготовленный и составленный план бизнеса открывает перспективу его развития и отвечает на самый важный вопрос: «Стоит ли

вкладывать силы и средства в это дело и принесет ли оно такую прибыль, которая окупит все затраты?» [3].

В рамках научно-практической студенческой конференции «Старт в профессию – через науку и творчество», ежегодно проходящей в Славгородском аграрном техникуме, студентки 530 группы специальности 38.02.04 «Коммерция» Банман Ольга и Дерксен Елена под моим руководством разработали проект семейного бизнеса мини-пекарни.

Актуальность данного проекта обусловлена его практической значимостью в контексте развития малого предпринимательства в условиях рыночной экономики.

Целью работы являлось разработка бизнес-плана по открытию мини-пекарни в г. Славгороде в рамках семейного бизнеса.

Для реализации поставленной цели решены следующие задачи:

- рассмотрены теоретические основы бизнес-планирования;
- проведены маркетинговые исследования рынка;
- обоснована необходимость реализации инвестиционного проекта;
- рассчитана выручка, инвестиционные и текущие затраты, прибыль и денежные потоки от инвестиционной, финансовой и операционной деятельности;
- определена финансовая реализуемость и экономическая эффективность проекта;
- оценены риски проекта.

В процессе разработки бизнес-плана применялись методы: маркетинговое исследование, сравнение, анализ и расчеты.

В России хлеб является одним из основных продуктов в рационе населения. Хлебобулочные изделия можно разделить на два сектора: традиционные и нетрадиционные. К традиционным видам относится недорогая продукция массового производства, а к нетрадиционным – изделия, изготовленные по оригинальным рецептурам, а также продукция профилактического назначения. Выраженной тенденцией в настоящее время является рост интереса населения к здоровому питанию. Соответственно увеличивается спрос на товары с высокой пищевой ценностью. Хлеб нетрадиционного типа, в основном производится на небольших

пекарнях, поэтому открытие мини-пекарни является актуальным бизнесом в наши дни.

Планируемое предприятие будет с полным циклом по производству и реализации продукции [4]. Основными покупателями - целевая аудитория, готовая платить большую сумму денег за более качественный продукт. Окончательная цена будет зависеть от следующих факторов: от цены, определяемой спросом; уникального качества товара; затрат на производство и положения на рынке.

Финансирование проекта будет осуществляться путем получения банковского кредита в размере 786 тысяч рублей. Среднемесячная выручка составит 317 160 руб., среднемесячная прибыль – 156 034 руб., срок окупаемости проекта – 5,03 месяца. Помещение мини-пекарни будет расположено по адресу: г. Славгород, с. Славгородское, ул. К-Маркса, д. 285а (рис. 1) [1].

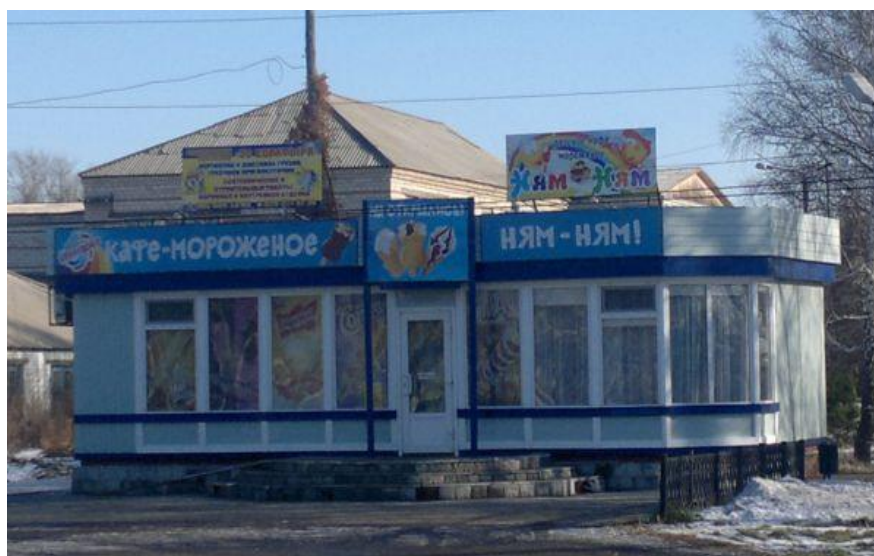


Рисунок 1 – Планируемое помещение мини-пекарни

Рядом находится остановка общественного транспорта, школа, аптека, детский сад, больница, что будет создавать дополнительный трафик покупателей.

Ассортимент продукции мини-пекарни преимущественно будет состоять из продукции нетрадиционного типа, то есть из ржаного хлеба на закваске. Также ассортимент будет включать в себя несколько видов традиционного дрожжевого хлеба, но в отличие от хлеба конкурентов, он не будет содержать различных химических добавок. Ассортимент продукции мини пекарни:

1. Хлеб и хлебобулочные изделия на дрожжах:

- хлеб формовой «Бабушкин» в/с, пшеничный;
- хлеб формовой 1 сорт, пшеничный;
- «Батон» в/с, пшеничный.

2. Хлеб и хлебобулочные изделия на закваске:

- хлеб формовой «Ностальгия», ржаной;
- хлеб формовой «Пасторальный», ржано-пшеничный;
- хлеб формовой «Кунжутный хлебец», ржаной;
- молочные булочки для бургеров;
- молочный багет.

Ассортимент продукции мини-пекарни представлен на рис.2 [1].



Рисунок 2 – Ассортимент продукции

Продукция пекарни будет вырабатываться из пшеничной муки высшего и первого товарных сортов, ржаной муки, высококачественных ингредиентов и чистой фильтрованной воды. Это позволит производить продукцию с хорошим вкусом и ароматом, легкоусвояемую, медленно черствеющую.

Технологический маршрут изготовления хлебобулочных изделий состоит из одиннадцати этапов, начиная с закупки сырья и заканчивая выкладкой готовой продукции в торговом зале.

Главным фактором конкурентоспособности предприятия является технология изготовления хлеба. К основным игрокам на рынке хлеба в г. Славгороде можно

отнести супермаркеты «Магнит» и «Мария-Ра». Основным видом продукции конкурентов — дрожжевой хлеб из ржаной, пшеничной муки и батоны. Основным фактором конкурентоспособности нашего предприятия является технология изготовления хлеба, то есть мы производим продукцию на основе живой закваски. Хлеб на живой закваске положительно влияет на процессы пищеварения в организме, легко усваивается, обладает ярко выраженным вкусом и ароматом. Изучив ассортимент продукции в данных магазинах, выявили, что в каждом из них всего по одному виду бездрожжевого хлеба, что составляет 3,7% в «Магните» и 2,9% в «Мария-Ра» от всего ассортимента хлебобулочных изделий. В ассортименте нашей продукции удельный вес бездрожжевого хлеба составляет 70%. Таким образом, конкурентов как таковых в городе нет. Результаты исследования представлены на диаграмме (рис.3) [1].

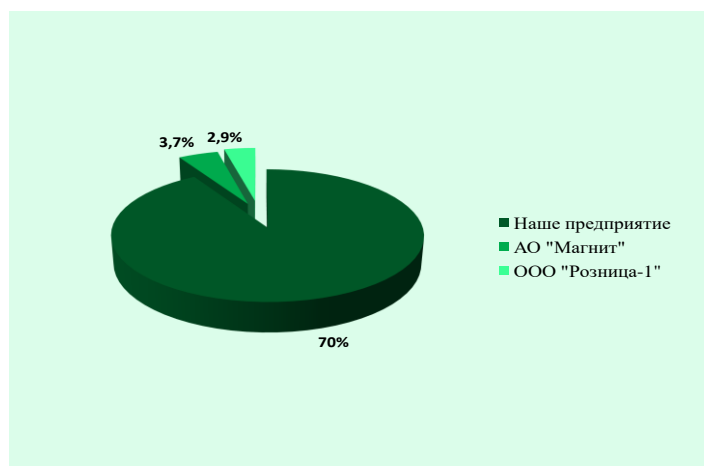


Рисунок 3 – Оценка факторов конкурентоспособности

Предприятие планируется создать в рамках семейного бизнеса. Семейный бизнес имеет свои достоинства. Работа на общее благо сплачивает маленький коллектив, практически исключает необходимость использования наемного труда, а это экономия на заработной плате и деньги остаются внутри семьи. Снижаются также расходы на учет и контроль, потому что членам одной семьи принято доверять.

Организационная структура управления – линейная. Штат пекарни будет включать в себя: менеджера, заведующую производством, пекаря, кухонного рабочего, продавца-кассира и уборщика бытовых помещений. Организация труда

предусматривает многофункциональность и взаимозаменяемость работников (рис.4) [1].



Рисунок 4 – Организационная структура управления

Правовая форма пекарни – индивидуальное предпринимательство. Являясь субъектом хозяйствования, индивидуальный предприниматель вправе самостоятельно выбирать систему налогообложения. В данном случае выбор остановился на упрощенной системе налогообложения [4].

Пекарное оборудование будет приобретено в г. Барнаул. В его стоимость включается гарантийное обслуживание и бесплатная замена запасных частей в течение одного года. Уже частично приобретено оборудование и выпущена пробная партия продукции, успешно прошедшая дегустацию среди потребителей в кругу семьи, родственников, знакомых (рис.5) [1].



Рисунок 5- Пекарное оборудование

Продолжительность рабочей смены предприятия составит 9 часов. Пересмен в течение дня не предусматривается. В месяц планируется 24 рабочих дня, то есть пятидневная рабочая неделя. За смену количество выпускаемых изделий составит 360 штук или 134,85 кг. В год этот показатель достигнет 103 680 штук или 38,84 тонны [1].

Первоначальные расходы будут связаны с регистрацией ИП, получением санитарного разрешения, ремонтом помещения, покупкой оборудования. Ежемесячные - с затратами на закупку сырья, арендой платой, платежами за кредит. Можно выделить основные факторы риска в функционировании мини-пекарни: повышение стоимости сырья и открытие в г. Славгороде прямых конкурентов.

В целом, это готовый, мало затратный проект с коротким сроком окупаемости, значительным доходом и достаточной популярностью на потребительском рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Банман О.А. Проект семейного бизнеса мини-пекарни / О.А. Банман, Е.П. Держсен. г. Славгород, 2018.- 53с.
2. Пошаговая онлайн инструкция для составления бизнес-плана: блог. URL: [http:// planbusiness.pro/](http://planbusiness.pro/)
3. Управление Алтайского края по труду и занятости населения. Методические рекомендации по составлению бизнес-плана, г. Барнаул, 2016.-24.
4. Череданова Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: – Учебник. – М.: Издательский центр «Академия», 2018. – 224 с.

Секция №6

Молодежное инновационное предпринимательство

MODERN DIRECTIONS AND APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN CULINARY

Chekardinov Anton Mikhailovich, student of the PK-1711 group, RSBPEI Altai academy of hospitality, Barnaul.

Annotation. The idea of digital gastronomy now looks fantastic. But taking into consideration the rate of the development of digital technology, perhaps in a few years such a device will become a familiar attribute of the kitchen, for example, as a refrigerator or a microwave.

Key words: popular and right direction in modern cooking; fusion style; dietetics.

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КУЛИНАРИИ

Чекардинов Антон Михайлович, обучающийся группы ПК-1711, КГБПОУ «Алтайская академия гостепреимства» г. Барнаула.

Аннотация. Идея цифровой гастрономии сейчас выглядит фантастично. Но учитывая темпы развития цифровых технологий, возможно, через несколько лет такой прибор станет привычным атрибутом кухни, как холодильник и микроволновая печь.

Ключевые слова: популярный и правильный тренд в современной кулинарии; стиль фьюжен; диетология.

Питание – это неотъемлемая и самая важная сторона нашей жизнедеятельности, поэтому и отношение к нему особенное. Уже давно целью посещения предприятий общественного питания перестало быть просто насыщение организма пищей, сейчас на первый план выходят другие цели: люди, посещая предприятия общественного питания, хотят получить, прежде всего, удовольствие и наслаждение. Поэтому, чтобы быть успешным в ресторанном бизнесе, выпускник по специальности «Технология продукции общественного питания» должен знать современные и

модные направления в кулинарии, постоянно предлагать клиентам что-то новое и необычное, применять в своей профессиональной деятельности информационные технологии.

Цель работы: изучить современные направления и возможности применения цифровых технологий в кулинарии для дальнейшего использования в трудовой деятельности.

Для достижения цели были обозначены задачи:

1. Подобрать и проанализировать информационные источники по данному вопросу.
2. Проанализировать предложенные современные направления и возможности применения цифровых технологий в кулинарии, изучить их суть и особенность и представить для ознакомления студентов, обучающихся по специальности «Технология продукции общественного питания» и профессии «Повар, кондитер».

В любой области деятельности можно выделить прогрессивное направление, основанное на современных тенденциях и технологиях. Безусловно, такие направления есть и в кулинарии. Обратившись к различным информационным источникам, я провела соответствующие исследования и выяснила, какие же направления в кулинарии сегодня являются модными и наиболее востребованными. Самый популярный и правильный тренд в современной кулинарии – это подбор и использование для приготовления кулинарной продукции качественных продуктов. Если говорить более конкретно, то в моде сейчас пища, во-первых, простая, с минимальным числом ингредиентов, во-вторых, выращенная в экологически чистых условиях, в-третьих, сбалансированная по составу и питательная. Диеты теперь не в моде, а модно, чтобы питание было правильным постоянно.

Все кулинарные прогнозы единодушны в том, что экологически чистая пища и здоровое питание будут с годами набирать обороты. Современные тренды только подчеркивают это направление развития кулинарии. Одним из таких направлений в кулинарии является стиль фьюжен. В переводе с английского «фьюжн» («fusion») означает «смешение», «слияние». Следовательно, фьюжен в кулинарии – это своеобразное сочетание технологий приготовления и продуктов различных кухонь

мира. Даная кухня вбирает в себя лучшие кулинарные традиции со всех материков, но отличается гармонией вкуса и ингредиентов, которые, как кажется на первый взгляд, невозможно было объединить. Так вот, фьюжн - это здоровая кухня, где все компоненты блюд натуральные, качественные и идеально сочетаются друг с другом. При создании блюда в стиле «фьюжн» почти всегда, вместо привычного всем майонеза, используются растительные масла: ореховое, кокосовое, кунжутное, из виноградных косточек, оливковое и другие

Ведущие диетологи считают, что фьюжн кулинария является полезной для здоровья человека, так как полностью отвечает требованиям сбалансированного питания.

Кухня в стиле «фьюжн» - это авторская кухня, каждое блюдо уникально и неповторимо, которое невозможно тиражировать. Сейчас ни один повар в Европе не станет известным, пока не представит на суд общественности собственные авторские блюда. Учитывая то, что мы живем в такое время, когда информационные технологии играют все более значимую роль в человеческом обществе, проникая во все сферы деятельности, и цифровые технологии бесповоротно изменили мир, сделали нас эффективнее, быстрее, экономичнее, мне хочется поделиться одним из современных достижений в области кулинарии – это перспективы использования цифровых технологий. Точнее видением ученых Массачусетского технологического института, разработавших проект Cornucopia: DigitalGastronomy, будущее кулинарии в 3D-технологиях.

Каждый прототип создан на основе фундаментальных процессов протекающих при приготовлении продуктов, а именно, смешивания компонентов; физическое и химическое преобразование этих компонентов в новые составы; и наконец их моделирование в эстетически приятные и притягательные структуры и формы.

Итак, Digital Chocolatier - опытный образец машины, которая позволяет пользователям быстро проектировать, собирать и испытывать различные шоколадные конфеты. Эта машина составлена из трех основных частей: карусель компонентов, термоэлектрической чашки смешивания и пользовательского интерфейса. Через специальный интерфейс пользователи могут выбрать и объединить компоненты, размещенные в различных контейнерах карусели.

В недалеком будущем в ресторанах могут появиться роботы-повара. Шаг к этому уже сделан. Специалисты Мюнхенского технического университета разработали двурукий робот с четырьмя камерами, который успешно справляется с приготовлением сосисок: самостоятельно их берет, опускает в кипящую воду, а также достает и перекладывает их на сервировочный столик.

Заключение

Идея цифровой гастрономии сейчас выглядит фантастично. Но учитывая темпы развития цифровых технологий, возможно, через несколько лет такой прибор станет привычным атрибутом кухни, как холодильник и микроволновая печь.

Практическая значимость исследовательской работы заключается в том, что знания выпускником современных тенденций, технологий и модных трендов повышают его конкурентоспособность на рынке труда.

Информационные источники:

1. Баранов В.С. Технология производства продуктов общественного питания - М.: Экономика, 2012.
2. Большой электронный сборник рецептур для предприятий общественного питания : электрон. ресурс. – Режим доступа: <http://www.100menu.ru>
3. Электронная библиотека : электрон. ресурс. – Режим доступа: <http://www.aonb.ru/iatp/guide/library.html>

PECULIARITIES OF GRAPHIC PRESENTATION AND CONTEXT OF PLACING SOCIAL ADVERTISING OF BARNAUL

Sherbatyh Andrey, student gr. R1611 RSBPEI "Altai Academy of hospitality",
Barnaul;

Head: Mamaeva E.V., teacher RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul.

Annotation. The main aspects of social advertising and its application in business are outlined.

Keywords: marketing; marketing communications; social advertising; mass media.

УДК 659

ОСОБЕННОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ И КОНТЕКСТА РАЗМЕЩЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ Г. БАРНАУЛА

Щербатых Андрей, студент гр. Р1611 КГБПОУ «Алтайская академия
гостеприимства», г. Барнаул;

Руководитель: Мамаева Е.В., преподаватель КГБПОУ «Алтайская академия
гостеприимства», г. Барнаул.

Аннотация. Обозначены основные аспекты социальной рекламы и ее применение в предпринимательстве.

Ключевые слова: маркетинг; маркетинговые коммуникации; социальная реклама; СМИ.

Маркетинговые коммуникации — связи, образуемые фирмой со внешней средой (целевой аудиторией, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа, а также неформальных источников информации в виде молвы и слухов. В большинстве случаев основным и самым дорогим инструментом маркетинговых коммуникаций служит реклама.

Основная задача маркетинговых коммуникаций — донести до целевой аудитории основное конкурентное отличие бренда, передачу целевой аудитории информации о продукте. Маркетинговые коммуникации призваны повлиять на выбор и покупку товара потребителем.

Стратегия маркетинговых коммуникаций — определяет сообщения или последовательность сообщений и действий, которые должны быть реализованы для конкретной целевой аудитории при помощи оптимального коммуникационного набора, например: решение, что предпочтительнее — реклама или прямые продажи.

Основная цель социальной рекламы – привлечение общественного внимания к актуальной проблеме социума, воздействие на законодательство, взгляды или же на изменение поведения в ту сторону, которая является наиболее приемлемой для общества. Социальную рекламу можно назвать некой пропагандой нормальных

здоровых взаимоотношений между людьми в обществе, коллективе и семье. Она является неким побуждением соблюдать законы, сохранять и восстанавливать здоровье, творить доброе и совершать благие дела.

Социальная реклама – это информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства (пункт 11 статьи 3 Федерального закона №38-ФЗ «О рекламе»).

Основная цель социальной рекламы – привлечение общественного внимания к актуальной проблеме социума, воздействие на законодательство, взгляды или же на изменение поведения в ту сторону, которая является наиболее приемлемой для общества

Социальная реклама классифицируется по:

- Направлениям социальной рекламы (Реклама ценностей (пропагандирует определенные идеи и убеждения, например, призывает правильно воспитывать детей и не применять к ним силу). Реклама НКО, проектов, событий, мероприятий, программ (движение по защите окружающей среды и леса). Информационно-просветительская реклама (пропаганда темы с подбором информационной и аналитической базы, например, о проблеме абортов, алкоголизма, наркомании)
- Инициатору (Государственная (организуется государственными институтами структурами в защиту своих интересов, например, патриотичная реклама военкомата «Служу Отчизне»). Некоммерческих организаций (реализуется фондами, общественными объединениями в идеологических целях, например, фонд помощи «Подари жизнь»). Коммерческих предприятий (относится к бизнес-рекламе в социуме, например, проект «Все равно?»). Общественная (организуется через неофициальные структуры частными лицами в форме вывесок и баннеров, например, призыв водителей к езде в трезвом состоянии)
- Типу воздействия (Призывающая содержит разного рода побуждение к действию, например, призыв жить правильно. Вопрошающая обращается к аудитории путем задачи проблемы, например, содержащая вопрос от страховой

компании: «А Вы уверены, что ваша жизнь под контролем?». Тезисная выражает суждение об определенной модели поведения в обществе, которое не содержит оценок или призывов, а констатирует факты. Например, «Здоровые родители — здоровые дети — здоровое будущее нации!». Информационная углубляет знания аудитории по теме, например, характеризует специфику действия экологии на системные функции организма. Комбинированная может использовать как призыв, так и тезис или информационный блок.)

– Формату (Звуковая, например, просьба вовремя забирать детей из детского сада. Визуально-графическая и электронно-цифровая. Например, призыв на баннере обеспечить себе беззаботную старость. Визуально-кинематографическая. Например, видеоролики ко Дню Победы. Визуально-объектная. Уникальный вид пропаганды с применением форм, вызывающих различные ассоциации, без передачи текстовой информации. Текстовая. Например, бегущая строка о важности контрацепции.)

– Эмоциональной направленности (Позитивная создает положительный образ, вызывает реакцию «За». Негативная имеет вектор «Против».)

Задачи социальной рекламы:

1. Привлечение внимания общества к общим проблемам.
2. Воздействие на моральные ориентиры.
3. Изменение поведенческих моделей и восприятия.
4. Агитация на определенные действия.
5. Призыв решить проблему или посодействовать материально.

Функции социальной рекламы:

1. Экономическая — формирует спрос.
2. Социальная — воздействует на поведение.
3. Коммуникационная — передает информацию безличным путем.
4. Маркетинговая — стимулирование интереса.
5. Просветительская — передача данных.

Темы социальной рекламы:

1. безопасность жизнедеятельности;

2. здоровый образ жизни: алкоголизм, наркомания, аборты;
3. вопросы равноправия и социальные гарантии;
4. защита прав различных категорий граждан;
5. экология, медицина, образование;
6. видение будущего;
7. вопросы морали;
8. государственные вопросы: политика, налогообложение, страхование, воинская служба.

Социальная реклама имеет место быть в предпринимательстве (бизнесе)

Одна из основных задач власти — своевременное информирование населения о всех важных вопросах государственной деятельности. Инструментами связи между государством и обществом должны быть каналы массового распространения информации: телевидение, радио, пресса, наружная реклама, прямая почтовая рассылка и т.д.

В демократических странах с развитой рыночной системой большинство каналов СМИ находится в частных руках.

Задачей владельца частного СМИ, как и любой другой коммерческой организации, является извлечение прибыли с помощью имеющихся в его распоряжении активов. Чтобы получать прибыль, телеканалу, радиостанции, газете, компании-оператору наружной рекламы необходимо продавать свои медиа-блоки (время на ТВ и радио, места на газетных и журнальных полосах, на сторонах щитов наружной рекламы) по сложившейся на рынке коммерческой цене.

Даже при рыночном устройстве экономики частные СМИ платят государству за пользование его неотчуждаемой собственностью и активами: каналами связи, государственными источниками информации, землей. Сейчас уже трудно сказать, в какой стране государство впервые применило принцип безвозмездного размещения социальной рекламы, при котором коммерческие СМИ или обязаны (чаще всего) размещать социальную рекламу в законодательно закрепленной пропорции от общего объема информации, или делают это добровольно. В обоих случаях СМИ освобождаются от платы государству за пользование его ресурсами на то время,

когда на телевидении, радио, газетных полосах или щитах наружной рекламы размещается социальная реклама. Эта схема могла бы работать идеально, если бы не два «но».

Во-первых, СМИ размещают бесплатно только уже готовую информацию — ролики на телевидении и радио, макеты в прессе, плакаты наружной рекламы. Однако известно, что процесс создания качественного ролика, макета и расходы на печать в случае наружной рекламы могут быть намного выше, чем стоимость размещения рекламного сообщения в СМИ. Логично было бы предложить покрывать эти затраты из государственного бюджета. Однако в бюджете есть немало других не менее важных расходных статей.

Во-вторых, возникает вопрос: кто будет заниматься координацией процесса от момента возникновения идеи социальной рекламы до создания сценариев (макетов), контролем над размещением рекламы и т.д.? Все это требует не только трудовых, но и финансовых затрат. Откуда же брать деньги и человеческие ресурсы?

В Европе давно придумана и действует работоспособная система, при которой на создание и размещение социальной рекламы не тратится ни копейки бюджетных средств. Она основана на заинтересованности крупных коммерческих компаний в поддержании позитивного имиджа, когда компания хочет выглядеть в глазах общества как организация, не только извлекающая финансовую прибыль, но и активно участвующая в решении наиболее острых социальных проблем. Лучший инструмент для этого — социальная реклама.

Список использованных источников

1. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие / О.С. Габинская – М.: Академия, 2018-176 с.
2. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е.П. Голубков. - М.: Финпресс, **2013** - 464 с.
3. Социальная психология: учебник / В.А. Соснин. - М.: Молодая гвардия, 2009 - 321с.

4. Степанов Е. Социальная реклама в России [Текст]: учебник /Е.Степанов. - М.: Вест-Консалтинг, 2008 - 184с.

5. Тренды развития социальной рекламы. [Электронный ресурс]/ Электронные данные. - Режим доступа: <http://www/1soc.ru/>

SPECIFICS OF THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM AS A MEANS OF BUSINESS PROMOTION

Tudybaeva Valeria, student gr. R1611 RSBPEI "Altai Academy of hospitality",
Barnaul

Head: Mamaeva E.V. teacher RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul

Annotation: Provides information about social networks and their relevance to business. Description of the main tools for promoting a business account in the social network Instagram is given.

Keywords: Instagram, SMM, advertising, page, business account, promotion

УДК 659

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ИНСТАГРАМ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

Тудыбаева Валерия, студентка гр. Р1611 КГБПОУ «Алтайская академия
гостеприимства», г. Барнаул;

Руководитель: Мамаева Е.В., преподаватель КГБПОУ «Алтайская академия
гостеприимства», г. Барнаул;

Аннотация: Предоставляется информация о социальных сетях и их актуальности для бизнеса. Описание основных инструментов продвижения бизнес аккаунта в социальной сети Instagram

Ключевые слова: Инстаграм, СММ, реклама, страница, бизнес-аккаунт, продвижение

SMM — что это

Аббревиатура SMM расшифровывается как **Social Media Marketing**, что в переводе с английского означает маркетинг в социальных медиа.

SMM — это способ продвижения бизнеса, заключающийся в привлечении новых клиентов из социальных сетей, форумов, блогов.

SMM считается эффективным методом получения прибыли, так как социальные сети имеют огромный охват — миллионы человек в день. Среднестатистический пользователь интернета уделяет пользованию соцсетями примерно 8 часов в неделю.

Здесь люди не только общаются, слушают музыку, смотрят веселые картинки или делятся смешными видео, но также ищут работу, читают новости, заводят полезные знакомства, строят бизнес.

SMM-продвижение подразумевает создание корпоративного аккаунта, работу с существующими подписчиками и привлечение новых.

Основной упор делается на создание вирусного контента, который расшаривается подписчиками и побуждает других людей подписаться на группу, паблик (что это?) или страницу.

Важно создавать не только интересные, но и полезные материалы: например, советы, которые пригодятся пользователям в повседневной жизни.

Возможности SMM-продвижения для бизнеса

SMM — это отличная возможность привлечь новых клиентов и увеличить продажи.

Продвижение в социальных сетях предоставляет бизнесу возможность взаимодействовать с пользователями напрямую:

1. знакомить с брендом, повышать лояльность и узнаваемость;
2. получать отзывы о товарах и услугах;
3. создавать дискуссии, обсуждения, опросы для выявления потребностей аудитории;
4. работать с негативными отзывами;
5. побуждать пользователей сделать целевое действие: переход на сайт, звонок, заказ товара или услуги;

6. подогреть клиентскую базу для дальнейшего сотрудничества

Особенности SMM-продвижения

Основная задача SMM-продвижения состоит в формировании положительного образа бренда и повышение его узнаваемости в социальных сетях.

Работу по продвижению в социальных сетях нужно начинать с определения целевой аудитории по следующим признакам:

1. пол и возраст;
2. вид деятельности;
3. местоположение;
4. проблемы клиента, которые решает товар или услуга;
5. поисковая активность пользователя в социальных сетях;
6. хобби и привычки клиента.

Далее выбираются приоритетные социальные сети и стратегия подачи контента, создаются группы, страницы или паблики, создаются визуальные элементы бренда.

SMM-продвижение включает в себя не только работу с целевой аудиторией, но и с негативными отзывами: отвечать комментаторам следует вежливо, пытаясь предложить решение их проблемы.

Важно создавать такой контент, чтобы пользователи захотели поделиться им с друзьями.

Распространение по принципу сарафанного радио позволит совершенно новым людям заметить бренд, товар или услугу. Человек охотнее верит рекомендациям знакомых и друзей, чем призывам к действию и продающим статьям в интернете

Instagram – площадка для развития бизнеса

Ведение бизнеса в инстаграм становится популярным в России и в мире. Владельцы бизнеса стараются не терять возможности заработать на рекламном канале. В статье представлены инструменты инстаграм для бизнеса, которые помогут начинающему предпринимателю завоевать доверие аудитории и продать товары и услуги

Список использованных источников

1. Сергей Щербаков. Партизанский маркетинг в социальных сетях, СПб., 2015, - 170 с.
2. Артем Сенаторов. Битва за подписчика в «Вконтакте»: SMM-руководство, Москва, 2016, - 168 с.
3. Роздольская И. В., Осадчая С.М., Лихонин К. В. Инновационные маркетинговые коммуникации, Белгород., 2015, - 248 с.
4. Как спланировать стратегию social media-продвижения для небольших e-commerce проектов. - <http://www.cossa.ru/149/91289/> [режим доступа: 09.05.16]
5. Заметки SMM - специалистам. - <http://www.cossa.ru/234/40896/> [режим доступа: 09.05.16]

Formation of economic literacy of a future specialist using design and research technology

Kalinina Lyubov Nikolaevna, teacher of the highest qualification category,

Frolova Inta Bronislavovna, teacher of the highest qualification category

KGBPOU «Achinsk College of Industry Technologies and Business»

Annotation. The article considers the issue of theory and practice of project activities in the formation of economic literacy through the development of social projects. Design and research activities contribute to the formation of skills and competencies associated with practical activities.

Key words: educational projects, social projects, independence, types of projects, project protection, research method, differentiation.

УДК 377

Формирование экономической грамотности будущего специалиста с использованием проектно-исследовательской технологии

Калинина Любовь Николаевна, преподаватель высшей квалификационной категории,

Фролова Инта Брониславовна, преподаватель высшей квалификационной категории

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос теории и практики проектной деятельности в формировании экономической грамотности через разработку социальных проектов. Проектно-исследовательская деятельность способствует формированию умения и компетенции, сопряженные с практической деятельностью.

Ключевые слова: учебные проекты, социальные проекты, самостоятельность, виды проектов, защита проектов, исследовательский метод, дифференциация.

Проектно-исследовательская деятельность – это образовательная технология, предполагающая решение обучающимися исследовательской, творческой задачи под руководством преподавателя, в процессе решения которой формируются компетенции – умения, сопряженные с практической деятельностью. За время обучения в колледже обучающиеся не только получают знания, но развивают свои способности. Одним из современных методов, который внедряем в практику профессиональной подготовки, является метод проектов (проектная деятельность). Под руководством преподавателей обучающиеся занимаются исследовательской проектной деятельностью: разрабатывают учебные и социальные проекты, защищают их в колледже, на уровне города, края. Исследовательская деятельность подразумевает самостоятельную деятельность обучающихся, но преподаватель управляет процессом проявления и преодоления затруднений, прогнозирует их появление. Проектная деятельность дает возможность широко применять исследовательский метод, формировать умение поиска и использовать полученную информацию. Организация такой деятельности позволяет лучше учесть личные склонности обучающихся, что способствует формированию их активной и самостоятельной позиции в учении, готовности к саморазвитию, истинному обучению. Ведь эта деятельность лично-ориентирована, характеризуется возрастанием интереса к работе, приносит удовлетворение обучающимся, видящим продукт собственного труда. Поскольку проекты несут практико-ориентированный характер, завершающей стадией работы является публичная защита на разных уровнях. Исследовательские работы обучающихся представляются на городскую и

краевую научно-практические конференции. Материалы проектов используются на уроках и во внеурочной деятельности. Разработанные социальные проекты способствуют формированию личности обучающегося, будущего специалиста в сфере экономики. Участие в разработке проектов способствует формированию экономической грамотности и осведомленности в соответствующих вопросах. Обучающиеся готовы прогнозировать экономические последствия таких проектов, так как могут составить и просчитать бюджет проекта: общую стоимость, размеры софинансирования. В 2017 году был разработан социальный проект «Сквер на улице Лазо – для спортивных, молодых, инициативных». Обучающиеся разработали план мероприятий по благоустройству сквера, составили смету расходов. В смете были представлены: вклад спонсоров (межлесхоз «Ачинский») в проект, труд волонтеров, связанных с реализацией проекта, запрашиваемая сумма на реализацию проекта. В ходе этой работы у обучающихся формируются экономически значимые качества личности – трудолюбие, дисциплинированность, ответственность, деловитость, экономность, предприимчивость.

Для проектной деятельности на уроках используются следующие виды проектов: исследовательские, индивидуальные и групповые, информационные. Проектная деятельность дает широкие возможности для расширения кругозора обучающихся на основе межпредметных связей. Очень часто прослеживаются межпредметные связи химии с биологией, географией, ОБЖ, литературой. Также прослеживается дифференциация экологического образования с учетом особенностей региона, т. е. принцип краеведения. Например, исследование проблем шума в городе, о роли зеленых насаждений в городе; изменении компонентов окружающей среды; функциональное зонирование города Ачинск.

При разработке проекта «Проблемы утилизации строительного мусора в Ачинске» обучающиеся подсчитали экономический эффект от переработки строительного мусора. Привели примеры использования переработанного строительного мусора.

Таким образом, проектная деятельность способствует углублению и расширению знаний обучающихся, открывает большие возможности для приобретения личного и профессионального опыта, позволяет выработать

стремление и умения самостоятельно добывать и использовать знания, отстаивать свою точку зрения, дает возможность приобрести коммуникативные умения и навыки.

Библиографический список.

1.Аменд А.Ф., Сасова И.Б. Экономическое воспитание в процессе трудовой подготовки / Под ред. В.К. Розова. М.: Просвещение, 1988. - 192 с.

2. Кофман Д.И. Экологическая проблема переработки отходов / Д.И.Кофман, М.М.Востриков // ТБО – 2009 - №1 [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.solidwaste.ru/magazine/archive/>.

3. Протасов В. Ф. Экология, охрана природы. Законы, кодексы, платежи.

4. Шемякин Б.П. Экономическое воспитание школьников: вопросы теории и методики. М: Педагогика, 1986. - 96 с.

Секция №7

Цифровые технологии: новые возможности для бизнеса

ROLE OF MANIPULATION AND PSYCHOPROGRAMMING IN ADVERTISING ON THE EXAMPLE OF SOCIAL VIDEOS

Ivanova Nina, student student gr. R1611 RSBPEI "Altai Academy of hospitality",
Barnaul;

Head: Mamaeva E.V. teacher RSBPEI "Altai Academy of hospitality", Barnaul

Annotation. The main types of manipulation, secretive means of influencing on the individual and basic concept of psychoprogramming are indicated. The experience of RSBPEI «Altai Academy of Hospitality» in prevention of manipulative influences and analysis of manipulation in advertising on the example of social videos is presented.

Keywords: manipulation; psychology; neurolinguistic programming (NLP); psychoprogramming; mental impact on social commercials.

УДК 659

РОЛЬ МАНИПУЛИРОВАНИЯ И ПСИХОПРОГРАММИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНЫХ РОЛИКОВ

Иванова Нина, студентка группы Р-1611, КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г.Барнаул;

Руководитель: Мамаева Е.В., преподаватель КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул;

Аннотация. Обозначены основные виды манипулирования, скрытные средства воздействия на индивида и основное понятие психопрограммирования. Представлен опыт КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства» по предотвращению манипуляционных воздействий и анализу манипулирования в рекламе на примере социальных роликов.

Ключевые слова: манипуляция; психология; нейролингвистическое программирование (НЛП); психопрограммирование; психическое воздействие на социальные рекламные ролики.

Манипуляция - это вид психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями. [Е. Л. Доценко]

Следуя мнению Н. Непряхина, автора книги «Я манипулирую тобой. Методы противодействия скрытому влиянию» выяснилось, что в маркетинге любая манипуляция, незаметно и скрытно, в буквальном смысле на подсознательном уровне, ловко эксплуатирует глубинные стимулы и мотивы.

Манипулирование - это скрытое воздействие одного индивида на другого, с целью выполнения воли жертвы. [С. А. Зелинский]

Согласно студенческой международной заочной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» номер IV из секции Маркетинг, руководитель Е. С. Санина выявила "приёмы манипулирования в рекламе". Данная проблема решается пятью основными методами манипулятивного воздействия. Все они содержат в основе

психологическую составляющую, и распределены вокруг своеобразных центров тяготения (рис.1).



Рисунок 1

В широком понимании рекламное сообщение (обращение) — это средство предоставления информации рекламодателя потребителю, имеющее конкретную форму (текстовую, визуальную, звуковую, символическую и т.д.), готовый рекламный продукт, с помощью которого рекламодатель обращается к своим клиентам.

От того, как будет разработано рекламное обращение, зависит успешность рекламной кампании. Каждое обращение надо рассматривать как вклад в многогранный образ фирмы, а не как одноразовый продукт.

В психологическом арсенале находятся целый ряд приёмов манипулирования, поскольку, они почти универсальны (нет необходимости предоставлять потребителю факты для доказательств, статистические данные; нет зависимости и от формата сообщения). Это могут быть: «чтение мыслей», использование непонятных абстрактных терминов, спецэффектов, метод «ложного стыда», «полуправда», ссылка на авторитет, умалчивание, альтернатива «или или», игра на стереотипах и многое другое. Самая главная задача при психологическом

воздействии — «сообщить» аудитории, что выбор линии поведения целиком и полностью принадлежит только ей.

Исходя из статистических данных, с точки зрения психологии, 95% из 100 людей подвержены манипуляционному воздействию. 20% из них сомнабулы - люди, поддающиеся гипнозу. Однако существуют люди, которые не подчиняются таким эффектам.

Французский психотерапевт Эмиль Куэ акцентировал внимание на том, что плохо поддаются гипнотическому внушению индивидуумы с прямо противоположными качествами. Это трезво мыслящие, не склонные к сантиментам, рассудительные, даже в чем-то эмоционально холодные люди. Беседуя с кем-то, такие личности всегда остаются при своем мнении, а в ходе разговора мысленно подвергают сомнению любой шаткий аргумент, высказанный собеседником.

Они не склонны принимать на веру положения, не подтвержденные реальными фактами, и до всего доходят своим умом. Именно благодаря такому складу характера эти люди никогда не оказываются в числе адептов сомнительных религиозных сект и крайне редко — в числе жертв мошенников. Зачастую они вообще не исповедуют никакой религии, предпочитая «твердо стоять на земле», а не заполнять мозг верой в то, что недоказуемо. Все эти качества касаются глубоких внутренних установок личности, а не каких-то показных, демонстративных действий.

Существует множество видов манипуляции. Самые распространенные из них: вербальная и невербальная манипуляция.

Согласно исследованиям О. А. Гудина, при вербальной (словесной) манипуляции средством воздействия на собеседника служит речь манипулятора, то есть все слова и звуки, произносимые им в ходе общения. Невербальная (без слов) манипуляция осуществляется при помощи невербальных знаков, то есть это позы, жесты, взгляды, мимика и территориальное расположение, а также яркие краски, подвижная музыка, абстрактные эффекты и т.д. Даже при просмотре фильма или соц.роликов, визуальное средство манипуляции занимает первое место, нежели вербальное.

Так же автору удалось различить манипуляцию на осознаваемую и неосознаваемую самим манипулятором. Осознаваемая субъектом манипуляция может быть социально желанной или, наоборот, не одобряемой. В первом случае речь идет о манипуляции, которую человек совершает из лучших побуждений, желания помочь ближнему, во втором - манипуляция направлена исключительно на получение собственной выгоды. Она проявляется в самых разных ситуациях, например, таком межличностном общении, когда один из собеседников врет другому. Вранье отличное по своим механизмам ото лжи и обмана, нередко оказывается внешним проявлением защитных механизмов личности.

Многие люди подвержены манипуляционному воздействию, но нам удалось найти несколько способов предотвращения:

Нейтрализация

Прежде чем поддаться манипуляции, если ваш собеседник чем-то задел, отвлекитесь от конкретной ситуации и прислушайтесь к себе. Цель манипулятора - ухватиться за определённый факт и преподнести его как пример типичного поведения собеседника.

Парирование

Оправдание и излишняя эмоциональность - слабая позиция. Наоборот, держитесь невозмутимо! Ваша цель — защитить себя, не реагируя на провокации собеседника.

Конфронтация

Чтобы вынудить манипулятора, нужно поставить чёткую цель и рассказать о своих собственных желаниях, а не об абстрактных ценностях и обязательствах.

Игнор

Игнор, как и побег, не подпускает к себе лишней информации. Таким эффективным средством вы лишаете "пищи" манипулятора.

По мнению автора С. А. Зелинского, психопрограммирование - один из самых мощных средств манипуляции на профессиональной основе. Его используют в качестве гипноза на человека вербальными психологическими приемами. Для

концентрации гипнологи обычно используют музыку и яркие абстрактные изображения.

Особенности устройства человеческого мозга таковы, что люди воспринимают осознанно или, в основном, неосознанно, прямо в собственный мозг абсолютно все, что видят, слышат, чувствуют и переживают - всю без исключения информацию происходящего вокруг. 99% поступающей информации будут казаться правдоподобными.

Психопрограммирование встречается не только в рекламе, но и в лечебных профилактиках (лечебная физкультура, психологическая консультация и другие сеансы).

В итоге манипуляция — очень сложный механизм, который притягивает индивида к какому-либо действию, и невыгодные для «хозяина» внушения отторгаются очень быстро. Если вы сталкиваетесь с подобным, ни в коем случае не принимайте никаких решений, берите тайм-аут и будьте бдительны.

Список использованных источников

1 Википедия по теме: «Психологическая манипуляция» (14 октября 2018) [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Психологическая_манипуляция.

2 Официальный сайт Н Непряхина, автора книги: «Я манипулирую тобой. Методы противодействия скрытому влиянию» (6 июня 2018) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nepryakhin.ru/news/manipulyacii-i-ulovki-v-marketinge-i-reklame/>

3 Сухарева Башня по теме: «Какие люди не поддаются гипнозу» (28 октября 2017) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://suharewa.ru/kakie-lyudi-nepoddayutsya-gipnozu-2/>

PROMOTION OF TOURIST SERVICES THROUGH THE INTERNET NETWORK

Gerber Maria Vladimirovna, student

Goncharova Natalia Gennadyevna, head

Regional state budgetary professional educational institution
«Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul

Annotation. The advantages of promoting tourist services in social networks, the ways of PR-promotion of tourist services on the Internet are considered.

Key words: travel services, PR promotion, travel company.

ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ПОСРЕДСТВОМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Гербер Мария Владимировна, обучающаяся

Гончарова Наталья Геннадьевна, руководитель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

goncharova-ng@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены преимущества продвижения туристских услуг в социальных сетях, способы PR-продвижения туристских услуг в сети Интернет.

Ключевые слова: туристские услуги, PR-продвижение, туристическая компания.

PR-продвижение в социальных сетях, блогах, форумах становится основной зоной действия российских туристических фирм. По данным исследования в перечень наиболее эффективных инструментов PR-продвижения вошли: контекстная реклама, контентная оптимизация сайта, работа с форумами и сайтами отзывов,

размещение информации в социальных сетях, вирусный маркетинг. Так же по показателям современного исследования рынка, 70-80% потенциальных туристов используют информацию, размещенную в социальных сетях и на различных форумах, принимая решение о том, какую страну посетить, какую форму отдыха выбрать и какому агентству отдать предпочтение. Важным фактором, влияющим на принятие решения о выборе направления, выступают отзывы друзей в социальных сетях и других площадках, своеобразное сарафанное радио в интернете.

Всего пару лет назад маркетологи начали приглядываться к возможностям качественного продвижения туристических услуг в сети Интернет. На данный момент продвижение туристических услуг одно из наиболее востребованных направлений интернет-маркетинга.

Естественно, что самым важным начальным шагом является создание страницы, группы, сообщества. Здесь нужно вложить весь свой творческий потенциал, ведь чем интереснее наполнение страницы, тем больше внимания она к себе привлечет. К примеру, совсем недавно в моду вошли видео-экскурсии, которые, естественно, вызывают к себе большой интерес у аудитории.

В настоящее время наиболее популярными русскоязычными социальными сетями является «ВКонтакте» и «Одноклассники». Естественно, что в любые социальные сети отличаются друг от друга составом аудитории, а так же возможностями продвижения. В плане коммерции объявления и рекламу лучше размещать в «ВКонтакте» и «Facebook». Но по исследованиям было выявлено, что всего лишь малая доля туристических агентств использует эту возможность.

PR-продвижением туристических услуг в социальных сетях должен заниматься профессиональный веб-маркетолог, в чьи задачи обычно входит привлечение подписчиков, стимулирование продаж и анализ влияющих на них факторов, изучение различных веб-каналов и их сочетание для усиления эффекта; анализ целевой аудитории и вариантов воздействия на неё в каждом конкретном случае. Социальные сети - актуальный, динамично развивающийся инструмент для PR-продвижения туристических услуг. Продвижение в социальных сетях, в основном, основано на рекомендациях.

Рассмотрим преимущества продвижения туристских услуг в социальных сетях:

1) масштабная аудитория пользователей (так ежедневная аудитория «ВКонтакте» насчитывает более 35 миллионов пользователей, «Одноклассников. ру» - более 31 миллиона);

2) пользователи социальных сетей тесно связаны друг с другом: новости, друзья, статусы, видео, фотографии. Таким образом, при продвижении в социальных медиа возникает эффект вирусного маркетинга, который, как известно, может иметь высокую эффективность;

3) продвинуть товар или услугу в социальных сетях можно намного быстрее, нежели это осуществлять стандартными методами (например, раскрутка в поисковых системах). Другими словами, социальное продвижение - это довольно легкий и быстрый способ заявить о себе в интернете;

4) возможность бесплатного продвижения в социальных сетях привлекает к этому методу блогеров и вебмастеров, которые создают и ведут некоммерческие проекты;

5) коммуникация с пользователями осуществляется через удобные, понятные и привычные всем интерфейсы социальных сетей. Нет необходимости разрабатывать свои варианты или общаться с заинтересованными людьми через почту.

В настоящее время в России используются следующие способы PR-продвижения туристских услуг в сети Интернет:

1) туристическое сообщество или группа в социальной сети, где рядовые пользователи рассказывают о своих поездках, иллюстрируя их фотографиями. Это выгодный способ, работающий за счет создаваемого пользователями контента, не требующий работу журналистов и копирайтеров. Группа должна стать для пользователей местом, где они могут узнать новые интересные моменты, общаться, получать положительные эмоции и приятные бонусы в виде возможности купить тур

2) специальный корпоративный ресурс с информацией об услугах компании. Может быть дополнен блоговой площадкой для приглашенных известных блогеров или специалистов туристического бизнеса, форумом. Корпоративный ресурс может иметь «филиал» в виде сообщества в социальной сети;

3) специальное программное приложение, где, к примеру, может размещаться каталог туров, позволяющий подобрать нужный именно ему продукт;

4) таргетированная реклама - объявления небольшого размера в своих аккаунтах, самый распространенный способ платной рекламы в социальных сетях. Данный вид рекламы можно показывать пользователям с определенной страны, города, улицы, с определенными интересами, возрастом;

5) реклама в приложениях;

6) конкурсы - можно активизировать целевую аудиторию с помощью акций, скидок, конкурсов.

Необходимо помнить о том, что для эффективного продвижения туристских услуг важно правильно построить диалог с пользователем социальной сети. Последний должен видеть в туристической компании единомышленника и эксперта в тех вопросах, которые его интересуют, а не только продавца, пришедшего в социальную сеть исключительно с целью продать свой продукт.

Как показывает аналитика и исследования туристических рынков таких технологически развитых стран, как Япония и США, в будущем практически все продажи, в том числе и туристских услуг, перейдут в онлайн-режим и станут осуществляться с использованием электронных технологий. Со временем официальные сайты компаний и социальные сети будут представлять собой практически одно целое, и уже мало кто станет отслеживать, находится ли он в социальной сети или же на официальной странице той или иной компании. Социальные сети могут быть не только инструментом продвижения туристских услуг, но и способом поиска новых партнеров, средством обнаружения или распространения информации. Реклама в социальных сетях может иметь весьма положительный эффект при минимуме финансовых вложений, но лишь при условии грамотного и системного подхода. Особенно если учесть, что основная часть пользователей этих ресурсов - молодежь, наиболее активная часть общества, в среде которой много потенциальных туристов.

INFORMATION RESOURCES IN THE DEVELOPMENT OF THE POTENTIAL OF THE HOTEL

Meser Diana Alexandrovna, student

Goncharova Natalia Gennadyevna, head

Regional state budgetary professional educational institution
«Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul

Annotation. The basic information resources used by hotel enterprises to maintain competitiveness and effective development are considered. The experience of creating their own sites of some hotels in Russia and the Altai Territory is presented.

Key words: information resources, electronic catalogs, automation of hotels.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В РАЗВИТИИ ПОТЕНЦИАЛА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Мезер Диана Александровна, обучающаяся

Гончарова Наталия Геннадьевна, руководитель

КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул

mezer-d.ru@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены основные информационные ресурсы, используемые гостиничными предприятиями для поддержания конкурентоспособности и эффективного развития. Представлен опыт создания собственных сайтов некоторых гостиниц России и Алтайского края.

Ключевые слова: информационные ресурсы, электронные каталоги, автоматизация деятельности гостиниц.

В условиях усиливающейся борьбы гостиничные предприятия вынуждены искать новые пути к усовершенствованию и привлекательности. Для поддержания конкурентоспособности и эффективного развития, а также для привлечения туристов в гостиницы необходимо активное использование информационных ресурсов. Эта инновация должна не просто удовлетворять потребности клиента, а вызывать ощущение восторга при использовании информационных ресурсов.

Информационные ресурсы - это знания, идеи человечества и указания по их реализации, зафиксированные в любой форме, на любом носителе информации.

Между информационными ресурсами и всякими иными существует важное различие: **всякий ресурс, кроме информационного, после его использования исчезает.** Информационным ресурсом можно пользоваться многократно.

Сегодня Интернет стал тем информационным ресурсом, который по своей оперативности занял ведущее место на новостном рынке. Это огромная база различной уникальной информации, которая меняется каждую секунду и не имеет никаких ограничений для возможностей общения.

Многие современные гостиницы для развития своего предприятия используют информационные ресурсы, которые позволяют им продвигать свой бизнес. Наиболее используемые информационные ресурсы - это:

1) Гостиничные сайты. Гостиничный сайт - это основной инструмент для прямых продаж отеля и работа с постоянными клиентами, но само наличие сайта не подразумевает шквал звонков и гостей.

Клиентоориентированный гостиничный сайт обязательно должен содержать:

а. Детальное описание всех услуг. Сайт должен в полной мере отражать весь спектр услуг гостиницы, как основных, так и дополнительных. Обязательно наличие фотографий с описаниями всех типов гостиничных номеров для крупных отелей и желательно всех номеров для мини-отелей. Если в отеле есть конференц-зал, спортивный зал, спа и т.п., то информацию об этих объектах также необходимо указать на сайте с фотографиями, подписями под ними с разъяснениями. Необходима информация о стоимости номера включая

бронирование. Например, на сайте отеля Sokos Hotel Palace Bridge (Санкт-Петербург) размещена информация о шикарном и недорогом SPA, бесплатным для постояльцев. На сайте гостиницы «Барнаул» подробно размещена информация о размещении в одноместных и двухместных номерах различных категорий - от «Стандарта» до «Апартаментов». К услугам гостей: ресторан «Барнаул», малый и большой конференц-зал, банкомат. Бесплатно: охраняемая парковка, интернет WI-FI на всей территории отеля, бизнес-центр. В шаговой доступности находятся: краевой театр драмы, кинотеатр, ночной клуб, бары, торговые центры.

Если в отеле есть кафе или ресторан, то необходимы также фотографии этих мест, а так же меню с ценами. В случае, когда отель предоставляет завтрак, трехразовое питание или «шведский стол», на сайте отеля необходимо размещать очень качественные фотографии блюд, сервировки с описаниями и фотографии постояльцев.

б. Удобная форма проверки свободных номеров. На сайте отеля должна быть возможность произвести поиск свободных номеров на любые даты с любой страницы сайта. Достаточно сформировать сквозную форму онлайн поиска и бронирования, которая будет показывать свободные номера на указанные даты.

в. Удобная карта с расположением отеля. Для удобства посетителей на сайте гостиницы или отеля необходимо размещать карту города с жирной точкой, где расположен отель и исчерпывающей информацией о том, как добраться до него любым видом транспорта. Описание основных достопримечательностей в радиусе километра от отеля — приветствуется. В любом случае, сориентировать гостя относительно основных туристических или деловых центров, будет полезно как клиенту, так и отелю.

г. Отзывы гостей. Их можно написать самому, можно транслировать с бронирующих сайтов (booking, tripadvisor) вместе с рейтингом, а можно подключить комментарии из социальных сетей и использовать их в качестве отзывов.

2) Многие гостиницы используют электронные каталоги. Среди них наиболее известны следующие: Hotel Guide, Flight Guide, Cruise Ferry Guide, HRS, Business Travel Planner, Air Travel Planner и другие. Электронные каталоги обычно

обновляются ежемесячно, и на них можно оформить подписку. Кроме того, многие каталоги имеют Интернет-вариант, который поддерживает функции бронирования авиабилетов и мест в отелях. Электронные справочники Hotel Guide и HRS содержат сведения по нескольким тысячам отелей мира, включая фотографии отелей и номеров. Поисковая система диска обеспечивает выбор отеля по различным критериям, в том числе по расположению, категории, типу номера, сервису, ценам и др.

3) Виртуальная экскурсия 3D тур по гостинице и отелю стала одной из необходимых элементов для продвижения услуг. 100% представление интерьера номера, санузла, общем архитектурном решении гостиницы, их месторасположении, виде из окна или балкона, инфраструктуры отеля и прилегающей территории – вот что способно повлиять на решение о бронировании номера. Для этого и нужен виртуальный 3D тур, что бы максимально погрузить потенциального клиента в виртуальное пространство. Кроме того, с помощью виртуальных 3D панорам можно наилучшим образом познакомить с дополнительными услугами, например, SPA - салоном или залом для презентаций. Так же в 3D тур можно встроить видеоролик с обращением администрации отеля, показать работу аниматоров с детьми или фрагмент чего то очень важного и интересного, например поездки по окрестностям и достопримечательностям. По статистике после размещения 3D тура на сайте гостиницы и на карты Google и Яндекс количество брони увеличивается на 10-30%.

4) На современном предприятии в сфере гостиничной индустрии невозможно работать без программ автоматизации деятельности гостиниц. В программе находится единая клиентская база, бронирование, занятость номеров, информация о сотрудниках, возможны рассылки по воронкам, подогрев клиентов. Например: OtelMS, 1 С: Отель, MaxiBooking, Lite PMS

Повышение эффективности управленческой деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий становится одним из направлений совершенствования деятельности гостиничных предприятий.

Секция №8

Социальное предпринимательство

COUCHSURFING AS AN ALTERNATIVE WAY OF ECONOMICAL TRAVEL IN THE NOVOSIBIRSK REGION AND THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP THROUGH COUCHSURFING SITES.

Goldobina Lyudmila Anatolyevna, 2nd year student, specialty 08.02.11 " Management,
maintenance and operation of an apartment building»

Nizhnikova Irina Yakovlevna, teacher of special disciplines,
NSO College architecture and construction, Novosibirsk;

irinanizhnikova@mail.ru

Annotation. The state policy of the Russian Federation in the sphere of domestic and inbound tourism is quite active. The final Federal target program " Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011-2018)" and the ongoing work on the draft of a new policy document prove that tourism is one of the priorities of the domestic economy. Currently, many tourists plan their own travel with the help of various computer devices, allowing in a short time to find the most favorable offers of tours, air tickets, hotels and insurance. In this regard, tour packages, typical for mass tourism, are beginning to go out of fashion, there is a growing demand for a new form of tourism and accommodation – couchsurfing. Couchsurfing is the largest international community of travelers and their sympathizers, uniting people whose common goal is to "exchange hospitality" around the world. The development of social entrepreneurship in this direction is an urgent solution. Today, Internet work has gained popularity among a wide audience of users from around the world. Not everyone knows that you can earn even on the usual browsing on the Internet. This article discusses the features of this method of making a profit through couchsurfing sites. The article discusses the development of couchsurfing as an alternative way of economical travel in the Novosibirsk region and the implementation of social entrepreneurship through couchsurfing sites.

Keywords: tourism, couchsurfing, couchsurfers, surfing and autosurfing.

КАУЧСЁРФИНГ - АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ СПОСОБ ЭКОНОМНОГО
ПУТЕШЕСТВИЯ ПО НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ И РЕАЛИЗАЦИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ
КАУЧСЁРФИНГ САЙТЫ.

Голдобина Людмила Анатольевна, студент 2 курса, специальность 08.02.11

«Управление, обслуживание и эксплуатация многоквартирного дома»

Нижникова Ирина Яковлевна, преподаватель спец. дисциплин, ГАПОУ НСО НАСК,

г. Новосибирск;

irinanzhnikova@mail.ru

Аннотация. Государственная политика Российской Федерации в сфере внутреннего и въездного туризма достаточно активна. Завершающая ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» и ведущаяся работа над проектом нового программного документа доказывают, что туризм является одним из приоритетов отечественной экономики. В настоящее время многие туристы планируют путешествия самостоятельно с помощью различных компьютерных устройств, позволяющих в короткие сроки найти наиболее выгодные предложения туров, авиабилетов, отелей и страховки. В связи с этим турпакеты, характерные для массового туризма, начинают выходить из моды, растет спрос на новую форму туризма и размещения – каучсерфинг. Каучсерфинг – это крупнейшее международное сообщество путешественников и им сочувствующих, объединяющее людей, общей целью которых является «обмен гостеприимством» по всему миру. Развитие социального предпринимательства в данном направлении является актуальным решением. Сегодня интернет-работа завоевала популярность среди широкой аудитории пользователей со всего мира. Не все знают, что зарабатывать можно даже на обычном просмотре страниц в интернете. В данной статье рассмотрены особенности этого метода получения прибыли через каучсёрфинг сайты. В статье рассматривается развитие каучсёрфинга как альтернативного способа экономного путешествия по Новосибирской области и

реализация социальной предпринимательской деятельности через каучсёрфинг сайты.

Ключевые слова: туризм, каучсерфинг, каучсерферы, серфинг и автосерфинг.

Введение. Каучсерфинг – достаточно новый для наших соотечественников (появился в 2003-м году), но быстро набирающий обороты, вид туризма. За границей этот вид туризма зародился в начале 50-х и стал очень популярным с появлением Интернета. С тех пор он активно выполняет свою миссию – развитие самостоятельного путешествия, как вида туризма, укрепление межкультурных связей, помощь людям в стремлении познать мир и улучшить языковые навыки. С каждым годом движение приобретает всё больше и больше единомышленников, а система коммуникации на сайтах постоянно совершенствуется. Первым делом, стоит разобраться с тем, что же представляет собой данный вид работы. Обыкновенное посещение разнообразных страниц во всемирной паутине в поисках такого вида туризма, однако далеко не все знают, что на этом можно зарабатывать. За это платят многие рекламодатели, для которых важно привлечь как можно большее число реальных пользователей на свой ресурс. Каждый уникальный посетитель получает свое небольшое денежное вознаграждение. За один такой сайт оплата достаточно символическая, однако если потратить немного своего времени, то можно рассчитывать на неплохой доход.

Гипотеза исследования, отдельные результаты которого представлены в статье, заключается в предположении, что развитие социального предпринимательства через такой вид деятельности как каучсёрфинг - будет являться альтернативным способом экономного путешествия для туристов по Новосибирской области и реализация развития социального предпринимательства через каучсёрфинг сайты.

Целью исследования стало обоснование развития социального предпринимательства через новое туристическое направление – каучсёрфинг в Новосибирской области и работу с каучсёрфинг сайтами. Соответственно, решения требуют следующие *задачи*.

2. Выявление приоритетных направляющих данного направления, выбор наиболее популярных сайтов каучсёрферов.

2. Определение ключевых сфер деятельности для осуществления процесса заработка по направлению каучсёрфинг.

3. Основные преимущества и недостатки такого вида заработка.

Как взглянуть на страну глазами местного жителя, обрести новых друзей и не потратить ни копейки на проживание? Суть каучсерфинга понять очень просто: это международное сообщество путешественников, разделяющих принципы «обмена гостеприимством»; каучсерферы из разных стран безвозмездно принимают друг друга на ночлег, оказывают посильную помощь в решении тех или иных проблем во время путешествия, знакомят с культурой и достопримечательностями своей страны. Для того чтобы войти в сообщество каучсёрферов, нужно зарегистрироваться и создать свой профиль на сайте couchsurfing.org. Тут есть один тонкий момент – на одном из этапов прохождения регистрационных формальностей будет предложено пройти платную верификацию (verification), а попросту говоря – проверку. В чем ее суть: необходимо пожертвовать на развитие проекта небольшую сумму, после чего на домашний адрес придет открытка с кодом, введя который подтверждается личность. Процедура эта добровольная, вполне можно пропустить этот пункт; правда, администрация сайта утверждает, что верифицированные каучсерферы быстрее находят себе хостов (т.е. хозяев).

В крупных городах очень много желающих принять у себя путешественников. Западные туристы не ждут больших впечатлений от Новосибирской области и останавливаются здесь проездом. «Гости приезжали из разных стран: Германии, Австрии, Франции, Эстонии, США, Украины, Кореи, Испании. Чаще всего иностранцы путешествуют по Транссибу на поезде – им мало Москвы и Санкт-Петербурга. Новосибирская область обычно просто, оказывается, по дороге, но в итоге эти окрестности многим нравятся». Однако, стоит отметить, что вы сможете заработать на каучсёрфинге через регистрацию на сайтах.

Первым делом, стоит разобраться с тем, что же представляет собой данный вид работы. На самом деле это обыкновенное посещение разнообразных страниц во

всемирной паутине в поисках мест посещения достопримечательностей или размещения информации о достопримечательностях. Каждый из нас занимается этим практически ежедневно, однако далеко не все знают, что на этом можно зарабатывать.

За это платят многие рекламодатели, для которых важно привлечь как можно большее число реальных пользователей на свой ресурс. Каждый уникальный посетитель получает свое небольшое денежное вознаграждение. За один такой сайт оплата достаточно символическая, однако если потратить немного своего времени, то можно рассчитывать на неплохой доход, которого вполне хватит на оплату услуг интернета или связи. Однако, стоит отметить, что можно заработать на каучсёрфинг сайтах, если зарегистрироваться сразу в нескольких проектах.

Нужно знать, что в целом процесс заработка заключается в следующем:

- нужно регистрироваться в одном или нескольких проектах;
- получить список доступных ресурсов для каучсёрфинга, поочередно переходить по ссылкам;
- находится на каждой странице указанное количество времени (обычно требуется 15-30 секунд);
- выполнять дополнительные действия, если это требуется (например, просмотр видео и пр.);
- по истечению заданного времени на экране появится несложный вопрос, требующий ответа; необходимо ответить на этот вопрос, чтобы просмотр сайта был засчитан, а оплата за это действие начислена на счет в проекте;
- получив мгновенную оплату и переходить к следующей ссылке.

Таким образом, на посещение одного уйдёт не больше одной минуты. При условии добросовестного и регулярного выполнения всех заданий можно повысить уровень заработка.

Наиболее популярные сайты каучсерферов:

1. Bewelcome.org был основан бывшими добровольцами других сетей гостеприимства HospitalityClub и Couchsurfing. BeWelcome – это проект французской некоммерческой организации BeVolunteer, созданный в 2007 году.

Миссия организации состоит в том, чтобы обеспечить платформу для обмена гостеприимством и культурой

2. Couchsurfing.com представляет собой глобальную сеть из более 12 миллионов пользователей. Сайт был основан в 2004 году в городе Сан-Франциско. Его основали Кейси Фентон, Даниэль Хоффер, Себастьян ЛеТуан, Леонардо Бассани да Силвейра

3. C-surfing.club – это первый официальный сайт каучсерфинга в России и странах СНГ. Миссия проекта – популяризация каучсерфинга, бэкпекинга и культурный обмен между жителями разных стран, регионов, городов

4. Hospitalityclub.org. Сайт был создан Файтом Кюне в 2000 году. Также одним из основателей является Киль Кюне. Летом 2002 года итальянский программист Клаудио Паччиега создал базу данных для Клуба Гостеприимства, взяв за основу то, что уже сделал Файт и, добавив несколько новых идей, сделал систему ещё безопасней и удобней. Организация является добровольческой, в которую каждый человек может сделать свой вклад

5. Warmshowers.org. Сообщество WarmShowers является свободной всемирной сетью обмена гостеприимством для туристов-велосипедистов.

Еще одним видом заработка может являться создание сайтов с достопримечательностями Новосибирской области. Почему именно выбор пал на Новосибирскую область? Это край удивительный и загадочный. Славится он Барабинскими степями, овечьими преданиями, и вековой тайгой, живописными сопками и горами, величественной рекой Обь и множеством красивых озер. Есть у сибиряков даже свое море – Обское. В области расположены десятки природных заказников, и ежегодно создаются новые памятники природы, чтобы сохранить уникальные ландшафты, многообразие флоры и фауны этого края. А еще Новосибирская область – это крохотные поселки, живописные деревни, шумные города. И самый главный из них, конечно же, Новосибирск. С его широкими проспектами и грандиозными мостами, многочисленными историческими и архитектурными памятниками, прославленными театрами и замечательными музеями, и главным мозговым центром Сибири – Академгородком.

Данный вид деятельности не принесет никому «золотых гор». Такая подработка не сможет заменить основной источник дохода.

Таким образом, данная подработка может стать отличной отправной точкой для тех, кто только начинает пробовать себя в социальном предпринимательстве. Так можно получить первоначальный капитал и вложить его в более перспективные виды деятельности.

Некоторые рекомендации, которые помогут правильнее организовать свою работу и немного увеличить прибыль:

Зарегистрируйтесь на как можно большем количестве ресурсов. В некоторых проектах количество ссылок, по которым нужно переходить, ограничено. Поэтому если на одном сайте работа закончилась, не нужно терять времени, а переходить к следующему.

Чтобы заработать больше, нужно комбинировать обычный серфинг и автосерфинг. Тогда можно получать небольшие денежные начисления даже в те моменты, когда ноутбук включен, но за ним не работают.

Нужно учитывать, что многие проекты имеют рейтинговые системы. Это значит, что чем дольше и ответственнее будет выполняться работа, тем больше будет возможностей.

Поскольку практически все перечисленные в данной статье интернет-ресурсы позволяют не только заниматься таким видом предпринимательской деятельности, но и выполнять другие задания (например, проходить тесты, регистрироваться на сайтах, писать отзывы и пр.), можно разнообразить свою деятельность и немного увеличить прибыль. Особенно учитывая тот факт, что все из предложенных заданий не потребуют каких-то дополнительных усилий.

Нужно уделять работе больше времени. Многие люди ежедневно имеют от 1 до 3 часов свободного времени и такой вариант получения прибыли очень актуален, при выполнении нескольких несложных заданий.

Практически каждый из проектов имеет выгодную реферальную программу. Это означает, что можно получать дополнительное вознаграждение за привлечение в систему активных пользователей.

Основные преимущества и недостатки такого вида заработка:

- чтобы начать зарабатывать в любом из проектов, достаточно только пройти процедуру регистрации, не требуются какие-либо дополнительные умения или знания;
- результаты своего труда можно наблюдать сразу: средства зачисляются на счет мгновенно после выполнения всех условий задания и отображаются в личном кабинете;
- такой заработок доступен абсолютно для всех, независимо от возраста, пола, социального статуса и прочего;
- можно самостоятельно выстраивать свой рабочий график; не нужно посещать офис и работать в строго оговоренное время;
- уровень дохода зависит исключительно от потраченного времени: чем больше времени уделяется такой подработке, тем на больший заработок можно рассчитывать;
- благодаря большому количеству рекламодателей всегда можно обеспечить себя работой;
- в каждом проекте количество доступных заданий всегда находится на высоком уровне.

Что касается недостатков, то их гораздо меньше.

Во-первых, это достаточно небольшой уровень заработной платы. Вознаграждение за посещение одного сайта находится на уровне копеек, поэтому необходимо потратить немало времени, чтобы получить первый ощутимый доход.

Во-вторых, такая подработка представляет собой достаточно однообразную и монотонную деятельность. Поэтому стоит запастись терпением и усидчивостью, чтобы добиться желаемых результатов.

В-третьих, в данной сфере всегда есть риск попасть на мошенников. Чтобы исключить такую возможность, рекомендую вам регистрироваться только в надежных и проверенных проектах.

Таким образом, каучсерфинг хотя и достаточно новое понятие для наших туристов и может быть не совсем подходящее нашему менталитету, тем не менее,

оно приживается и каучсерферов из стран мира становится все больше и больше на просторах известных сайтов. Они не только студенты и малообеспеченные граждане, но и состоятельные и взрослые люди.

Каучсерфинг— это не погоня за бесплатным жильем в поездках за границу, это прежде всего общение, знакомство с новыми людьми а также совершенствование знания языка и масса новых эмоций самостоятельного путешествия и отличный способ потратить свободное время с пользой!

Список использованных источников

1. Каучсерфинг – бесплатная альтернатива отелю [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://mirsovetov.ru/a/travels/hotel/couchsurfing.html>

2. Где жить за рубежом. Отели, бюджетные общежития и бесплатный ночлег [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.life-in-travels.ru/couchsurfing/>

3. Каучсерфинг в России: Как сэкономить на путешествии [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://wayempire.com/o-kauchserfinge-kak-sekonomit-na-puteshestvii/>

4. Stay with Locals and Make Travel Friends | Couchsurfing[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.couchsurfing.com/>

5. Каучсерфинг (CouchSurfing) – что это такое и как им пользоваться или самые часто задаваемые вопросы[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.life-in-travels.ru/couchsurfing/>

6. Каучсёрфинг: вдохновляющий опыт[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://niklenburg.com/couchsurfing/>

7. Каучсерфинг официальный сайт на русском | Авиамания[Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://aviamaniya.ru/kauchserfing/>

RURAL SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Suspitsin Denis Sergeevich, student, RSBPEI "Rebrihinsky lyceum of vocational education", s.Rebriha

Head Kazantsev Mikhail Alexandrovich, teacher, RSBPEI "Rebrihinsky Lyceum of Professional Education", s.Rebriha,

Annotation: The article discusses the problems of rural development and possible ways to solve these problems through the application of the mechanism of social entrepreneurship in the countryside.

Key words: rural social entrepreneurship, rural tourism, social infrastructure.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НА СЕЛЕ

Суспицин Денис Сергеевич, студент, КГБПОУ «Ребрихинский лицей профессионального образования», с.Ребриха

Руководитель Казанцев Михаил Александрович, преподаватель, КГБПОУ «Ребрихинский лицей профессионального образования», с.Ребриха,
kazanmik@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы развития сельских территорий и возможные способы решения этих задач, через применение механизма социального предпринимательства на селе.

Ключевые слова: социальное предпринимательство на селе, сельский туризм, социальная инфраструктура.

В последнее время проблемы развития сельских территорий являются очень актуальными, поскольку все чаще наблюдается активное вымирание сел, снижение производственной и практически полное разрушение социальной инфраструктуры села, сокращение платежеспособности сельского населения и снижения уровня заинтересованности в результатах своего труда.

Как следствие, отсутствие производственных мощностей и крайне неудовлетворительные условия жизни, которые все чаще вызывают чрезвычайно высокий уровень миграции значительной численности экономически активного населения в города, а значит, в большинстве случаев, отток наиболее квалифицированной рабочей силы.

Так, с каждым годом наблюдается увеличение доли городского населения и уменьшение — сельского.

Для решения существующей проблемы следует с одной стороны — сконцентрировать все имеющиеся усилия на прекращении упадка большей части сельских территорий, а с другой — найти оптимальный путь, по их постепенного возрождения.

Ключевой проблемой для решения поставленных задач, как и в большинстве случаев, в нашей стране является финансирование. Чрезвычайно остро стоит вопрос финансирования на селе. Ведь в условиях финансового кризиса отчисления в бюджеты сельских советов значительно сократились, что порождает дефицит средств на решение главных проблем села, не говоря уже о его развитии. Возможно, именно социальное предпринимательство на селе станет тем драйвером, который поможет селу развиваться.

Социальное предпринимательство — это сфера предпринимательской деятельности, направленная на решение социальных проблем. Сфера социального предпринимательства, а также социально-ориентированных некоммерческих организаций регулируется в Российской Федерации Федеральным Законом № 442-ФЗ от 21.07.14 «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации». Собственно, исходя из положений данного документа, а также практического опыта, сегодня в России социальные предприниматели работают в сферах дошкольного образования, дополнительного образования детей, социального обслуживания населения, здравоохранения, физкультуры и спорта, культуры и досуга, а также экологии.

Социальное предпринимательство эффективно тем, что, в отличие от государства, частные лица зачастую видят всю глубину какой-либо социальной

проблемы, в том числе и её причину и, соответственно, могут предложить более эффективное решение данной проблемы.

Разработка социально-предпринимательских проектов преследует всегда стратегическую цель, а именно: развитие территории. Социальное предпринимательство подразумевает создание соответствующей инфраструктуры, оказывает влияние на социально-экономическую сферу (создание рабочих мест, уплата налогов в соответствующие бюджеты), а также, наиважнейшая функция любых социальных проектов, решение социальных проблем территории. В зависимости от территории и проблем, которые имеются на ней, изменяются формы и методы реализации проекта.

К основным проблемам сельских территорий можно отнести: низкий уровень развития социальной инфраструктуры, низкое количество рабочих мест, низкий уровень экономического развития и устойчивости сельских поселений. Из-за данных проблем происходит большой отток населения из сельской местности в городские поселения, что приводит к упадку аграрного сектора, одного из важнейших секторов экономики Российской Федерации. Абсолютное большинство людей, уехавших из села не хотят возвращаться обратно в село на постоянное место жительства. Среди основных причин — это тот факт, что в селе нет рабочих мест; людей не устраивает неразвитость социальной инфраструктуры в сельской местности; и некоторые считают проживание в селе непрестижным. Однако, среди плюсов проживания в сельской местности многие отмечают хорошую экологию; «социальную свободу»; более качественную пищу, чем в городе; жизнь в селе более экономная; а также большие возможности организации своего дела в сельской местности.

Итак, какие же направления социального бизнеса будут наиболее востребованы в сельской местности? Попытаюсь рассмотреть основные.

Сельский туризм — это сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта. Нужно отметить, что в России сельский туризм еще не успел получить такое

широкое распространение, как за рубежом. В странах Европы это направление туризма пользуется большой популярностью и набирает все новые обороты. Одним из больших плюсов такого вида отдыха является отсутствие крупных финансовых затрат на него.

Сельский туризм наиболее подходит для того, чтобы провести отпуск со всей семьей, предлагает знакомство с крестьянским бытом, питание натуральными продуктами и может сочетаться с разнообразными видами пассивного и активного отдыха. Наиболее приоритетные направления сельского туризма в России — это агротуризм, участие жителей города в сборе урожая в сельской местности с возможностью получить часть собранного урожая в качестве выгоды и спортивный туризм - туры на лошадях, вело- туры, сплавы на катамаранах, каноэ, байдарках. Наш Алтайский край вполне вписывается в сельский туризм, как регион имеющий богатое природное наследие. Ожидаемые результаты от реализации подобного проекта — это привлечение интереса граждан к сельским территориям, последующему увеличению числа жителей сельских районов, экономическое развитие сельской местности, привлечение платежеспособного населения, налоговые отчисления, создание новых рабочих мест, помощь социально-незащищенным категориям населения посредством агротуризма. Еще одним перспективным направлением деятельности может быть сельский зеленый туризм. Это направление деятельности может развиваться параллельно с функционированием страусиной фермы, давая возможность получать значительные дополнительные средства для развития, как основной деятельности, так и решение вопросов социального характера на селе. Сельский зеленый туризм влияет на рынок сбыта сельскохозяйственной продукции как непосредственно сельского социального предприятия, так и крестьян, в частности, туристы покупают фрукты, овощи, молоко, мясо, яйца, мед, сувениры, изделия из лозы и т.д. Кроме того, как отмечают специалисты, сегодня сельский зеленый туризм можно рассматривать, как один из основных источников повышения доходов сельского населения и основной фактор стратегии преодоления бедности в сельской местности.

Сельский туризм также предполагает создание определенной инфраструктуры. Если проанализировать сельский туризм на Западе, а также в тех регионах Российской Федерации, где он уже имеется, то можно увидеть, что такой вид туризма не предполагает каких-либо «спартанских условий». Организаторы туров предлагают комфортабельные мини-гостиницы, инвентарь для туров и другое, что положительно сказывается на развитии сельских поселений.

Переработка отходов особенно актуален для сельских регионов. Если в городах имеются перерабатывающие производства, организованный сбор и утилизация мусора, то село, в большинстве случаев, не имеет всего вышеперечисленного. Неорганизованные свалки, отсутствие системы переработки и должной утилизации отходов — все эти проблемы также имеются в сельской местности. Переработка отходов заключающаяся в обращении с отходами с целью их безопасного уничтожения или обеспечения повторного использования в народном хозяйстве полученных сырья, энергии, изделий и материалов. Что касается утилизации — это изменение отходовных материалов до полного исчезновения или видоизменения структуры, чтобы не было возможности использовать их повторно.[1]

Переработка и утилизация отходов также являются сферами социального предпринимательства, так как это решение проблем общества, связанных с экологией и загрязнением окружающей среды. Бизнес-модель в этом случае будет основана на сборе и вывозе определенных видов отходов, вторичной переработке и продаже вторичного сырья или готовой продукции из вторсырья производственным предприятиям и частным лицам для различных нужд. Говоря о наиболее приоритетных направлениях данного бизнеса, то можно выделить переработку пластиковых отходов, вторичное сырье из таких отходов востребовано у производителей пластмассовых изделий, тары и прочей продукции; переработка резины, такой материал будет востребован среди производителей тех же автомобильных шин, покрытий из резиновой крошки; переработка стекла, данное вторичное сырье требуется производителям стеклянной тары, окон, автомобильных стекол, пеностекла.

Развитие инфраструктуры - это основная проблема сельской местности. В данном случае любой проект, направленный на создание каких-либо новых предприятий, обслуживающих сельскую местность, будет считаться социально-предпринимательским.

О каких проектах может идти речь? В основном, это предприятия, оказывающие услуги населению. В первую очередь, это организация досуга. Например, детские развлекательные центры, кинотеатры (в том числе мобильные), банкетные залы, организация праздников и прочее. Далее, это организации, оказывающие бытовые услуги: клининговые компании, химчистка, ателье и так далее. Также востребованы услуги здоровья и красоты. Это такие проекты как парикмахерские, салоны красоты, фитнес-залы и другое. Сельская местность также нуждается в проектах, предоставляющих образовательные услуги, предприятия общественного питания.[2]

В заключение можно сделать вывод, что сельская местность имеет большой потенциал к экономическому развитию. На сегодняшний день сельские территории имеют следующие проблемы: низкий уровень развития социальной инфраструктуры, низкое количество рабочих мест, низкий уровень экономического развития и устойчивости сельских поселений.

Очевидно, что в сельских регионах требуется развитие предпринимательских проектов, в том числе, социально-предпринимательских. Социальное предпринимательство может стать тем инструментом, благодаря которому могут быть эффективно решены социальные проблемы сельских регионов, таких как низкое количество рабочих мест, проблемы утилизации отходов, отсутствие социальной инфраструктуры.

Литература:

1. Социальное предпринимательство: взгляд в будущее [Электронный ресурс] — <http://nisse.ru/> (дата обращения: 02.10.19);
2. Сельский туризм [Электронный ресурс] — <http://orient-tracking.com/Ecology/Agroturism.htm> (дата обращения: 03.10.19)

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN ALTAI REGION

Senchenko Anastasia Andreevna, student of the group GD-181
RSBPEI "Talmen Technological College", Talmenka

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Сенченко Анастасия Андреевна, студентка группы ГД-181
КГБПОУ «Тальменский технологический техникум» р.п. Тальменка
senchenkonadyushka1829@mail.ru

Annotation: In March 2019, amendments to the law "On the Development of Small and Medium-Sized Enterprises in the Russian Federation" were adopted in the first reading, which introduce the concept of "social entrepreneurship" and determine the forms and types of its support.

Key words: social entrepreneurship, social innovation center, entrepreneurial activity, social enterprise.

Аннотация. В марте 2019 года Госдума приняла в первом чтении поправки в закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ", которые вводят понятие "социальное предпринимательство" и определяют формы и виды его поддержки.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, центр инноваций социальной сферы, предпринимательская деятельность, социальное предприятие.

Социальное предпринимательство – это бизнес, который направлен на решение или смягчение социальных проблем конкретной территории. Это может быть предпринимательская деятельность в каких-то конкретных, как мы их традиционно называем, социальных сферах, или любой традиционный бизнес, связанный с

трудоустройством социально-незащищенных категорий граждан: людей с инвалидностью, людей предпенсионного и пенсионного возраста, одиноких и многодетных родителей, воспитывающих детей с инвалидностью, выпускников детских домов, лиц, недавно освобожденных из мест лишения свободы. Если в штате предприятия половина сотрудников – люди из этих категорий, такой бизнес тоже считается социальным.

Сейчас в России принимают поправки в закон о развитии малого и среднего предпринимательства в части закрепления понятий "социальное предпринимательство" и "социальное предприятие". В частности речь идет о доступе этих субъектов предпринимательства к государственным и муниципальным закупкам и других мерах поддержки.

Центр инноваций социальной сферы – это структурное подразделение Фонда развития малого и среднего предпринимательства. Фонд занимается поддержкой и развитием социального предпринимательства в Алтайском крае, в основном оказывая образовательные и консультационные услуги, услуги по маркетинговому сопровождению социально-предпринимательских проектов (изготовление рекламных роликов, публикаций в СМИ), проводят образовательные мероприятия разного формата: как однодневные тренинги, семинары и мастер-классы, так и длительные обучающие программы, например, "Основы социального предпринимательства". В этом году специалисты центра будут обучать социальных предпринимателей в Рубцовске, Бийске и Барнауле. В Бийске обучающая программа уже стартовала, в Рубцовске идет набор слушателей, а в Барнауле обучение начнется осенью. В прошлые годы подобные обучающие программы реализовали в Заринске, Новоалтайске, Камне-на-Оби и Славгороде. Обучаться на них могли и предприниматели соседних территорий, входящих в управленческий округ. Спикерами программы выступают известные бизнес-тренеры. Например, Александр Беляев (коуч, бизнес-консультант, бизнес-тренер, эксперт "Сибирского пула тренеров", сертифицированный тренер по социальному предпринимательству, – *прим. ред.*) сейчас работает в Бийской школе социального предпринимательства. Также привлекают отраслевых тренеров.

Вместе с получением прикладных знаний участники мероприятий обмениваются опытом, заряжаются новыми идеями, расширяют круг своих деловых контактов, выстраивают сотрудничество. Другими словами, площадка – это ещё и пространство для общения и деловых коммуникаций социальных предпринимателей.

Руководитель социального предприятия либо его наемный работник может пройти повышение квалификации или профессиональную переподготовку по тому направлению, которое необходимо для развития его бизнеса. Например, если у вас частный детский сад и вы хотите, чтобы ваш воспитатель прошел обучение методике Монтессори, вы выбираете любое аккредитованное образовательное учреждение в России (формат обучения может быть очным, заочным или дистанционным).

В этом году будет проводиться новый формат обучения — "мастерские" — цикл занятий по определенной теме. Обучение строится по принципу "теория — практика — результат" и позволяет участникам максимально применять полученные знания на практике и становится эффективнее. Ориентиром в выборе тематики являются, прежде всего, потребности самих социальных предпринимателей, которые выявляются в ходе общения и опросов. Сейчас работает мастерская "Маркетинг социального бизнеса".

Если говорить, о государственной и муниципальной поддержке, то в Алтайском крае, например, субъекты социального предпринимательства могут получить финансовую поддержку в виде бюджетных субсидий. Социальный предприниматель, зарегистрированный и осуществляющий деятельность в этих территориях, может претендовать на возмещение понесенных расходов. Размер субсидии составляет до 1,5 млн рублей. В крае такая поддержка предусмотрена в пяти монотерриториях: в городах Алейске, Заринске Новоалтайске, Яровое и пос. Степное Озеро Благовещенского района.

Также предприниматели монотерриторий могут субсидировать затраты, связанные с созданием или развитием центров времяпрепровождения детей (до 1,5 млн рублей) и дошкольных образовательных центров (до 2 млн. рублей).

Существуют и негосударственные фонды, предоставляющие финансовые средства на развитие социально-предпринимательских проектов. Например, фонд региональных социальных программ "Наше будущее", фонд поддержки проектов в сфере детства "Навстречу переменам".

Субсидии предоставляются администрациями монопрофильных муниципальных образований, и порядок субсидирования определяется ими. Предприниматели для участия в конкурсном отборе предоставляют пакет документов, подтверждающих их социально-предпринимательскую деятельность, соответствие требованиям к заявителям и понесённые расходы. Субсидируется часть затрат на приобретение оборудования, мебели, на аренду, строительство, ремонт (реконструкцию) или приобретение в собственность зданий и нежилых помещений для осуществления предпринимательской деятельности, на регистрацию или приобретение прав на объекты интеллектуальной собственности, на расходы по передаче прав на франшизу (паушальный взнос). Муниципалитет рассматривает заявки, проводит отбор субъектов с учётом приоритетных направлений развития малого и среднего предпринимательства на территории данного муниципального образования. В общих чертах процедура такая. В Школе социального предпринимательства мы рассказываем, в том числе и о том, какие меры государственной, а также негосударственной поддержки существуют и как её получить. В программе есть отдельный блок, посвященный этой теме.

Очень много предпринимателей работает в сфере образовательных услуг для детей (дошкольное образование, дополнительное образование). Также развито предпринимательство в сфере медицинских услуг, в сфере реабилитации, в сфере культурно-развлекательных услуг. Это основные по масштабу бизнеса направления. Как правило, это малый бизнес и даже микропредприятия с численностью сотрудников до 15 человек.

Алтайские социальные предприниматели несколько лет подряд завоевывали призовые места на Всероссийском конкурсе проектов в области социального предпринимательства "Лучший социальный проект года". Так, в 2015 году лучшим социальным проектом года в области культурно-просветительской деятельности

стал проект предпринимателя из Белокурихи Андрея Покидаева "Музей русского алфавита "Слово". В 2016 году лучшим проектом в сфере государственно-частного партнерства стала разработка ООО "Интеркот" – "Электронный поводыр для людей с полным или частичным нарушением зрения". В 2018 году проект предпринимателя из Барнаула Евгении Толочко "Центр водной гимнастики "Бонифаций" стал победителем в сфере государственно-частного партнерства в области разработки и производства технических средств реабилитации инвалидов.

Чаще всего предприниматели обращаются за помощью в разработке маркетинговой стратегии, хотят узнать об инструментах продвижения на рынке, способах увеличения продаж и повышения финансовой устойчивости. Актуальная для начинающих социальных предпринимателей тема – поиск и привлечение дополнительных ресурсов (фандрайзинг). Также многие, особенно на старте бизнеса, обращаются за консультациями по вопросам налогообложения. Предпринимателю это важно знать, чтобы правильно выбрать систему налогообложения и оптимизировать налоговую нагрузку. Универсального совета здесь нет, нужно ориентироваться на конкретный вид деятельности.

Список использованных источников

1. Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае на 2014 – 2020 годы [Электронный ресурс] : государственная программа Алтайского края от 20 дек. 2013 г. № 670 [утв. Постановлением Администрации Алтайского края от 24 января 2014 г. № 20]. – Режим доступа: КонсультантПлюс.

2. Официальный сайт Центра поддержки предпринимательства и Алтайского бизнес-инкубатора) <http://abi22.ru/>

Алтай молодой. Управление молодежной политики и реализации

Секция №10

Перспективы развития предпринимательства в России и Алтайском крае

У капитализма женское лицо

Аннотация

В представленной работе рассмотрена роль женщин в развитии предпринимательства на рубеже веков, изучены виды предпринимательской деятельности женщин в исследуемый период. Дана характеристика роли женщин предпринимателей в экономической жизни Алтая, сыгравших наиболее значительную роль в исследуемый период.

Внимание российских исследователей к популярной за рубежом теме «история женщин» быстро растет в последние годы. Современное состояние историографии позволяет сделать вывод о том, что история русских женщин имела ряд особенностей, обусловленных самобытностью исторического пути, пройденного Россией. В последние десятилетия общераспространенным явлением в России стало участие женщин в предпринимательской деятельности.

Академик В.П. Безобразов в своей книге "Народное хозяйство России" выделил черты народного характера, на которые опиралось русское предпринимательство, в том числе и женщины предприниматели:

"чувство меры, которое уравнивает все разнообразные душевные порывы, движение увлечения всяких других чувств и страстей, соразмеряет важность различных целей и силу наличных способов их достижения;

практический расчет - умение сосредоточиться на ближайших и важнейших целях жизни и пожертвовать в момент действия всеми более отдаленными, хотя бы и возвышенными целями;

самообладание среди разнородных потребностей жизни и стремление к их удовлетворению;

трезвость характера, не позволяющая увлекаться никакими чувствами и страстями, удаляющими от поставленной задачи, от начатого предприятия;

сила воли, непрерывно поддерживающая бодрость духа, не позволяющая предаваться излишнему самообольщению при удаче и излишнему унынию при неудаче, всегда дающая рассудку господство над порывами чувств».

А каким же образом женщины жены купцов становились предпринимателями.

Экономическая роль женщины находила отражение в практике наследования купеческих капиталов. В среде сибирских купцов имущественная самостоятельность женщины имела еще большее значение. Законодательство Российской империи не запрещало каждому из супругов выбирать отдельное купеческое свидетельство на свое имя, чем неоднократно пользовались сибирские купцы. Купчихи лично вступали в гильдию и торговали от своего имени отдельно от своих мужей. В частности, в 1887 году одновременно выбирали гильдийские свидетельства 2-й гильдии томский купец Рафаил Александрович Бейлин и его жена Глафира Борисовна. Супруги даже могли вступать друг с другом в сделки и обязательства как самостоятельные партнеры. Современники отмечали, что сибирские женщины отличались от женщин центральной части России чертами характера и поведением. Сибирячки были более энергичными, активными, предприимчивыми, самостоятельными. Для этого в Сибири были созданы определённые условия. Поэтому многим из них удавалось в течении долгих лет умело управлять собственным делом, поддерживать на должном уровне семейные капиталы и коммерческую репутацию. Это делалось для того, чтобы убытки, понесенные одним заведением, компенсировались за счет другого. Быстрое развитие коммерческой деятельности в городе было бы невозможно без солидных кредитов. В 1894 году в Барнауле было открыто отделение Сибирского торгового банка, в 1908 году - Русско-Азиатского, в 1909 - Русского для внешней торговли, в 1912 г. - Государственного банка. Помимо этого в Барнауле 19 ноября 1912 г. был учрежден городской общественный банк имени купца 2-й гильдии В.Г. Бодунова, который оставил по завещанию 10 тыс. рублей для его открытия. **Существовал до декабря 1919 г.**

Банки кредитовали торговлю, строительство магазинов, пароходство, пищевую промышленность, способствуя тем самым быстрому экономическому развитию города. Таким образом, в конце XIX – начале XX веков Барнаул окончательно превращается в крупный торговый центр. Торговля города по своим масштабам значительно превосходила промышленность. После завершения строительства транссибирской магистрали Алтай получил возможность вывозить сельскохозяйственную продукцию на европейский рынок, а из Европейской России, наоборот, получать мануфактурные и промышленные изделия.

Очень интересна биография купчихи или капиталиста, а может на современный лад бизнес-леди, Евдокии Мельниковой. Она стала не первой и не последней бизнесвумен в дореволюционное время на Алтае, но, уж точно самой яркой, поскольку имела славу деспотичного руководителя и занималась совершенно не женским делом — речными перевозками по всей Сибири. С одной стороны может показаться удивительным, что женщина тех времен владела целым пароходством, поскольку современное представление о прошлом зачастую заполнено штампами. Женщины в Сибири были не просто женщинами. Типичная жена какого-нибудь купца являлась скорее не светской дамой на содержании, а «боевой подругой», компаньоном и продолжателем семейного дела, в том случае если муж отходил в мир иной раньше супруги.

Суровый климат и суровые времена рожают людей с железной хваткой.

После смерти мужа в 1893 году Евдокия Ивановна Мельникова основала в Барнауле пароходную компанию, распорядителем которой был ее сын Александр. А уже в 1913-1915 годах пароходство Мельниковых входило в картель барнаульских и новониколаевских пароходовладельцев - «Соединенную пароходную К⁰», являясь самым крупным пайщиком. Эти факты говорят о том, что женщина реально играла значительную роль в экономической жизни региона. Рабочие и матросы называли владелицу Мельничихой и не любили из-за произвола и грубости, тяжелых условий труда и быта в её пароходстве, о чем не однократно писали сибирские газеты начала XX века. Мельниковы не избирались в органы городского самоуправления, неизвестные факты благотворительности с их

стороны, хотя и были крупнейшими парходчиками Обь- Иртышского бассейна.

Женщины - предпринимательницы преимущественно торговали мануфактурными и вино-водочными изделиями, также содержали питейные заведения. Отдельный интерес представляют такие женщины, как бийская купчиха П.С. Рождественская, которая после смерти мужа в 1910 году, учредила Т/Д «Наследники И.Д. Рождественского» Т/Д имел заводы по производству сливочного масла в селах Алтайском, Смоленском, Булухте, Лежановском, занимался продажей промышленных изделий и скупкой сельскохозяйственного сырья. А.Г. Ковпатская самостоятельно владела аптекой. И.В. Таловская была владелицей ресторана первого разряда «Золотой яр» в Барнауле и меблированных комнат «Северная гостиница».

Другой известной бизнес-вумен XIX столетия была бийская купчиха первой гильдии Елена Морозова, которая после смерти мужа встала во главе фирмы (несмотря на то, что была практически неграмотной и пожилой (62 года) женщиной). Однако Морозова не только сохранила, но и преумножила дело мужа. Она построила в Бийске электростанцию, кожевенный, маслобойный и пивоваренный заводы, паровую мельницу. За 14 лет самостоятельной предпринимательской деятельности Е.Г. Морозова упрочила свои позиции в деловом мире Алтая и Сибири, превратив торговую фирму в торгово-промышленную. Помимо этого Е.Г. Морозова являлась крупнейшим в Бийске владельцем недвижимости, включавшей в себя производственные и торговые здания, складские помещения, жилые дома, земельные участки и пр. По сведениям податной инспекции, её недвижимое имущество в 1903 году составляло 12,3% стоимости всей городской недвижимости. Также купчиха владела 27 торговыми заведениями. В итоге к концу жизни Елена Морозова увеличила свое личное состояние до 1,5 млн. рублей. Морозова и Мельникова оставили в истории заметный след как организаторы промышленного производства, новаторы и меценаты.

Следует упомянуть и других женщин предпринимателей того времени, оставивших свой след в истории региона.

Мария Будкевич. Владела пивоваренным заводом в Бийске, оптовым пивным складом, пивными лавками, содержала бильярдное заведение. Совокупный годовой оборот этих предприятий составлял 38,5 тыс. рублей. Прибыль — 5,1 тыс. рублей.

Екатерина Волкова, барнаульская купчиха второй гильдии. Торговала мануфактурой, железом, кожами. В 1890—1892 годах обороты ее двух торговых заведений составляли от 16 до 20 тыс. рублей.

Дарья Гилева. Бийская купеческая вдова. В 1859 году открыла в Бийске заведение мануфактурного типа по выделке кож, которое в то время было самым крупным промышленным предприятием города. Годовой объем производства составлял около 9,5 тыс. рублей.

Елена Гусева, бийская купчиха второй гильдии. Занималась виноторговлей. В 1897 году обороты принадлежавших ей четырех питейных заведений составили 4 тыс. рублей.

Анализ положения женщин в сибирском социуме середины XIX – начала XX в. позволяет сделать следующие выводы. Специфика сибирского региона способствовала формированию особенностей жизни сибирячек, их менталитета и социального положения. Женщины в Сибири пользовались большим уважением и умели добиваться поставленных целей. Современники отмечали, что сибирские женщины отличались от женщин центральной части России чертами характера и поведением. Опираясь на опубликованные материалы, можно отметить, что в Бийске и Барнауле женщин, занятых в предпринимательстве было больше, чем в других городах (до 20%). Также известны случаи, когда женщины торговали в деревнях и даже на рудниках. Среди них было несколько представительниц, поддерживающих отношения с Монголией

В результате проделанной работы удалось решить следующие задачи. Проанализирована литература, исторические подлинники и другие источники по теме. Мы ещё раз уточнили степень участия женщины в предпринимательстве на Алтае, отметили имущественную самостоятельность женщин живших в Сибири; являвшихся главами отдельных купеческих семей. Сравнение разных типов женщин - предпринимателей показало, что их отличало друг от друга система управления

предпринимательством, отношения к людям и к участию в социальной жизни народа и округа. Все они отличались чертами характера и поведения, но их объединяло отношение к жизни и деятельности - энергичность, активность, предприимчивость, самостоятельность.

Список использованных источников.

1. Скубневский В. А. Духовный мир барнаульского купечества конца XIX — начала XX в. // Журнал «Сибирский рассвет». Литература и журналистика Алтая в социальной и культурной жизни Сибири: Материалы музейной научно-практической конф. Барнаул, 1999. С. 92–93.

2. Скубневский В.А., Старцев А.В., Гончаров Ю.М. Предприниматели Алтая 1861 - 1917 гг. - Барнаул, 1996.

3. Скубневский В.А. Заметки о духовном мире барнаульского купечества. Ежеквартальный научно - практический журнал № 2 . Барнаул 1995. с 113 - 119 и др.

4. Государственная архивная служба Республики Алтай (Отдел хранения спецдокументов) *Фонд: 80 Опись: 1 Ед.хранения: 2.*

Интернет источники:

5. Скубневский В. А., Старцев А. В., Гончаров Ю. М. «Предприниматели Алтая. Энциклопедия», «История развития предпринимательского дела на Алтае», www.barnaul-altai.ru;

6. Хвостенко Л. «Елена Морозова, купчиха и благотворительница», «Бийский рабочий»; Гончаров Ю. М. «А женщина в Сибири мужчине не раба», www.asu.ru

COMPARISON OF LINE BUSINESS, HIRING AND NETWORK MARKETING BUSINESS WITH ORIFLAME

Kosinova Valentina Fyodorovna, PhD in Pedagogic sciences, Assistant Professor,
Regional state budgetary professional educational institution «Altai Academy of
Hospitality», Russian Federation, Barnaul, director.

Annotation. Analysis of the main work options for students, so that after completion of training graduates can continue working in the chosen industry.

Keywords: Network marketing; hired work; line business; passive income.

УДК 377

СРАВНЕНИЕ ЛИНЕЙНОГО БИЗНЕСА, РАБОТЫ ПО НАЙМУ И СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ БИЗНЕСА С ORIFLAME

Косинова Валентина Федоровна, канд. пед. наук, доцент, КГБПОУ «Алтайская
академия гостеприимства», г. Барнаул, директор;

kosinova1@btek.ru

Аннотация. Разбор основных вариантов работы для студентов, чтобы после завершения обучения выпускники могли продолжить работу в выбранной отрасли.

Ключевые слова: Сетевой маркетинг; наемная работа; линейный бизнес; пассивный доход.

Представьте, вы студент, который вот-вот закончит обучение и вам нужно решить, куда же трудоустроиться. Какова будет ваша реакция, если вам предложили начать бизнес или получить дополнительный источник дохода с Oriflame? Давайте предположу, наверное: «Oriflame? Нет, спасибо, я ищу нормальную работу». А какова будет ваша реакция, если вам предложили должность на наемной работе, скажем, официант, администратор или разнорабочий? «Я готов к трудностям ради этой должности». А если у вашей далёкой родственницы есть свой бизнес и там

требуется работник, как поступите в этой ситуации? Думаю, вы попросите должность лучше, ведь это ваш родственник. Поразмыслив, я решила выяснить, какой вариант заработка подойдет для неопытного студента и сможет стать перспективным делом в будущем.

Давайте разберем, все ли так плохо в сетевом бизнесе и стоит ли идти туда, сравнив вышеперечисленные варианты работы.

Вложения

Наемная работа

Какие могут быть вложения на наемной работе? Конечно же - время.

Ежедневно, из года в год, с учетом отпусков, праздников и выходных придется добираться к 08:00 на работу и приблизительно в 18:00 возвращаться домой. Вложения в профессиональные навыки, иначе говоря – учеба. Возьмут ли, еще не закончившего образование, студента на должность повара или бариста? Допустим, вы прекрасно в этом разбираетесь, но поверят ли вам? Даже если вы недавно выпустились, почти каждый работодатель ищет людей с опытом работы 2-3 года.

Линейный бизнес

Мечтаете открыть своё кафе? Почему бы и нет. Регистрация вашей деятельности с точки зрения вашего законодательства от 1 800 рублей. Аренда помещения от 35 000 рублей. Приобрести оборудование и инвентарь от 300 000 рублей. Прочие расходы в виде коммунальных услуг от 5 000 рублей. Итого 344 800 минимум. Окупаемость такого бизнеса от 6 до 12 месяцев. Для студента, не имеющего никакого опыта, пусть он и учится на юриста, это практически невозможно. Да, если в этом разбираются ваши родители, то они могут помочь с делом. Что касается рисков, то проще говоря, вы можете обанкротиться.

Сетевой маркетинг

149 рублей. Это даже не вложение – это регистрационная плата.

Как и в наемной работе необходимо время. От 3 до 4 часов в день достаточно, для того, чтобы зарабатывать. Планшет, ноутбук или телефон с выходом в интернет. Присоединившись в компанию, вы также получаете бесплатно обучение, мощнейшую поддержку команды и возможность строить бизнес, не выходя за

пределы своей квартиры.

Обычный студент может заниматься бизнесом в перерывах между парами, если под руками будет телефон. Для человека, который имеет огромные амбиции, но не имеет ни гроша в кармане сетевой маркетинг – идеальный вариант.

Опыт и специальные навыки

Работа по найму

Тут все понятно – без специального опыта на хорошо оплачиваемую должность можно и не надеяться.

Линейный бизнес

- Управленческие навыки
- Вы должны иметь представления о клиентской базе
- Ваша услуга или товар должны быть востребованы
- Так же вы должны постоянно повышать свою квалификацию

Сетевой маркетинг

- Опыт не требуется, только если в пользовании телефоном, но сейчас даже 3х летний ребенок это умеет.
- Специальное образование не требуется
- Обучение полностью бесплатно

Доходы

Работа по найму

- Среднестатистическая зарплата в России от 15 000 до 20 000 рублей в месяц, работая по 8 часов в день, а то и больше.

Линейный бизнес

- От 30 000 до 55 000 рублей. Увеличить можно путем расширения.

Сетевой маркетинг

- Начальный уровень директора от 35 000. А дальше доходы можно перечислять долго, так как в Oriflame несколько видов дохода; а вот как быстро вы готовы их заработать - зависит от вас.

Привилегии

Наемная работа

На какие привилегии вы рассчитываете, если вы обычный официант? Повышению ЗП или дополнительный выходной? Их не так-то просто получить, за любой «косяк» вам выписывают штраф. Единственный бонус, который вы можете получить – чаевые, и то не так уж и часто.

Линейный бизнес

- Престиж
- Уважение
- В какой-то степени свобода
- Деньги

Сетевой маркетинг

- Пассивный доход
 - Востребованность продукта, что говорит о стабильности. Ведь каждый чистит зубы, моется. Почти все женщины красятся помадой, а мужчины бреются.
 - Вы не организываете доставку и хранение продукта до конечного потребителя, логистику, бухгалтерию.
 - Бесплатное путешествие за счет компании
 - Переход дела по наследству. Все, что вы создали, останется с вами пожизненно и перейдет по наследству вашим детям.

Но есть огромный минус – нужно работать. Нет, не просто делать одно и то же действие изо дня в день. Нужно себя само организовывать, так как начальников и будильников здесь нет, вы в ответе за себя. Но отработав в Oriflame до привлекающего вас звания, доход на котором вас полностью устроит: золотой директор (от 30 000 рублей), сапфировый(140 000 рублей), исполнительный(500 000 рублей), вы можете больше не работать вообще, так как вам обеспечен пассивный пожизненный доход от созданных вами директорских групп.

Заключение

Как студент, хочу сказать, что основное время уходит на учебу, особенно, когда

ты учишься во вторую смену. Чтобы заработать немного денег многие работают рано утром или в ночь, тем самым портя себе здоровье из-за нарушенного режима сна, питания, ослабленного иммунитета. Я не из тех, кто идет по натопанной дороге, мне нужен свободный график, так же я хочу работать сама на себя и иметь возможность повышать свой заработок. Для поставленных целей мне нужно время, и пока я студент, его у меня предостаточно. Уже через три года я буду там, где другие будут только через семь лет. Если объяснить студентам разницу, между наемной работой и бизнесом, то в нашем городе станет все больше молодых предпринимателей.

Использованная литература

1. «Карьера в компании Орифлейм или, так называемая, Лестница успеха» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://investbro.ru/lestnica-uspekha-oriflejkm-perspektivnaya-karera/>
2. «Зарабатывай с Oriflame» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.oriflame.ru/business-opportunity/earn-with-oriflame>
3. «Лестница успеха Орифлейм. Этапы развития бизнеса» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://oristar.by/novichkam-v-oriflame/lestnica-uspeha-oriflame>
4. «20 самых серьёзных кадровых проблем малого бизнеса (+ как с ними бороться)» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://business.tutsplus.com/ru/tutorials/worst-small-business-hr-issues--cms-29596>
5. «Что такое социальное предпринимательство: примеры, виды деятельности, бизнес-идеи» <https://feelwave.ru/biznes-terminy/chto-takoe-socialnoe-predprinimatelstvo>

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN RUSSIA

Zakharova Daria Nikolaevna, student

Goncharova Natalia Gennadyevna, head

Regional state budgetary professional educational institution
«Altai Academy of Hospitality», Russian Federation, Barnaul

Annotation. The concepts of entrepreneurship and business are considered, perspective directions of business development in Russia, ways of choosing a business idea are listed.

Key words: entrepreneurship, business, business idea.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Захарова Дарья Николаевна, обучающаяся
Гончарова Наталия Геннадьевна, руководитель
КГБПОУ «Алтайская академия гостеприимства», г. Барнаул
goncharova-ng@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены понятия предпринимательство и бизнес, перечислены перспективные направления развития бизнеса в России, способы выбора бизнес-идеи.

Ключевые слова: предпринимательство, бизнес, бизнес-идея.

В России сегодня достаточно обширный спектр незанятых ниш на рынке. Конкуренция в большинстве сфер деятельности пока еще не слишком высока и существующие барьеры вполне позволяют основать собственное дело и добиться успеха без существенного стартового капитала.

Современное предпринимательство нельзя сводить лишь к усилиям изолированных частных собственников любыми средствами приумножить свой капитал. Цель предпринимательства - создать потребителя. Сегодня речь идет о высококвалифицированном труде распорядителей интеллектуальной и материальной собственности.

Предпринимательская деятельность – это инициативная, самостоятельная деятельность граждан, направленная на получение прибыли и осуществляемая от своего имени или от имени юридического лица.

Понятие «бизнес» является достаточно широким, вбирающим в себя деловые отношения, предпринимательство, сферу деятельности, определенные круги социума и т.д. Наиболее часто слово бизнес отражает собой деятельность, итоговой целью коей является получение прибыли. Самым близким по значению синонимом «бизнеса» в русском языке является «предпринимательская деятельность».

Предпринимательство является самостоятельно осуществляемой зарегистрированными субъектами деятельностью, сопряженной с определенными

рисками и направленной на получение прибыли от таких действий как продажа товаров, пользование имуществом, оказание услуг, выполнение работ.

Рассмотрим перспективные направления развития бизнеса:

1. **Производство. Самый первое и основное направление ведения бизнеса, и при этом, один из самых трудоемких и сложных.** Видимо поэтому данное направление не сильно популярно у нас в России.
2. **Купи-продай.** Самый распространенный вид бизнеса. Особенно в России и другим развивающихся странах. Достаточно простая форма, не требующая глубоких технологических и экономических познаний, позволяющая даже среднестатистическому человеку открыть свое небольшое дело в виде магазинчика или точки на рынке.
3. **Услуги.** Строительство, ремонт, консалтинг, обучение, лечение, клининг, туристические, дизайнерские и многие другие услуги. Всего не перечислить. Нужно также учесть, что общество и технологии развиваются, что влечет за собой и изменения в сферах услуг. Самый яркий пример: развитие интернета привело к развитию онлайн-обучения через проведение вебинаров и тренингов по сети.
4. **Связь и продажа информации.** Кто владеет информацией, тот правит миром. Обратите внимание, что очень много олигархов имеют свои теле-радио студии, либо газеты и журналы. За последние 20 лет произошел бурный рост способов связи, особенно развивался интернет и сотовая связь. И множество компаний обогатились, успев поймать нужный тренд и вложившись в данную отрасль.
5. **Транспорт и логистика.** Теоретически, транспортные услуги можно было бы включить в 3 пункт данного списка. Однако, логистика, сама по себе это целая наука по перемещению груза, обеспечению его безопасности и сохранности, снижению издержек при транспортировке и хранении продукции, организации работы складов и логистических центров, и многое другое.
6. **Наука.** В данную сферу очень высокий порог входа, и инвестировать в науку могут себе позволить лишь государства или крупнейшие корпорации. Эта сфера требует огромных капитальных и интеллектуальных вложений.

Также к наиболее перспективным направлениям бизнеса, особенно для молодежи, можно отнести:

1. Электронная коммерция – одно из самых перспективных направлений бизнеса, суть которого - совершение финансовых и торговых сделок с помощью глобальной сети. К данной категории можно отнести интернет-банкинг, интернет-страхование, электронное движение капитала и электронные деньги, интернет-торговлю, электронный маркетинг, обмен информацией в глобальной сети и так далее. Для начала такой деятельности необходимо обеспечить наличие нескольких основных факторов:

- команду специалистов;
- новые идеи, которые будут иметь спрос;
- начальный капитал.

Основное преимущество электронной коммерции – возможность работать 365 дней в году и 24 часа в сутки.

2. Работа в сфере услуг . Как и всегда востребованы брокерские, юридические, бытовые и юридические услуги. Широкую популярность набирают агентства по уборке. Многим людям быстрее и выгоднее нанять специалистов, чем заниматься какой-то работой своими руками.

3. Продажа продуктов питания. Еще одно перспективное направление для бизнеса – «создание» продуктов питания. К наиболее востребованным отраслям можно отнести – ведение тепличного хозяйства, выращивание грибов или зелени, создание страусиной фермы, выращивание улиток или перепелов. К преимуществам перечисленных выше видов бизнеса можно отнести – минимальные капиталовложения, стабильность спроса на такую продукцию, отсутствие необходимости в формировании какой-то новой и необычной идеи (все уже придумано), небольшая конкуренция и возможность работать в узком сегменте рынка.

4. Местный туризм. Гипертрофированный рост характерен для туристической отрасли. Так, 2010 год заявил о себе необычным веянием – путешествиями по провинции. Многие российские граждане, которые раньше отправлялись за рубеж,

сейчас все чаще останавливают свой выбор на внутреннем туризме. Поработать за гончарным кругом, совершить конную прогулку по исконно русской земле, посетить ферму – все это привлекает клиентов в среднюю полосу России. Это – удачный вариант для семейного бизнеса.

5. Социальные проекты. Разумеется, любой социальный проект не приносит прибыль так быстро, как различные высокотехнологичные стартапы. Но для его реализации не нужны специализированные знания. К тому же, такие проекты могут смело рассчитывать на помощь малому бизнесу от государства. Кроме того, их поддерживают всевозможные фонды. Например, фонд развития интернет-инициатив предлагает любой команде 800 тыс. рублей, которая сможет предложить интересную интернет-идею, содержащую социальный аспект. За это он берет всего лишь 7% акций. Если вы задумываетесь над тем, где найти инвестора для малого бизнеса, обращайтесь внимание на такие интересные предложения.

Как выбирать самые перспективные направления бизнеса? Редко когда предприниматель начинает поиск бизнес-идеи с пустого места. Чаще уже есть некое конкретное занятие, которое человек хочет превратить в источник дохода. Каким образом определить самые перспективные направления малого бизнеса? Необходимо ответить на три вопроса.

1. Нравится ли вам выбранное направление?
2. Сколько пройдет времени до получения первых денег?
3. Будет ли спрос?

Прежде чем определиться со сферой деятельности или объектом инвестирования, необходимо решить для себя, что это будет – производство товаров или предоставление услуг. Однако, что касается общей направленности, то в последнее время все более рентабельным становится так называемый «зеленый бизнес», который подразумевает переработку вторичного сырья, выработку энергии с помощью альтернативных источников, выращивание полезных и лекарственных трав, грунтовых овощей и фруктов, пошив одежды из натуральных тканей, приготовление домашней косметики и лекарств из природных компонентов.

Таким образом, с правильным подходом, новыми идеями и определенным стартовым капиталом можно зарабатывать неплохие деньги даже во время кризиса. Инвестируйте деньги в новые предприятия, экспериментируйте, ищите и у вас все получится.

PERSPECTIVE STRYSIVE IN THE REALISATION OF MUSSIONS REFORMA IN ALTAI KRAY

Ekaterina Pronyutkina, a student at the school. D1611, KGBPOU Altai Academy of
Hospitality, Barnaul Altai Region

Annotation. The main problems in the development of garbage reform in the Altai region and entrepreneurship in this area have been identified. Solutions to problems have been highlighted, examples of entrepreneurs in the industry have been provided.

Keywords: entrepreneurship; Garbage reform; Recycling Potential.

Малое предпринимательство – один из важнейших аспектов экономического роста страны в целом и инвестиционной привлекательности Алтайского края. Малое предпринимательство в сфере работы с ТКО играет немаловажную роль в вопросах экологии и защиты окружающей среды. В связи с большими затратами, необходимыми для начала бизнеса, а также длительными сроками окупаемости, данный сегмент нуждается в государственной поддержке.

На данный момент Алтайский край вкладывает большое значение в развитие туризма, что обостряет значение экологической ситуации в крае и методы обращения с ТКО.

После введения мусорной реформы, целью которой является полностью изменить отношение к отходам как у тех, кто их собирает и утилизирует, так и у обычных россиян, теперь полномочия и ответственность за всю цепочку движения мусора от баков до полигонов в каждом регионе возлагается на единого оператора.

Все без исключения отходы будут проходить через мусоросортировочные заводы для отделения максимального количества сырья, пригодного для вторичного использования. Согласно новым условиям, граждане будут платить за данные услуги по тарифу, утвержденному руководством региона.

Помимо жителей Алтайского края, значительная часть населения которого проживает в сельской местности, многих предпринимателей в сфере курортной деятельности тревожит вопрос о вывозе и утилизации отходов с зон отдыха.

В связи с введением мусорной реформы, поменялась целая система вывоза и утилизации ТКО, которая поможет решить существующие проблемы свалок.

Целью работы являются:

- Рассмотрение концепции реализации мусорной реформы на территории Алтайского края;
- Анализ процесса внедрения изменений в обращении с ТКО на территории Алтайского края;
- Обзор механизмов поддержки малого предпринимательства и способы решения существующих проблем.

Основными задачами по достижению целей являются:

- Создание у граждан и предпринимателей нового отношения к отходам;
- Ознакомление с главными направлениями мусорной реформы;
- Популяризация отрасли у представителей малого бизнеса.

1 Введение мусорной реформы в Алтайском крае

1.1 Концепция проекта

В России с 2019 года официально начала действовать «мусорная реформа». В соответствии с ней планируется строительство мусороперерабатывающих заводов и внедрение системы раздельного сбора мусора (согласно постановлению Алтайского края № 272 от 24 июля 2017 года, раздельное накопление твердых коммунальных отходов будет внедряться поэтапно на основании соответствующего плана мероприятий, разрабатываемого в 2019 году).

Раньше за организацию сбора и вывоза отходов отвечали администрации городов, районов и поселений. Силами спецорганизаций вывозилось не более 40%

отходов (по данным терсхемы обращения с ТКО), а муниципалитеты решали эту задачу только в своих границах, хотя эта проблема является межмуниципальной.

Сейчас сбором и вывозом мусора в стране занимаются региональные операторы. Регоператор по обращению с ТКО — это организатор и координатор всей системы обращения с отходами в регионе, начиная от попадания их в контейнер и заканчивая переработкой и захоронением. Его задача — выстроить логистику обращения с отходами в соответствии с территориальной схемой. Статус регоператора дается минимум на 10 лет, его может получить и фирма из другого региона. Регоператор в обязательном порядке заключает договоры со всеми собственниками отходов. Со своей стороны, регоператор может заключить договора с операторами, которые этот мусор вывозят, перерабатывают, обезвреживают, захоранивают. Для расчета размера платы за коммунальную услугу составляется акт о количестве проживающих. При отсутствии постоянных жильцов объем услуги рассчитывается с учетом количества собственников.

Правила накопления ТКО на территории Алтайского края определяет порядок, утвержденный постановлением регионального правительства от 24 июня 2017 года. Собственники отходов должны складировать их в контейнеры, расположенные в мусороприемных камерах; в контейнеры и бункеры на площадках накопления ТКО; в пакеты или другие емкости, предоставленные региональным оператором.

Площадки для накопления ТКО должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим требованиям и правилам благоустройства. В местах, где отсутствуют оборудованные площадки накопления ТКО, региональные операторы совместно с администрацией населенного пункта могут принять решение об использовании «бестарного» способа вывоза мусора. Так, например, обстоит ситуация в частном секторе Бийска.

Орган местного самоуправления должен утвердить места накопления отходов (стоянки мусоровозов) и разместить их список на своем официальном сайте и сайте регионального оператора.

Отменить бестарный способ вывоза ТКО можно только после появления на территории частного сектора мест для накопления отходов. Создавать

и содержать их могут органы местного самоуправления.

Но в связи с ограниченными возможностями местного бюджета решить проблему бестарного вывоза ТКО в 2019 году возможности нет. Жители частного сектора при желании могут самостоятельно организовать коллективную контейнерную площадку и попросить внести ее в реестр.

Тарифы на услуги в области обращения с ТКО устанавливаются на основании предложений региональных операторов. Краевое управление по тарифам проводит экономическую экспертизу этих предложений, в результате которой выявляет обоснованные расходы и исключает нецелесообразные и не подтвержденные документально.

За полгода в Алтайском крае мусорная реформа охватила более половины жителей региона. Сбор и транспортировку отходов организовали с привлечением субподрядчиков. Параллельно ликвидируются несанкционированные свалки. Для определения оптимального числа контейнеров и графика работы регоператора, по инициативе регионального управления по тарифам была определена специализированная организация, которая проводит замеры производимого в весенний, летний, осенний и зимний сезоны количества отходов. Главной задачей является налаживание полной системы сбора, переработки и утилизации отходов с полноценной инфраструктурой.

В Рубцовске уже приобретена линия по мусоропереработке. Более масштабные проекты будут реализованы в Барнауле и Бийске. В краевом центре выделен участок под размещение частным инвестором завода по утилизации отходов различных классов опасности. В Бийске будет построен крупный полигон с мусоросортировочной линией, способной разделять ТКО на 16 полезных фракций.

Территориально Алтайский край разделен на семь зон — Алейскую, Барнаульскую, Бийскую, Заринскую, Каменскую, Рубцовскую и Славгородскую.

В Славгородскую зону входит Славгород, Яровое, а также Благовещенский, Бурлинский, Кулундинский, Ключевский, Немецкий национальный, Родинский, Суетский, Табунский, Хабарский районы.

В Заринскую зону входит Заринск, Заринский, Залесовский, Кытмановский

и Тогульский районы.

1.2 Актуальные проблемы

Серьезнейшая проблема мусорной реформы заключается в том, что ее внедрили сразу, не апробировав в отдельных регионах на протяжении нескольких лет, чтобы сформировать общественное мнение, поэтому следствием стал резкий негативный резонанс со стороны общественности. Люди отказываются оплачивать вывоз и утилизацию мусора. Первое время кредиторские задолженности по данной услуге достигали почти 200 млн рублей. Это вызывало опасение, что регоператоры Алтайского края могут прекратить свою работу вследствие убыточности.

Другой проблемой является острая нехватка площадок с контейнерами либо полное их отсутствие в сельских населенных пунктах. Причиной тому является отсутствие заложенных на эти цели денег в бюджете муниципалитетов.

Обозначив наиболее остро стоящие проблемы, которые с собой принесла реформа, эксперты уверены, что разрешить их можно.

Исполнительный секретарь Общественной палаты Алтайского края, общественник Константин Емешин говорит: «На Общественном Совете уже несколько раз озвучивали предложения комиссии ЖКХ, что для успешного решения мусорной реформы нужен другой принцип организации и управления «Проектный офис», однако он не внедряется. Нужно создать временную структуру, в которую войдут чиновники разных ведомств, эксперты, ученые, а во главу поставить главного конструктора, который бы регулировал и отладил всю систему». Но пока инициатива не находит одобрения у власти.

В рамках интернет-форума министр природных ресурсов и экологии Алтайского края Владимир Попядухин заявил: «В соответствии с федеральным законодательством в Алтайском крае разработана концепция внедрения новой системы обращения с твердыми коммунальными отходами, также определены ответственные лица за реализацию новой системы обращения с ТКО. Сегодня работа выстраивается по утвержденной схеме».

Однако сумма задолженности населения отражает тот факт, что схема работает неисправно и требует доработки.

Иван Гилев, министр строительства и ЖКХ Алтайского края: – Основная проблема – отсутствие сотрудничества между жителями, местной администрацией и региональными операторами. Реформа сложная, много трудностей возникает в том числе из-за отсутствия общения, мы должны эти проблемы решить и выстроить системную работу. По итогам выездных встреч часть вопросов у местных администраций снимается. Мы продолжим эту практику, продолжим вести разъяснительную работу и помогать всем заинтересованным сторонам выстраивать взаимоотношения.

Таким образом, главные проблемы мусорной реформы выявлены, поступают предложения по её улучшению, однако процесс полностью наладится ещё не скоро.

2 Инициатива начинающих предпринимателей

2.1 Поддержка предпринимателей

По расчетам экологов, жители Алтайского края ежегодно выбрасывают около трех миллионов тонн мусора. В основной своей массе он вывозится на городские и сельские свалки, где годами гниет, загрязняя окружающую среду. На Алтае, как и в целом по России, перерабатывается для вторичного использования не более 30% производимого мусора.

Для решения проблем и совершенствования действия реформы, власть старается привлечь предпринимателей, в том числе начинающих. В Алтайском крае они получают гранты администраций муниципальных образований с привлечением средств краевого и федерального бюджетов.

Одной из причин, тормозящих развитие «мусорной индустрии», которая способна внести весомый вклад в экономику региона и разрешить многие экологические проблемы, — это необходимость серьезных капиталовложений уже на первоначальном этапе становления бизнеса. Строительство городского полигона ТБО (со сроком эксплуатации 25 лет и в соответствии со всеми санитарными нормами) обойдется инвестору примерно в 300 млн рублей без учета затрат на строительство мусоросортировочного комплекса и перерабатывающего предприятия. Что к вышеназванной сумме добавит еще около 300 млн рублей. Это значит, что такой бизнес не доступен малому и среднему предпринимательству: срок окупаемости очень большой, а действенные механизмы господдержки таких инвестпроектов отсутствуют.

Крупные инвесторы по тем же причинам не спешат занимать данную очень выгодную и совершенно свободную сегодня нишу. Как результат, не только сохраняется, но с каждым годом все больше обостряется проблема рекультивации существующих, зачастую несанкционированных свалок, а строительство в крае новых современных полигонов ТБО откладывается на неопределенный срок. В итоге все большие и большие территории муниципалитетов захламляются. Растут свалки — увеличивается и ущерб окружающей среде.

В последние годы власти федерального и регионального уровня предпринимают попытки завлечь малый и средний бизнес в сферу обращения с отходами, предлагая предпринимателям различные виды государственной поддержки. Так, например, в этом году в губернаторский грантовый проект в сфере экономики была включена номинация «Чистый муниципалитет». Победители получили гранты на общую сумму 4,250 млн рублей. Кроме этого, предприятия, работающие в сфере обращения с отходами, могут воспользоваться всеми видами государственной поддержки в рамках краевой программы «Развитие среднего и малого бизнеса». Это и субсидирование части банковской процентной ставки по кредитам, части затрат на приобретение оборудования и техники, по договорам лизинга, по программе энергосбережения. Предприниматели также могут рассчитывать на финансовую поддержку «Алтайского гарантийного фонда» и «Алтайского фонда микрозаймов». По словам начальника регионального управления по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры Евгения Дешевых, предпочтение при распределении грантов и господдержки отдается предприятиям, реализующим свои проекты в сфере обращения с ТБО. За два года финансовая поддержка была оказана 10 организациям на сумму более 7 млн рублей. По мнению Евгения Дешевых, это существенный объем финансирования, который должен дать толчок дальнейшему развитию отрасли.

Пока лишь немного алтайских предпринимателей обращают свое внимание на сферу обращения с отходами, задаваясь вопросом, какую выгоду можно получить на мусоре. Но находятся те, кто готов идти на огромный риск и практически «на ощупь» осваивают новый для России сектор экономики. Пока они, как правило, не идут дальше начальных этапов этого сложного процесса, ограничиваясь организацией сбора, хранения и сортировки ТБО. Позволить себе развить свой бизнес в сфере утилизации и переработки бытового мусора могут и решаются лишь единицы.

Однако, несмотря на финансовую помощь со стороны государства, бизнес в сфере обращения с отходами в Алтайском крае, по большому счету, все еще находится в зачаточном состоянии. Для более активного освоения этого сектора

нужны более масштабные меры поддержки в рамках той же ведомственной целевой программы.

«Мы занимаемся очень важной и нужной деятельностью, обеспечивая экологическую безопасность региона, делая его более привлекательным, в том числе и для развития туристического бизнеса, о котором сегодня так много говорится. Однако в сравнении, например, с агропромышленным комплексом, в котором вполне успешно реализуются многомиллионные инвестиционные проекты с участием государственного капитала, наша отрасль в этом плане существенно обделена. Чтобы мы могли реально развиваться, охватывать большие территории, строить современные полигоны ТБО, осваивать переработку, утилизацию опасных отходов — нужны серьезные капиталовложения, которых у нас, к сожалению, нет», — говорили участники семинара представителям власти.

2.2 Предприниматели Алтайского края в сфере обращения с ТКО

Павел Ивков

Начинают осваивать «мусорный» бизнес и сельские предприниматели. При этом, судя по высказываниям, они и не рассчитывают на получение сверхприбылей и понимают, что уже на первоначальном этапе им придется нести значительные финансовые затраты, которые к тому же окупятся далеко не скоро. Тем не менее, энтузиасты находятся. В частных разговорах многие из сельских предпринимателей признаются, что взялись «за это дело», поддавшись на уговоры районных властей помочь в решении связанных с мусором проблем в их муниципалитетах. Например, одним из индивидуальных предпринимателей, получившим от администрации Завьяловского района 1,8 млн руб на поддержку социально значимых проектов начинающих предпринимателей, стал Павел Ивков со своим проектом — начинающий бизнес по сбору и вывозу твердых бытовых отходов. На средства гранта он приобрел специальное оборудование. Сейчас проблема вывоза мусора для жителей районного центра практически решена. Предприниматель установил контейнеры и организовал вывоз мусора на полигон.

Виктор Войтко

Бывший безработный Виктор Войтко, пожив в Германии, решил ввести немецкую чистоту в родном Завьяловском районе Алтайского края.^[1] По возвращении в Россию он открыл предприятие по переработке отходов. В этом ему помог центр занятости населения, куда Войтко пришел искать работу, и грант на 58800 рублей. Виктор самостоятельно изготовил несколько контейнеров для сбора пластиковых, жестяных и стеклянных бутылок и установил их в общественных местах. Скоро появились желающие заключить договор с предпринимателем. Среди них - администрация Завьяловского и Малиновского сельсоветов, несколько туристических баз и зон отдыха. Сортировкой мусора в арендованном помещении занимаются рабочие, трудоустроенные к предпринимателю через службу занятости. По словам Виктора Войтко, с основания пункта было спрессовано более 220 тысяч бутылок, которые направлены на переработку в Барнаул. Пресс был куплен на средства гранта, однако денег на специальный дробильный столик предпринимателю не хватило. Поэтому стеклянная тара пока хранится в отдельном помещении. Но в ближайшее время Виктор планирует докупить необходимое оборудование и расширить свой бизнес.

Ольга Гладких

Предпринимательница из Косихинского района Ольга Гладких, ставшая обладательницей губернаторского гранта в номинации «Чистый муниципалитет», с большим оптимизмом рассказывала о новой для нее сфере деятельности по сбору, сортировке и хранению бытовых отходов. Владелица нескольких сельских магазинов, она загорелась идеей мусорного бизнеса после того, как изучила опыт Ольги Штейнбрехер, которая пару лет назад пыталась организовать в Ребрихинском районе пункт приема вторсырья и его первичной переработки. На собственные средства приобрела пресс для заготовки вторсырья, машины для сбора мусора, заключила договоры на вывоз мусора с жителями частного сектора нескольких сел района. «Я не жалею о том, что пошла в этот бизнес, — говорит Ольга Гладких. — Мне доставляет удовольствие видеть результаты своего труда. За год работы село

Косиха преобразилось, исчезли завалы мусора, которые еще недавно были привычным явлением для наших улиц. Так было не потому, что люди у нас такие безалаберные, а потому, что просто не была организована работа по вывозу мусора».

ЭкоСтэп Сибирь

Есть в крае и предприятия, которые занимаются не только сбором вторсырья, но и его переработкой. Например, барнаульская компания «ЭкоСтэп Сибирь», специализирующаяся на утилизации и переработке старых автомобильных шин. Из них предприятие вырабатывает резиновую крошку, которая в дальнейшем используется для производства резинотехнических изделий, бесшовных покрытий для стадионов, детских площадок, спортивных залов, резиновой плитки, брусчатки и даже современных кровельных материалов. «Самым сложным на первом этапе было получение лицензии. Так как наша компания имеет дело с отходами повышенной опасности, то и требования со стороны лицензирующего органа предъявлялись достаточно жесткие. Еще сложнее оказалось сформировать базу поставщиков сырья. Постепенно удалось наладить сотрудничество со многими шиномонтажными мастерскими Барнаула, автотранспортными предприятиями, с которыми заключены договоры на утилизацию изношенных покрышек. Наша продукция не залеживается на складах. В последние годы в крае ведется активное строительство и реконструкция спортивных объектов. Практически все они проходят с нашим участием. Таким образом, наше предприятие решает множество актуальных задач, и в первую очередь экологическую, так как свалки из токсичных покрышек наносят непоправимый вред окружающей среде», — говорит менеджер компании Анастасия Дмитриева.

Встреча предпринимателей с представителями исполнительной власти показала: малый бизнес муниципальными свалками заинтересовался, готов вкладывать серьезные деньги даже при условии очень долгого периода окупаемости проекта, только денег этих, чтобы начать потенциально прибыльный «мусорный» бизнес, у них нет. Решить вопрос привлечения инвестиций в сферу управления ТБО может только государство, у которого есть деньги на стимулирование

предпринимательской активности в той или иной сфере экономики.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе данной работы была рассмотрена концепция реализации мусорной реформы на территории Алтайского края, проанализирован процесс внедрения изменений в обращении с ТКО на территории Алтайского края, обозрены механизмы поддержки малого предпринимательства и способы решения существующих проблем.

Проведено ознакомление с главными направлениями мусорной реформы и существующими проблемами развития бизнеса в сфере обращения с ТКО.

Представлены пути развития малого предпринимательства в Алтайском крае.

Так же был рассмотрен вопрос популяризации отрасли у представителей малого бизнеса. Были выявлены наиболее успешные способы привлечения предпринимателей на территории Алтайского края.

Благодаря проделанной работе, найдены способы создания у граждан и предпринимателей нового отношения к отходам.

Подводя итоги данной работы, можно сказать, что поставленные в начале цели и задачи данной исследовательской были выполнены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Как на бизнесе сказалась мусорная реформа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://realnoevremya.ru/articles/135798-kak-na-biznese-skazalas-musornaya-reforma>

2 Что означают нормативы ТКО и когда в Алтайском крае заработает новая система обращения с отходами [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://altapress.ru/ekonomika/story/chto-oznachayut-normativi-na-tko-i-kogda-v-krae-zarabotaet-novaya-sistema-obrashcheniya-s-othodami-213393>

3 Алтайская правда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ap22.ru/paper/V-Altayskom-krae-musornaya-reforma-za-polgoda-ohvatila-bolee-poloviny-zhiteley.html>

4 Комсомольская правда [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.alt.kp.ru/daily/26968.4/4023449/>

5 Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.altaregion22.ru/>

THE REALITY AND PROSPECTS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES IN THE ALTAI TERRITORY

Klushneva Marina Sergeevna, teacher of English Regional state budgetary professional educational institution «Altai industrial and economic College», Barnaul

Annotation. The main directions of increasing competitiveness of the enterprises in the sphere of construction of houses in Altai Krai are designated.

Keywords: entrepreneurship, competitiveness, increasing competitiveness.

ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Клюшнева Марина Сергеевна, преподаватель
КГБ ПОУ «Алтайский промышленно-экономический колледж»,
г. Барнаул, klushneva@mail.ru

Аннотация. Обозначены основные направления повышения конкурентоспособности предприятий в сфере строительства жилых домов в Алтайском крае.

Ключевые слова: предпринимательство, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности.

Складывающаяся сегодня в России общественно-экономическая ситуация, вызвала к жизни новые реалии и понятия, которые во многом являются определяющими в деятельности отечественных предпринимателей. Конкуренция, конкурентоспособность и ее повышение, сегментирование рынка, проблемы спроса и реализации продуктов, нормы прибыли - вот некоторые из них. Поэтому таким важным моментом становится умение использовать современные подходы к управлению компанией, так как именно совершенствование менеджмента, внедрение комплексного управления как организацией, так и ресурсами, повышает и конкурентоспособность предприятия

Глобализация рынков, изменение ситуации развития конкуренции с промышленной на информационную, трансформация системы потребительских ожиданий определяют иной подход к обеспечению конкурентоспособности предприятий.

Основными факторами, определяющими конкурентоспособность строительной организации, являются: качество проводимых работ и оказываемых услуг; квалификация работников, на всех звеньях производства; уровень менеджмента и

маркетинга на предприятии; уровень технологичности выполняемых строительных работ; доступность источников финансирования; доступность инновационных решений и разработок в области строительства; налоговая среда [3].

Целью исследования является повышение конкурентоспособности предприятия в области строительства зданий. В качестве объекта исследования было взято предприятие занимающееся строительством жилых и нежилых зданий и сооружений на территории Алтайского края.

«Строительный камень» создан на базе Завода крупнопанельного домостроения (КПД-2). Выступает в качестве генерального подрядчика при строительстве домов и на протяжении 7 лет сдает в городе многоэтажные дома с современной планировкой квартир по ценам ниже средней рыночной цены. Все объекты сдаются в срок, полностью готовые для проживания новоселов. Компания для своих домов ориентируется на 97 серию крупнопанельного домостроения, предприятие ООО «ЗКПД-2» является основным поставщиком железобетонных изделий [4].

Застройщик ООО «Строительный камень» осуществляет все работы по устройству дома от проработки проектного решения до возведения бетонных и металлических конструкций, проведения инженерных сетей и реализации конечной отделки квартир и фасадов зданий, что позволяет сдавать объекты вовремя и без недочетов. Предприятие осуществляет строительство и реализацию помещений под офисы и магазины на 1-ом этаже готовых зданий, а так же предлагает различные варианты планировок офисов и магазинов на первых этажах с хорошим видом на прилегающую территорию. Объекты размещены в местах с удобным транспортным и пешеходным доступом.

Предприятие ООО «Строительный камень» осуществляет строительство зданий вблизи транспортных узлов, общественных остановок, парков, детских садов, школ, магазинов, автозаправочных станций. Благоприятное месторасположение строящихся зданий прорабатываются с инженерной, и с социальной и коммерческой точек зрения [4].

Преимущества покупки квартир данной компании:

-низкая цена квадратного метра;

-возможность приобретения жилья в ипотеку и рассрочку;

-долевое участие (проекты договоров выставлены на сайте компании).

Застройщик предоставляет возможность участия покупателей приобретать квартиры в строящемся доме поскольку, при долевом участии клиент инвестирует в застройщика, снижая его кредитную нагрузку. В итоге финансовые траты строительной компании уменьшаются, за счет чего снижается и цена за квадратный метр жилья по договору участника долевого строительства.

-отсутствие рисков -гражданская ответственность застройщика застрахована;

-ассортимент выбора планировок различной площади 1, 2 и 3 комнатных квартир.

Предприятие, за время деятельности принимала участие в 14 торгах по получению объектов в строительство, из них выиграла 11, получило 4 объекта строительства по государственному контракту, были возведены и сданы 6 объектов в Индустриальном районе г. Барнаула. Преимущества покупки квартир данного застройщика: низкая цена квадратного метра; возможность приобретения жилья в ипотеку и рассрочку; долевое участие [4].

По результату анализа финансово - экономического предприятие имеет в удовлетворительную структуру баланса и вместе с тем: положительные коэффициенты абсолютной и срочной ликвидности, позволяющие говорить о способности предприятия выполнять в короткие сроки свои обязательства; положительные показатели рентабельности, имеющие тенденцию к росту; высокая степень финансовой устойчивости и независимости предприятия от внешних источников финансирования, согласно коэффициентному анализу.

В ходе исследования основных представителей, занимающихся строительством зданий на рынке Алтайского края выделены: ООО «ИСК «Авангард», ООО «ИСК «Алгоритм», ЗАО «Строительные предприятия Алтайстрой», Группа компаний «Адалин-Строй», ООО «ИСК «Вира Строй», ООО "ГраНИД", ООО «Домстрой-Барнаул», ООО «Жилищная инициатива», Группа компаний «Союз» и другие. В ходе исследования были получены данные о типах материалов, используемых в

строительстве: кирпичное, монолитно-кирпичное, железобетонные изделия. Автором работы отмечены компании, использующие в строительстве зданий железобетонные конструкции: ООО «ИСК «Алгоритм», ООО «Жилищная инициатива Группа компаний «Союз», которых целесообразно рассматривать в качестве конкурентов ООО «Строительный камень».

Оценка конкурентов была произведена в баллах по критериям: тип застройки, уровень цен, отделка квартир, гарантии застройщика, срок и качество строительства, демонстрация продуктов, реклама компании, степень охвата рынка.

По данным изучения маркетинговой деятельности предприятия, наиболее активным в рекламной деятельности являются ООО «Жилищная инициатива», Группа компаний «Союз», а у ООО «Строительный камень» отмечена наименее выраженная рекламная активность: реклама в печатных изданиях, товары и сувенирная продукция, акции для потребителей, финансирование спортивных мероприятий, участие выставках отсутствует [1].

В целом компании, следует уделять внимание материалам, используемым в строительстве, широте охвату рынка, а преимущественно приобретению земельных участков с целью комплексной, квартальной застройки.

К проблемам предприятия, и отрасли в которой осуществляет деятельность предприятие ООО «Строительный камень» следует отнести: высокие цены на земельные участки, трудность в получении государственных контрактов на строительство, использование точечной застройки предприятием, рекламная активность предприятия ниже, чем у конкурентов, а так же незначительный уставный капитал не гарантирует доверие инвесторов, использование в строительстве железобетонных конструкций не позволяет осваивать новые сегменты рынка, не осуществляет строительство коммерческой недвижимости, рекламные мероприятия по сравнению с конкурентами развиты слабо.

Исходя из данных исследования, разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия путем: приобретения земельного участка для строительства объекта недвижимости и реализации инвестиционного проекта на данном земельном участке «Строительство 10-тиэтажного жилого дома».

На основе проведенного анализа показателей экономической эффективности инвестиций, сделан вывод о том, что данный проект является финансово состоятельным, социально значимым, а предприятие на протяжении всего срока реализации проекта способно погашать свои обязательства перед персоналом, государством и кредиторами.

Согласно проведенным расчетам, руководству предприятия в целях повышения конкурентоспособности предприятия и совершенствования деятельности следует уделить внимание разработке новых земельных участков в городе и за пределами города с целью строительства жилых зданий, и повышения известности компании.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий по перспективам реализации повышения конкурентоспособности предприятия позволит строительному предприятию и другим аналогичным предприятиям действующим в отрасли, расширить степень охвата рынка, повысить известность компании на рынке жилой недвижимости, повысить свои экономические показатели деятельности.

Список использованных источников

- 1 Депутатова, Л.Н. Сравнительный анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий/ Л.Н. Депутатова, К.А. Ворожцова // Современные проблемы науки и образования-2012-№3.; URL: <https://www.science-education.ru>
- 2 Официальный сайт «Бизнес-справочник ЭКОМ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://yecom.ru/category>
- 3 Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае на 2014 – 2020 годы [Электронный ресурс] : государственная программа Алтайского края от 20дек. 2013 г. No 670 [утв. Постановлением Администрации Алтайского края от 24 января 2014 г. No 20].–Режим доступа: КонсультантПлюс.
- 4 Строительный камень – официальный информационный сайт предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://skam22.ru>

THE REALITY AND PROSPECTS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES IN THE ALTAI TERRITORY

Klushneva Marina Sergeevna, teacher of English Regional state budgetary professional educational institution «Altai industrial and economic College», Barnaul

Annotation. The main directions of increasing competitiveness of the enterprises in the sphere of construction of houses in Altai Krai are designated.

Keywords: entrepreneurship, competitiveness, increasing competitiveness.

ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Клюшнева Марина Сергеевна, преподаватель
КГБ ПОУ «Алтайский промышленно-экономический колледж»,
г. Барнаул, klushneva@mail.ru

Аннотация. Обозначены основные направления повышения конкурентоспособности предприятий в сфере строительства жилых домов в Алтайском крае.

Ключевые слова: предпринимательство, конкурентоспособность, повышение конкурентоспособности.

Складывающаяся сегодня в России общественно-экономическая ситуация, вызвала к жизни новые реалии и понятия, которые во многом являются определяющими в деятельности отечественных предпринимателей. Конкуренция, конкурентоспособность и ее повышение, сегментирование рынка, проблемы спроса и реализации продуктов, нормы прибыли - вот некоторые из них. Поэтому таким важным моментом становится умение использовать современные подходы к управлению компанией, так как именно совершенствование менеджмента, внедрение комплексного управления как организацией, так и ресурсами, повышает и конкурентоспособность предприятия

Глобализация рынков, изменение ситуации развития конкуренции с промышленной на информационную, трансформация системы потребительских ожиданий определяют иной подход к обеспечению конкурентоспособности предприятий.

Основными факторами, определяющими конкурентоспособность строительной организации, являются: качество проводимых работ и оказываемых услуг; квалификация работников, на всех звеньях производства; уровень менеджмента и маркетинга на предприятии; уровень технологичности выполняемых строительных работ; доступность источников финансирования; доступность инновационных решений и разработок в области строительства; налоговая среда [3].

Целью исследования является повышение конкурентоспособности предприятия в области строительства зданий. В качестве объекта исследования было взято предприятие занимающееся строительством жилых и нежилых зданий и сооружений на территории Алтайского края.

«Строительный камень» создан на базе Завода крупнопанельного домостроения (КПД-2). Выступает в качестве генерального подрядчика при строительстве домов и на протяжении 7 лет сдает в городе многоэтажные дома с современной планировкой квартир по ценам ниже средней рыночной цены. Все объекты сдаются в срок, полностью готовые для проживания новоселов. Компания для своих домов ориентируется на 97 серию крупнопанельного домостроения, предприятие ООО «ЗКПД-2» является основным поставщиком железобетонных изделий [4].

Застройщик ООО «Строительный камень» осуществляет все работы по устройству дома от проработки проектного решения до возведения бетонных и металлических конструкций, проведения инженерных сетей и реализации конечной отделки квартир и фасадов зданий, что позволяет сдавать объекты вовремя и без недочетов. Предприятие осуществляет строительство и реализацию помещений под офисы и магазины на 1-ом этаже готовых зданий, а так же предлагает различные варианты планировок офисов и магазинов на первых этажах с хорошим видом на прилегающую территорию. Объекты размещены в местах с удобным транспортным и пешеходным доступом.

Предприятие ООО «Строительный камень» осуществляет строительство зданий вблизи транспортных узлов, общественных остановок, парков, детских садов, школ, магазинов, автозаправочных станций. Благоприятное месторасположение строящихся зданий прорабатываются с инженерной, и с социальной и коммерческой точек зрения [4].

Преимущества покупки квартир данной компании:

- низкая цена квадратного метра;
- возможность приобретения жилья в ипотеку и рассрочку;

-долевое участие (проекты договоров выставлены на сайте компании).
Застройщик предоставляет возможность участия покупателей приобретать квартиры в строящемся доме поскольку, при долевом участии клиент инвестирует в застройщика, снижая его кредитную нагрузку. В итоге финансовые траты строительной компании уменьшаются, за счет чего снижается и цена за квадратный метр жилья по договору участника долевого строительства.

-отсутствие рисков -гражданская ответственность застройщика застрахована;
-ассортимент выбора планировок различной площади 1, 2 и 3 комнатных квартир.

Предприятие, за время деятельности принимала участие в 14 торгах по получению объектов в строительство, из них выиграла 11, получило 4 объекта строительства по государственному контракту, были возведены и сданы 6 объектов в Индустриальном районе г. Барнаула. Преимущества покупки квартир данного застройщика: низкая цена квадратного метра; возможность приобретения жилья в ипотеку и рассрочку; долевое участие [4].

По результату анализа финансово - экономического предприятие имеет в удовлетворительную структуру баланса и вместе с тем: положительные коэффициенты абсолютной и срочной ликвидности, позволяющие говорить о способности предприятия выполнять в короткие сроки свои обязательства; положительные показатели рентабельности, имеющие тенденцию к росту; высокая степень финансовой устойчивости и независимости предприятия от внешних источников финансирования, согласно коэффициентному анализу.

В ходе исследования основных представителей, занимающихся строительством зданий на рынке Алтайского края выделены: ООО «ИСК «Авангард», ООО «ИСК «Алгоритм», **ЗАО «Строительные предприятия Алтайстрой»**, Группа компаний «Адалин-Строй», ООО «ИСК «Вира Строй», ООО "ГраНИД", ООО «Домстрой-Барнаул», ООО «Жилищная инициатива», Группа компаний «Союз» и другие. В ходе исследования были получены данные о типах материалов, используемых в строительстве: кирпичное, монолитно-кирпичное, железобетонные изделия. Автором работы отмечены компании, использующие в строительстве зданий

железобетонные конструкции: ООО «ИСК «Алгоритм», ООО «Жилищная инициатива Группа компаний «Союз», которых целесообразно рассматривать в качестве конкурентов ООО «Строительный камень».

Оценка конкурентов была произведена в баллах по критериям: тип застройки, уровень цен, отделка квартир, гарантии застройщика, срок и качество строительства, демонстрация продуктов, реклама компании, степень охвата рынка.

По данным изучения маркетинговой деятельности предприятия, наиболее активным в рекламной деятельности являются ООО «Жилищная инициатива», Группа компаний «Союз», а у ООО «Строительный камень» отмечена наименее выраженная рекламная активность: реклама в печатных изданиях, товары и сувенирная продукция, акции для потребителей, финансирование спортивных мероприятий, участие в выставках отсутствует [1].

В целом компании, следует уделять внимание материалам, используемым в строительстве, широте охвату рынка, а преимущественно приобретению земельных участков с целью комплексной, квартальной застройки.

К проблемам предприятия, и отрасли в которой осуществляет деятельность предприятие ООО «Строительный камень» следует отнести: высокие цены на земельные участки, трудность в получении государственных контрактов на строительство, использование точечной застройки предприятием, рекламная активность предприятия ниже, чем у конкурентов, а так же незначительный уставный капитал не гарантирует доверие инвесторов, использование в строительстве железобетонных конструкций не позволяет осваивать новые сегменты рынка, не осуществляет строительство коммерческой недвижимости, рекламные мероприятия по сравнению с конкурентами развиты слабо.

Исходя из данных исследования, разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия путем: приобретения земельного участка для строительства объекта недвижимости и реализации инвестиционного проекта на данном земельном участке «Строительство 10-тиэтажного жилого дома».

На основе проведенного анализа показателей экономической эффективности инвестиций, сделан вывод о том, что данный проект является финансово

состоятельным, социально значимым, а предприятие на протяжении всего срока реализации проекта способно погашать свои обязательства перед персоналом, государством и кредиторами.

Согласно проведенным расчетам, руководству предприятия в целях повышения конкурентоспособности предприятия и совершенствования деятельности следует уделить внимание разработке новых земельных участков в городе и за пределами города с целью строительства жилых зданий, и повышения известности компании.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий по перспективам реализации повышения конкурентоспособности предприятия позволит строительному предприятию и другим аналогичным предприятиям действующим в отрасли, расширить степень охвата рынка, повысить известность компании на рынке жилой недвижимости, повысить свои экономические показатели деятельности.

Список использованных источников

- 1 Депутатова, Л.Н. Сравнительный анализ методик оценки конкурентоспособности предприятий/ Л.Н. Депутатова, К.А. Ворожцова // Современные проблемы науки и образования-2012-№3.; URL: <https://www.science-education.ru>
- 2 Официальный сайт «Бизнес-справочник ЭКОМ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://yesom.ru/category>
- 3 Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае на 2014 – 2020 годы [Электронный ресурс] : государственная программа Алтайского края от 20дек. 2013 г. No 670 [утв. Постановлением Администрации Алтайского края от 24 января 2014 г. No 20].–Режим доступа: КонсультантПлюс.
- 4 Строительный камень – официальный информационный сайт предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://skam22.ru>

PROSPECTS AND PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE ALTAI REPUBLIC

Alabina Elena Vladimirovna, the teacher of economic disciplines, BPOU Agency
«GAPC them. M. Z. Gnezdilova», Gorno-Altaysk
Malykhina Rada Nikolaevna, student 2068 groups
Director: Basargina Elena Vladimirovna

Annotation. This article is devoted to the problems and prospects of development of small and medium enterprises in the Altai Republic.

Keywords: business, small business, medium business, strategy, tallage.

УДК 377

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МСП В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ

Алабина Елена Владимировна, преподаватель экономических дисциплин,
БПОУ РА «ГАГПК им. М.З. Гнездилова» г. Горно-Алтайск

Малыхина Рада Николаевна, студентка 2068 группы

Директор: Басаргина Елена Владимировна

gagpk-ga@mail.ru

Аннотация. Обозначены основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства в Республики Алтай, а также определены перспективы развития бизнеса в регионе.

Ключевые слова: бизнес, малое предпринимательство, среднее предпринимательство, стратегия, налоги.

Анализ динамики развития МСП в Республике Алтай свидетельствует о том, что бизнес играет важную роль в развитии региональной экономики и выступает важным фактором социальной и политической стабильности в обществе. Он вбирает в себя основную часть трудоспособного населения, высвобождаемого из других секторов, снимая тем самым острые социальные проблемы. В малый бизнес вовлекается все большее количество граждан.

Развитие сферы малого и среднего предпринимательства способствует достижению целей, имеющих большое социально-экономическое значение [1].

Основные экономические показатели деятельности субъектов МСП в Республике Алтай за 2014-2018 гг. представлены в таблице 1 [5].

Таблица 1 - Основные экономические показатели деятельности субъектов МСП в Республике Алтай за 2014-2018 гг.

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
------------	---------	---------	---------	---------	---------

Число предприятий, единиц	2269	2882	3322	2985	2787
Средняя численность работников - всего, человек	10847	11030	7643	8533	8871
Среднесписочная численность работников, человек	10150	10137	7012	7993	8069
Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника малого предприятия, рублей	11709,9	12006,0	15360,5	18133,5	21738,6
Оборот организаций, млн рублей	10700,5	39577,5	20142	28386,9	38578,1
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг, млн рублей	11663,8	39577,5	-	-	-
Оборот оптовой торговли, млн рублей	483,0	11590,9	13791,4	21614,0	27408,4
Оборот розничной торговли, млн рублей	3743,3	3134,5	2984,4	3020,0	2349,1
Оборот общественного питания, млн рублей	338,1	329,2	281,0	296,2	349,6
Инвестиции в основной капитал, млн рублей	2171,3	1726,5	1750,1	1885,7	2112,7

Данные таблицы 1 показывают, что за 2014-2018 гг. в целом отмечена положительная динамика количества предприятий, функционирующих на территории Республики Алтай. Однако заметно сократилась численность работников на данных фирмах. Среднемесячная начисленная заработная плата одного работника малого предприятия за 2014-2018 гг. возросла практически в 2 раза.

Для того, чтобы детально исследовать структуру занятости субъектов МСП Республики Алтай, изучим из динамику за 2017-2018 гг. по сферам деятельности, используя данные таблицы 2 [5].

Таблица 2 - Количество малых предприятий (включая микропредприятия) по видам экономической деятельности в Республике Алтай

Показатели	2017 г.	2018 г.	Абс. откл-е	Темп прироста, %
Всего	2985	2787	-198	-6,63
в том числе по видам экономической деятельности:				
сельское лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	255	261	+6	+2,35
добыча полезных ископаемых	17	30	+13	+76,47
обрабатывающие производства	254	250	-4	-1,57
обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	35	32	-3	-8,57
водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	24	22	-2	-8,33
строительство	412	378	-34	-8,25
торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	856	726	-130	-15,19
транспортировка и хранение	129	121	-8	-6,2
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	144	137	-7	-4,86

деятельность в области информации и связи	67	66	-1	-1,49
деятельность финансовая и страховая	92	75	-17	-18,48
деятельность по операциям с недвижимым имуществом	156	167	+11	+7,05
деятельность профессиональная, научная и техническая	189	174	-15	-7,94
деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	224	219	-5	-2,23
образование	15	21	+6	+40
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	47	44	-3	-6,38
деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	27	28	+1	+3,7
предоставление прочих видов услуг	42	36	-6	-14,29

Данные таблицы 2 показывают, что в 2018 г. по сравнению с 2017 г. количество СМСП сократилось на 198 единиц и составило 2787 предприятий. Наибольшее снижение количества субъектов МСП наблюдалось по таким видам деятельности как: финансовая и страховая деятельность, торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов, строительство, водоотведение. Однако также, был отмечен и прирост по таким видам деятельности СМСП как: добыча полезных ископаемых, образование, сельское лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство; деятельность по операциям с недвижимым имуществом, деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений.

Итак, не смотря на общее снижение количества субъектов МСП в Республике Алтай в 2017-2018 гг., была отмечена положительная динамика прироста по отдельным видам хозяйственной деятельности.

Однако для успешного развития малого и среднего предпринимательства необходимо осуществлять стимулирование и поддержку их со стороны общественных и государственных структур. Особенно это характерно на начальном этапе организации бизнеса и минимизации затрат на сервисные управленческие функции. Особая проблема состоит в неспособности малого бизнеса осуществить своевременный поиск партнеров, мониторинг рынка, правовое и информационное обеспечение [4].

На современном этапе в Российской Федерации на государственном уровне поддержка малого и среднего бизнеса является одним из важнейших направлений деятельности государства. Данная позиция отражена в различных нормативно-правовых актах федерального уровня и в стратегии социально-экономического развития Республики Алтай. При этом полномасштабная поддержка малого бизнеса в сельских местностях Республики Алтай направлена на долгосрочную перспективу согласно стратегии со Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года. Основное направление в развитии малого бизнеса в сельских территориях Республики Алтай определено товаропроизводящей отрасли: строительство, сельское хозяйство и т.д.

Малое и среднее предпринимательство представляет собой сектор экономики, который определяется деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства на рынке товаров, услуг, работ. Рассмотрим более детально развитие малого предпринимательства в Сибирском Федеральном округе.

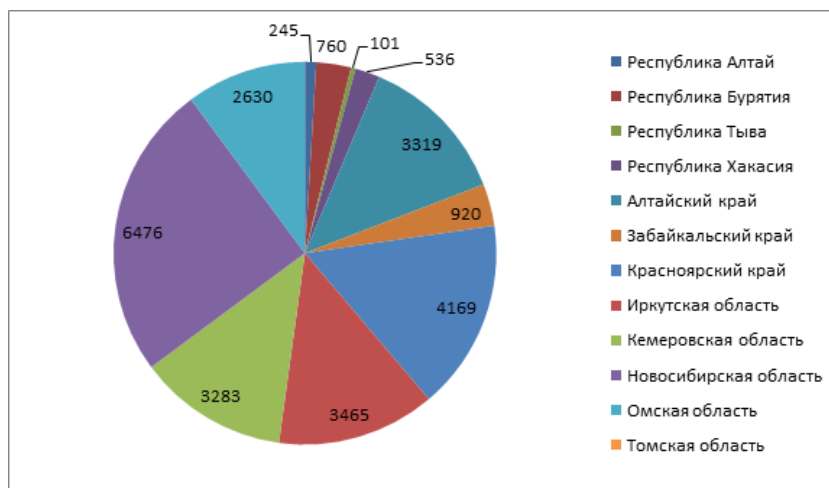


Рисунок 1 - Основные показатели деятельности малых предприятий в Сибирском федеральном округе по данным за 2018 год

Вышеуказанные данные свидетельствуют о том, что на территории Республики Алтай имеется большое количество предприятий малого бизнеса. Данный регион не входит даже в «десятку» самых развитых регионов по количеству предприятий малого предпринимательства в регионе [6].

Одной из самых значительных проблем развития малого бизнеса в Республике Алтай является отсутствие выгодных кредитов для индивидуальных предпринимателей. Дефицит ресурсов, который был создан в связи с денежно-кредитной политикой и оттоком капитала привел к значительному увеличению процентных ставок. В данном регионе процентные ставки для малого бизнеса в коммерческих банках составляют около 20 %. Это приводит к негативным последствиям в связи с большим количеством кредитного портфеля в данном крае. Поэтому для регулирования данного вопроса требуется на законодательном уровне разработать нормативный акт, который бы регулировал банковские проценты.

Вторая проблема, сильно ограничивающая возможности субъектов МСП в Республике Алтай - налоги. Не смотря на то, что налогоплательщику помимо единого налога на вмененный доход и единого сельскохозяйственного налога теперь предоставляется возможность перейти на упрощенную систему налогообложения (УПС), существенно легче жизнь предпринимателя не становится. Хотя предприятие освобождается от ряда таких налогов, как НДС,

налога на прибыль и на имущество, на замену приходят другие существенные ограничения: невозможность заниматься определенными видами деятельности, количественные ограничения работников, а такое условие, как запрет на открытие филиалов и представительств, сильно ограничивает перспективы расширения бизнеса. Единого законодательства, к которому можно было бы обращаться предпринимателям, нет. Хотя есть отдельные документы и положения о ведении бизнеса, в Республике Алтай отсутствует единая правовая база, более того, некоторые нормативные акты противоречат друг другу.

Отсюда можно сделать вывод, что у субъектов МСП в Республике Алтай отсутствует реальная защита и поддержка со стороны государства. В связи с этим можно назвать еще одну не менее важную проблему – нет развития в инновационной сфере. Внедрение инноваций в производство требует больших капиталовложений. У малого бизнеса региона не достаточно средств для таких инвестиций, тут требуется государственное финансирование.

Негативно сказывается на малом бизнесе еще один аспект – острая нехватка квалифицированных кадров, которая с каждым годом все больше возрастает. Такую проблему не решить быстро какими-либо законами. Здесь потребуется немало времени для того, чтобы обучить людей, повысить квалификацию персонала, подготовить специалистов своего дела. Те специалисты в нашей стране, которые имели высокую квалификацию, в основном работают за границей на иностранные компании.

Еще одной проблемой, сказывающейся на малом бизнесе Республики Алтай, можно назвать низкую платежеспособность населения, что сказывается на объеме продаж [3].

Таким образом, изучив динамику и проблемы развития малого бизнеса в Республике Алтай, можно назвать основные трудности, с которыми сталкиваются предприниматели: кредитование, налогообложение, законодательство, кадровая политика и другие. Действенная система поддержки малого предпринимательства, а также создания новых концепций национального развития в различных отраслях российской экономике могут

способствовать решению проблемы развития малого предпринимательства в Республике Алтай [2].

С целью развития малого и среднего предпринимательства в Республике Алтай, необходимо рекомендуется реализовать следующие мероприятия:

1. Разработать Стратегию развития малого и среднего предпринимательства Республики Алтай на период до 2025 года;

2. Разработать финансовую стратегию Республики Алтай по привлечению российского и международного банковского капитала, а также других финансовых учреждений под государственные гарантии Правительства Республики Алтай;

3. Установить льготный налоговый режим для тех, кто работает в сфере малого бизнеса;

4. Развивать систему лизинга как одного из наиболее перспективных возможностей для создания и развития производственной базы малых и средних предприятий;

5. Содействовать развитию внешнеэкономической деятельности малых предприятий путем создания Центра поддержки экспорта в Республике Алтай;

5. Организовать подготовку и переподготовку кадров для работы в структурах малого бизнеса на уровне ФГБОУ ВО «ГАГУ»;

6. Создавать условия для успешного развития туристского бизнеса путем расширения благоприятной инфраструктуры;

7. Развивать инновации в предпринимательских структурах, содействовать развитию новых технологий и изобретений.

Таким образом, рассмотрев перспективы и проблемы развития МСП в Республике Алтай, можно заключить, что данный регион обладает большим количеством ресурсов и имеются множество возможностей по развитию МСП в Республике. Однако имеется ряд проблем, устранение которых позволит вывезти малый и средний бизнес в регионе на новый высокий уровень.

Список использованных источников

1. Аитова, В. Б. Регулирование развития малого бизнеса / В. Б. Антова // Современные научные исследования и инновации. - 2015. - № 5. – С.61-62.

2. Габриелян, Э. В., Бирон, В. М. Перспективы развития малого бизнеса в современных Российских условиях / Э. В. Габриелян, В. М. Бирон // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. L междунар. студ. науч.-практ. конф. – 2018. - № 10(50). – 51-55.

3. Какодей, И. В., Волосатов, В. Д. Проблемы развития малого бизнеса в России / И. В. Какодей, В. Д. Волосатов // Современные проблемы управления организациями, территориями, страной: взгляд молодых / материалы студенческой научной конференции. - 2017. - С. 56-58.

4. Царев, В. Е., Вершина, Д. А. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса: недостатки и механизмы / В. Е. Царев, Д. А. Вершина // Молодой ученый. - 2015. - №24. - С. 610-614.

5. Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akstat.gks.ru/> (дата обращения: 09.10.2019 г.)

6. Этим гордится Алтай: динамика и перспективы развития малого предпринимательства / под ред. М.П. Щетинина. - Барнаул: Азбука, 2018. - 218 с.

Development of small and medium-sized enterprises in the Altai Territory and Biysk

Ptashinskaya Elza Raisovna, deputy director, Regional State Budgetary Professional Educational Institution “Biysk State College, Biysk

Karina Tatyana Viktorovna, organizing teacher, Regional State Budgetary Professional Educational Institution “Biysk State College, Biysk

karina@bgtc.su

Starodubova Alina Aleksandrovna, social teacher, Regional State Budgetary
Professional Educational Institution “Biysk State College, Biysk
starodubova@bgtc.su

Annotation. The main problems of the development of small and medium-sized enterprises in the Altai Territory are identified. Statistical data on the development of small and medium-sized enterprises in the city of Biysk are provided.

Keywords: entrepreneurial activity; small and medium enterprises; business development in the Altai Territory.

УДК 377

Развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае и
г.Бийск

Пташинская Эльза Раисовна, заместитель директора, КГБПОУ «Бийский
государственный колледж, г.Бийск

ptashinskaya@bgtc.su

Карина Татьяна Викторовна, педагог-организатор,
КГБПОУ «Бийский государственный колледж, г.Бийск

karina@bgtc.su

Стародубова Алина Александровна, социальный педагог,
КГБПОУ «Бийский государственный колледж, г.Бийск

starodubova@bgtc.su

Аннотация. Обозначены основные проблемы развития малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае. Предоставлены статистические данные по развития малого и среднего предпринимательства в г. Бийск.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность; малое и среднее предпринимательство; развитие сферы предпринимательства в Алтайском крае.

В настоящее время развитие предпринимательства, является основным источником роста экономики России. В условиях рынка предпринимательская деятельность способна к быстрому передвижению, она создает глубокую специализацию и сотрудничество, без которых невозможна высокая эффективность рынка в целом..

В современных условиях, когда государство принимает новые законопроекты в поддержку и защиту малого предпринимательства, необходимо приложить все усилия для того, чтобы добиться существенного и ориентированного прогресса в развитии и становлении малого предпринимательства в России и Алтайском крае. Безусловно, для этого необходимо развитие основы данной деятельности.

Основной целью Федерального закона «Развитие малого и среднего предпринимательства на территории Российской Федерации» от 24 июля 2007 года является развитие предпринимательской деятельности во всех регионах Российской Федерации, тем самым повышая уровень жизни граждан вне зависимости от сложившейся неблагоприятной экономической ситуации в стране.

Таким образом, в предпринимательской теории и практике сложилась ситуация, которая характеризуется противоречием, отражающим тот факт, что государство на федеральном уровне разрабатывает законодательную базу, целевые программы развития малого предпринимательства, однако на региональном уровне возникают значительные проблемы, требующие поиска путей, методов из реализации и повышения эффективности.

Вместе с тем вклад малого и среднего предпринимательства в общие экономические показатели в Российской Федерации существенно ниже, чем в большинстве не только развитых, но и развивающихся стран. Малое и среднее предпринимательство в Российской Федерации - это в первую очередь микробизнес (95,5 процента общего числа субъектов малого и среднего предпринимательства). Число средних предприятий сравнительно невелико. На малые и средние предприятия приходится только 5 - 6 процентов общего

объема основных средств и 6 - 7 процентов объема инвестиций в основной капитал в целом по стране. Производительность труда на малых и средних предприятиях в Российской Федерации, по оценке Министерства экономического развития Российской Федерации, отстает от уровня развитых стран (США, Японии, стран Европейского союза) в 2 - 3 раза. В последние годы динамика развития малого и среднего предпринимательства является отрицательной. Доля малого и среднего бизнеса в российской экономике составляет 21,9%. Соответствующие данные на своем сайте впервые опубликовал Росстат.

Анализ ситуации с развитием малого предпринимательства в Алтайском крае позволяет констатировать на современном этапе положительные сдвиги. По состоянию на 2019 г. наработано достаточно механизмов государственно-частного партнёрства, распространяемых практически на всей территории региона. Статистика за период 2010-2019 гг. позволяет отметить стабильный устойчивый прирост по количеству выданных поручительств и кредитов для алтайских предпринимателей. Вместе с тем, по-прежнему остаются актуальными задачи повышения социально-экономической эффективности предпринимательства, кредитной и инвестиционной поддержки. Описанные выше противоречия повышают актуальность проблемы развития малого предпринимательства в Алтайском крае и обуславливают необходимость поиска факторов развития и направлений поддержки этой отрасли

Существенную роль в развитии Алтайского края, может сыграть рост малого предпринимательства, поэтому особое внимание нужно уделять расширению границ малых предприятий. Тем самым повышать статус Алтайского края.

В соответствии с данными единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.08.2019 года на территории Алтайского края зарегистрировано 75,4 тыс. хозяйствующих субъектов. Большая их часть представлена индивидуальными предпринимателями – 43,6 тыс. единиц (57,8 %) и микропредприятиями – 29,1 тыс. единиц (38,6 %).

Количество малых и средних предприятий менее значительно – 2,5 тыс. единиц (3,3 %) и 0,25 тыс. единиц (0,3 %) соответственно.

Деятельность субъектов предпринимательства оказывает существенное влияние на социально-экономическое развитие края. По итогам 2018 года к данной категории относились 77,2% хозяйствующих субъектов, занятых в сельском и лесном хозяйствах; 83,0 % – в обрабатывающих производствах; 79,5 % – в строительстве; 83,2% организаций гостиничного бизнеса и предприятий общественного питания; 83,1 % компаний, осуществляющих деятельность в области транспортировки и хранения; 83,0 % предприятий сферы торговли и ремонта авто- и мототранспортных средств.

Численность занятых в сфере малого и среднего предпринимательства края, включая индивидуальных предпринимателей, составляет 25,2 % от общей численности занятых в экономике региона или около 270 тыс. человек. Также субъекты предпринимательства формируют 45,0 % или 583,3 млрд. рублей оборота предприятий, 14,1 % или 15,5 млрд. рублей инвестиций в основной капитал, 21,8 % или 13,3 млрд. рублей налоговых поступлений в консолидированный бюджет.

Уровень развития сферы предпринимательства в Алтайском крае в сравнении с регионами Сибирского федерального округа и Российской Федерацией характеризуется следующими показателями: по количеству хозяйствующих субъектов Алтайский край занимает 4 место среди регионов Сибирского федерального округа, по инвестициям малых и микропредприятий – 3 место, по обороту малых и микропредприятий – 4 место.

Немаловажными являются и новые подходы к оказанию государственной поддержки. В данном направлении анализ нормативно правовой и законодательной базы позволил выявить ряд положительных направлений.

1. В соответствии с нормативными документами Министерства экономического развития Российской Федерации с 2017 года государственная поддержка ориентирована на формирование новой системы сопровождения и развития малого бизнеса, основанной на удобных сервисах для начала и

ведения предпринимательства. В главном порядке денежные средства федерального бюджета направляются на увеличение сети региональных объектов и поддержки малого бизнеса. Более 140 инфраструктур включает в себя региональная система отечественной поддержки предпринимателей, направленных, на неограниченный круг хозяйствующих субъектов, так и узкоспециализированные (КГБУ «Алтайский бизнес-инкубатор», МБУ «Бийский бизнес-инкубатор», КГБУ «Алтайский центр кластерного развития», КГБУ «Алтайский центр инноваций социальной сферы и др.).

2. Для повышения качества предоставляемых услуг, управленцы Центра Алтайского края поддержки предпринимательства и регионального центра поддержки экспорта, в 2017 году прошли обучение в рамках образовательных проектов малого предпринимательства, что позволило развернуть в крае обучение малого предпринимательства. Начали свое обучение люди, заинтересованные в расширении своего предприятия в том числе, в зарубежных странах, в соответствии с федеральными стандартами.

3. Министерство будет организовывать предоставление услуг «второй очереди», давать информацию о тренингах и вносить в электронную запись на участие в тренингах. Предоставлять по заданным параметрам информацию номенклатуре закупок конкретных и отдельных заказчиков, давать информацию органов государственной власти, органах местного управления, организовывать инфраструктуры поддержки малого предпринимательства.

4. Расширение доступа предпринимателей к заемным и кредитным ресурсам стало приоритетным направлением в рамках помощи государственной финансовой поддержки 2017 года. Для этого за счет краевого бюджета и федерального бюджетов будет увеличена капитализация Алтайского фонда микрозаймов и разработаны приоритетные категории для предоставления заемных ресурсов по оптимизированным условиям (ставки, сроки).

Поддержка предпринимательства в Бийске осуществляется по следующим направлениям:

1. оказание информационно-консультационной поддержки и совершенствование инфраструктуры поддержки предпринимательства;
2. имущественная и финансово-кредитная поддержка предпринимательства;
3. укрепление социального статуса и повышение престижа предпринимательской деятельности.

Малое и среднее предпринимательство в городе характеризуется высоким потенциалом роста, который определяется возможностями его развития по следующим перспективным направлениям:

1. развитие высокотехнологичных предприятий малого и среднего бизнеса;
2. развитие бизнеса в сфере туризма и индустрии гостеприимства;
3. развития бизнеса по оказанию транспортных и логистических услуг и соответствующей бизнес-инфраструктуры (информационные, маркетинговые, консалтинговые, сервисные услуги и т.д.);
4. торговля, общественное питание, бытовые и иные платные услуги, оказание которых не требует больших инвестиционных вложений;
5. развитие малых предприятий, оказывающих социальные услуги по государственным и муниципальным заказам, формирование рынка платных социальных услуг.

Основные показатели деятельности малых и средних предприятий г. Бийска за 2019 год: строительство 6,8%; транспорт и связь – 10,6%; операции с недвижимостью 13,5%; оптовая и розничная торговля 40,4%; промышленное производство 11,3%; прочее 17,4%.

По данным Бийского отдела государственной статистики среднесписочная численность работников малых предприятий города за отчетный период составила 16 600 чел., на средних и крупных – 41 500 чел. По оценке Администрации города в Бийске в найме у индивидуальных предпринимателей находилось 12 100 чел.

Таким образом, общее число жителей города, занятых в малом и среднем бизнесе с учетом количества индивидуальных предпринимателей, составило 74 500 человек.

Доля занятых в малом и среднем бизнесе бийчан составляет 47 % от общей численности занятых в экономике, доля налоговых и неналоговых поступлений от субъектов малого и среднего предпринимательства в собственных доходах городского бюджета – 24,7 %.

Основные мероприятия по содействию развитию малого и среднего предпринимательства реализовывались в рамках муниципальной программы «О поддержке и развитии малого и среднего предпринимательства в г. Бийске» на 2018-2022 годы.

Вместе с тем, уровень развития в городе МСП, связанного с материальным производством и другими неторговыми отраслями, невысок. В сфере торговли занято 40,4% от общего количества субъектов предпринимательства. Производственные издержки при организации торгового процесса значительно ниже, чем в промышленности, поэтому формирование бизнеса в этой сфере требует относительно небольших средств и остается более привлекательным. Существует проблема дефицита собственных средств, необходимых для развития бизнеса. Возникает потребность привлечения заемных и иных источников финансирования.

Список использованных источников

1 Федеральный закон от 24.07.2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. от 03.07.2016).

2 Бондаренко, И.С. Меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в РФ в сравнении с зарубежными странами / И.С. Бондаренко, Е.В. Чайкина // Актуальные вопросы современной экономики. – 2018. – № 3. – С. 93-100.

3 Гончарова, О.Ю. Государственная поддержка малого предпринимательства на региональном уровне и направления ее совершенствования / О.Ю. Гончарова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2016. – № 58. – С. 87-92.

4 Закон Алтайского края от 17.11.2008 № 110-ЗС «О развитии малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае».

5 Официальный сайт Министерства экономического развития Алтайского края // <http://www.econom22.ru>

6 <https://www.rbc.ru/economics/05/02/2019/5c5948c59a794758389cfd7>

7 <https://akstat.gks.ru/folder/33822>

8 <http://www.gorod.biysk.ru/image/work12258.pdf>

9 https://gks.ru/small_business