

26 апреля 2018 г., 17.00, ауд. 426а г.к.

Научный руководитель – Казанцева Л.Г., к.г.н., доцент каф. ЭТиП

Секретарь – Бессонов Е.Н., к.э.н., доцент каф. ЭТиП

СОДЕРЖАНИЕ

1. [ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ АЛТАЙСКОГО КРАЯ](#)
Гаврилов Е.Ю. – студент гр. ТТП-41
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 3
2. [ОТКРЫТИЕ ТВОРЧЕСКОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИРНАЯ КУХНЯ В Г. БАРНАУЛЕ»](#)
Коркина А.Ю. – студент гр. ЭБУ(з)-51, Коркин М.В. – студент гр. Тр1713
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова
Алтайская академия гостеприимства (г. Барнаул) 6
3. [ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР «БЕЛОКУРИХА» И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА АЛТАЙСКОГО КРАЯ](#)
Исаева Е.В. – студент гр. ТТП-41
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 8
4. [РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО ОРГАНИЗАЦИИ АВТОБУСНОГО МАРШРУТА «БАРНАУЛ – БИРЮЗОВАЯ КАТУНЬ»](#)
Зинец А.Ю. – студент гр. ТТП-41
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 10
5. [РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОБОРУДОВАНИЯ И УСЛУГ В СИСТЕМЕ «УМНЫЙ ДОМ» В Г. БАРНАУЛЕ](#)
Киникеев Т. Д., Ободец Д. В. – студенты гр. Ин-72
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул) 12
6. [РЫНОК АУДИОРЕКЛАМЫ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ](#)
Штольц К.Ю. – студент, гр. МС-51,
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 15
7. [АНАЛИЗ РЫНКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ДОМАШНЕЙ БУХГАЛТЕРИИ](#)
Стратулат А. В. – студент гр. ПС-41
Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул) 17

8. [УСЛУГИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ МАРШРУТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ Г. БАРНАУЛА НА ПРИМЕРЕ ООО «БАРНАУЛЬСКАЯ ХАЛВИЧНАЯ ФАБРИКА»](#)
Юрченко А.С. – студент гр. ТТП-41
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 20
9. [ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА НА РЫНКЕ ПОДЕРЖАННЫХ АВТОМОБИЛЕЙ](#)
Чесноков И.А., Тынянов Н.С. – студенты гр. ЭМ-53
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 23
10. [АУТСОРСИНГ И ЕГО РАЗВИТИЕ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ](#)
Рехтина А.П. – студент гр. ПИ-62
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 25
11. [ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ АВТОГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «АВТО-РИТЕТ»](#)
Тынянов Н.С., Чесноков И.А. – студенты гр. Эм-53
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 28
12. [РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПО СОЗДАНИЮ ТОЧКИ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ “GRILLCUSTOM”](#)
Переверзев К.О. – студент гр. Ин-72
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул) 32
13. [ПРОИЗВОДСТВО СИДРА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ НА ПРИМЕРЕ ООО «МПА-1»](#)
Тищенко И.А. – студент гр. ПРС-43
Алтайский государственный технический университет им.И.И. Ползунова (г. Барнаул) 34

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Гаврилов Е.Ю. – студент гр. ТТП-41

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Деловой климат (предпринимательский климат, инвестиционный климат, бизнес-климат) представляет собой неотъемлемый элемент инновационной системы как национального, так и регионального уровня. Развитие инвестиционной сферы, наличие благоприятной экономической и правовой среды для деятельности инновационных предприятий в регионах способствуют обеспечению устойчивой динамики экономического роста за счет выпуска отечественной конкурентоспособной наукоемкой продукции. Деловой климат развивается в первую очередь на территориях субъектов и муниципальных образований РФ, поэтому немаловажную роль в активизации инвестиционного климата играет соответствующая инфраструктура, обеспечивающая достаточные условия для развития предприятий-инвесторов на региональном уровне [1].

Понятие и состав объектов делового климата трактуется различными авторами по-разному. Согласно базовому определению, деловой климат (предпринимательский климат, инвестиционный климат, бизнес-климат) – это совокупность внешних (не зависящих от фирмы) условий предпринимательской деятельности, определяющих инвестиционные решения фирм. В разных источниках деловой климат трактуется как [2]:

- «... институциональные, политические и регулятивные условия, в которых действует фирма» (DollarD., Hallwart-DriemierM., MengistaeT. “Investment Climate and Firms Performan ce in the Development Economies”. WorldBank, 2003.);

- «... условия, обеспечиваемые государством для развития предпринимательства» (Inter-American Development Bank, 2003);

- «... набор факторов, характерных для данной страны и определяющих возможности и стимулы фирм к активизации и расширению масштабов деятельности, путем осуществления продуктивных инвестиций, созданию рабочих мест, активному участию в глобальной конкуренции» (Всемирный Банк, Доклад о мировом развитии, 2005);

- «Инвестиционный климат – широкий набор политических, экономических, юридических и материальных факторов, которые определяют преимущества данной страны для иностранных инвестиций, а также склонность национальных фирм всех размеров и отраслей инвестировать в развитие.» (Lauren M. Phillips, «Growth and the Investment Climate: Progress and Challenges for Asian Economies»);

- «... совокупность находящихся под влиянием властей универсальных условий для хозяйственной деятельности и инвестиций, определяемых местным хозяйственным регулированием, традициями и практикой хозяйственных отношений, влияющих на принятие хозяйственных решений об изменении масштабов и характера производства» (Б.С. Жихаревич «Методы оценки параметров хозяйственного климата и разработки программы его улучшения»).

Несмотря на разнообразие мнений, можно выделить основные компоненты делового климата региональной инфраструктуры:

- макроэкономические условия;
- доступ к факторам производства (финансирование, инфраструктура, доступность квалифицированной рабочей силы и т. п.);
- базовые условия налогообложения;
- формальное государственное регулирование, административные барьеры;
- состояние неформальных институтов: коррупция, безопасность, деловая практика, судебная система и др.;
- взаимоотношение бизнеса и общества.

Говоря об Алтайском крае, необходимо отметить, что данный регион по целому ряду

параметров инвестиционной деятельности относится в России к числу лидеров. Одним из показателей инвестиционной активности региона наряду с масштабами производства инновационной продукции и потенциалом использования инноваций является наличие соответствующей инвестиционной инфраструктуры.

В 2017 году была создана Некоммерческая организация «Алтайский фонд развития малого и среднего предпринимательства» (Алтайский фонд МСП), которая объединила объекты инфраструктуры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства: Центр бизнес-инкубирования, Центр поддержки экспорта, Центр инноваций социальной сферы, Центр поддержки предпринимательства, Центр предоставления гарантий. Комплексная система поддержки направлена на предоставление субъектам малого и среднего предпринимательства:

- поручительства по банковским кредитам, договорам финансовой аренды (лизинга), банковским гарантиям, займам, в случае недостаточности у субъектов МСП и организаций инфраструктуры поддержки субъектов МСП залогового обеспечения при получении финансовых ресурсов;
- сопровождение бизнес-проектов на ранней стадии их деятельности, при которой срок деятельности субъекта малого предпринимательства с момента государственной регистрации до момента подачи заявки на участие в конкурсе на предоставление в аренду помещений и оказания услуг бизнес-инкубатором не превышает трех лет;
- стимулирование и вовлечение субъектов малого и среднего предпринимательства во внешнеэкономическую деятельность;
- внедрение инновационного подхода к решению социальных проблем региона;
- содействие в продвижении и реализации социально направленных проектов, поддержка социального предпринимательства и деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций.

Производственно-технологическая составляющая представлена в регионе Бийским бизнес-инкубатором, научно-технологическим парком «Экопарк» Алтайского государственного университета, Алтайским центром кластерного развития, технологическими кластерами (биофармацевтический кластер, кластер аграрного машиностроения, кластер энергомашиностроения и энергоэффективных технологий, полимерный композитный кластер, кластер промышленных биотехнологий, региональный молочный кластер), центрами молодежного инновационного творчества – ЦМИТами «ЭВРИКА», «Политех», «ИнтерКОТ», «СоЗДатель», «Ползунов» и Центром коллективного пользования «Нано-Био-Инжиниринг».

Цель деятельности Алтайского центра кластерного развития – содействие инновационным предприятиям-участникам региональных кластеров в поиске своей ниши в структуре экономики края. За данным центром также закреплено оказание помощи участникам в использовании предоставляемых кластерной моделью и государственной поддержкой преимуществ с максимальной эффективностью. [4]

Экспертно-консалтинговая структура представлена деятельностью следующих организаций:

- Алтайский региональный центр трансфера инновационных технологий;
- Алтайская школа социального предпринимательства (юридические консультации, бухгалтерское сопровождение, бизнес-планирование, маркетинговое сопровождение, продвижение проектов в сети Интернет, франчайзинговая деятельность, помощь во взаимодействии с органами власти);
- Алтайский краевой центр новых информационных технологий.

Финансово-кредитная структура представлена в крае средствами регионального бюджета, конкурсами и грантами Губернатора Алтайского края на поддержку инновационной деятельности субъектов малого и среднего бизнеса («Интеллектуальный

капитал Алтай», «Новый Алтай»), содействием по использованию лизинга, предоставлением займов и выполнением своих полномочий «Алтайским фондом микрозаймов» [5].

Подготовка кадров, их переподготовка и повышение квалификации входят в компетенцию высших учебных заведений, находящихся в крае, а также осуществляются Акционерным обществом «Федеральный научно-производственный центр «Алтай» (г. Бийск). Регион позиционирует себя как ведущий на евразийском пространстве центр, осуществляющий подготовку кадров более чем по 200 специальностям, в вузах края разработан и реализуется ряд стратегических программ, получивших федеральную поддержку и направленных на подготовку специалистов для инновационной экономики [6].

На официальном сайте Алтайского краевого инновационного банка данных даже незарегистрированным пользователям предоставлен полный доступ к различным информационным источникам. Как начинающий инноватор, так и опытный предприниматель могут ознакомиться с инновациями, представленными в крае, инновационной инфраструктурой, мерами поддержки и развития инновационной деятельности, а также с другими материалами, представляющими интерес для субъектов малого и среднего предпринимательства [7].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что инвестиционная инфраструктура Алтайского края представлена практически всем комплексом объектов и обеспечивает достаточные условия для реализации инновационной деятельности в рамках региона. Однако работа по формированию эффективной инфраструктуры края по-прежнему остается одной из приоритетных задач региональной инновационной политики. Это обусловлено не только потенциальным улучшением экономического благосостояния региона, но и социальными интересами граждан, а также в целом можно отметить, что бизнес смотрит в будущее с определённым оптимизмом и расширяет горизонт прогнозирования.

Список использованных источников:

1. Российский союз промышленников и предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rspp.ru/library/view/46?s>, свободный – Загл. с экрана – Дата обращения 01.04.2018.
2. Институт статистических исследований и экономики знаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/analitdata>, свободный – Загл. с экрана. – Дата обращения 01.04.2018.
3. Центр бизнес-инкубирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abi22.ru/index.php/ob-inkubatore/missiya-tseli-zadachi>, свободный – Загл. с экрана – Дата обращения 01.04.2018.
4. Алтайский Центр Кластерного Развития [Электронный ресурс] // - Режим доступа: http://www.altkibd.ru/ackr/altayskiy_tskr/vidy_deyatelnosti, свободный – Загл. с экрана – Дата обращения 01.04.2018.
5. Алтайский фонд микрозаймов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.altfond.ru/afm/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 09.04.2018.
6. Алтайский фонд МСП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.altfond.ru/agf/CISS/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.
7. Алтайский Краевой Инновационный Банк Данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.altkibd.ru/ipassport/innovatsionnyy_bank_dannykh_altayskogo_kraya/istoriya-uspekha.php/, свободный – Загл. с экрана – Дата обращения 11.04.2018.

ОТКРЫТИЕ ТВОРЧЕСКОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИРНАЯ КУХНЯ В Г. БАРНАУЛЕ»

Коркина А.Ю. – студент гр. ЭБУ(з)-51, Коркин М.В. – студент гр. Тр1713
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)
Алтайская академия гостеприимства (г. Барнаул)

Бизнес-проект «Ювелирная кухня» разрабатывается и реализуется в рамках проектной деятельности Студенческого бизнес-клуба АлтГТУ им. И.И. Ползунова с 2015 года, был представлен на XIII Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь – 2016», в подсекции «Ты – предприниматель» в 2016 году [1], а также был презентован на конкурсе «Молодой предприниматель Алтая – 2017» [2]. В 2018 году проект вышел на новый уровень реализации: 31 января, в международный день ювелира, состоялось открытие Творческого центра «Ювелирная кухня» в г. Барнауле на базе мастерской первого ювелира на Алтае Бориса Михайловича Пластовского по адресу проспект Комсомольский, 114 [2-4]. До этого момента «Ювелирная кухня» располагалась в Берёзовке Первомайского района.

Творческий центр «Ювелирная кухня» – это музей и мастерская, где любой житель и гость краевой столицы сможет узнать об истории ювелирного дела на Алтае, познакомиться с технологией плавки драгоценных металлов, а на мастер-классах под чутким руководством профессионалов изготовить для себя авторское изделие своими руками (Рис. 1). Первый мастер-класс посвятили изготовлению серебряной цепочки. Посетители пробовали плавить драгоценный металл, а заодно узнали о том, как непроста работа ювелира. Другой творческий урок посвящён свадебным традициям – молодожёны сами для себя могут изготовить обручальные кольца [2].



Рисунок 1. Мастер-классы по плавлению драгоценных металлов и изготовлению ювелирных украшений [2]

Эта творческая лаборатория появилась в память о первом советском ювелире Алтайского края Б.М. Пластовском. В этом доме, на этом самом месте, он работал, создавал украшения, о красоте которых потом слагали легенды. Сейчас, когда ручная работа уступает свои позиции заводским изделиям, профессия ювелира становится всё более эксклюзивной [4]. Таким образом, открытие творческой мастерской именно в этом здании произошло не случайно (хотя найдено это место было как раз-таки случайно), здесь, творил и трудился основатель ювелирного дела на Алтае Борис Михайлович Пластовский, человек с золотыми руками. В его личной мастерской можно было создать и отремонтировать все от ювелирного изделия до раритетных часов. В совершенстве знал часы, очень хорошо рисовал, за свою жизнь в совершенстве освоил 18 профессий: водолаз, подводник, авиационный техник, часовщик, гравер, художник, сантехник, электрик, сварщик, моделестроитель, токарь, профессиональный фотографом и др. Ювелирное дело изучил самостоятельно. Первое

кольцо, было уникальное, изготовленное из самородка, хотя в то время даже весов не было. Заказчица осталась довольна. Со временем своими руками сделал весы, а так же изобрел бензиновую горелку.

В Творческом центре «Ювелирная кухня» г. Барнаула планируется оказание комплекса современных качественных услуг в сфере ювелирного искусства, ювелирного производства и ремесленного мастерства, в виде следующих МАСТЕР-КЛАССОВ:

- Мастер-класс «Основы ювелирного дела»;
- Мастер-класс «Изготовление обручальных колец» своими руками из золота или серебра;
- Мастер-класс «Плавление серебра открытый» (социальный);
- Мастер-класс «Плавления серебра»;
- Мастер-класс по профориентации «Ювелир – это профессия»;
- Мастер-класс «Гравировка на металле» (золото, серебро);
- Мастер-класс «Изготовления ювелирных изделий» из золота и серебра;
- Мастер-класс «Ювелирный выходной» (изготовление ювелирных изделий из металла);
- «Ювелирный коворкинг».

Профессия ювелира является, по истине, уникальной и даже экзотичной. Поскольку в нашей стране практически нет специальных учебных заведений для ювелиров и этому древнему и тонкому искусству можно научиться только у практикующих мастеров. Все участники мастер-класса получают возможность почувствовать себя настоящим мастером-ювелиром, увидеть, где и как создаются ювелирные украшения и открыть в себе знания и силы, чтобы подчинить своей воле магию драгоценных металлов, узнать тонкости изготовления настоящего серебряного кольца от процесса подготовки к плавлению металла до полировки изделия. Кроме того, мастер бренда «Ювелирная кухня» поделится практическими советами по правильному подбору ювелирных украшений и уходу за ними, расскажет, как отличить настоящий металл или камень от имитации, что влияет на цену ювелирного украшения, каковы тенденции ювелирной моды и многое другое.

Творческий центр «Ювелирная кухня» – это инженерный, инновационный, социальный проект, имеющий историческую значимость для г. Барнаула и Алтайского края, а также высокую актуальность для развития туристско-рекреационного потенциала региона [5]. Благодаря его реализации сохранена мастерская первого ювелира на Алтае, а созданный на ее базе музей представляет собой важный объект культурно-исторического наследия, туризма, инженерного творчества, социальных инноваций.

Список использованных источников

1. XV Всероссийская научно-техническая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых "Наука и молодежь - 2016". Секция «Экономика и финансы». Подсекция «Ты – предприниматель» [Электронный ресурс] // Горизонты образования. – Режим доступа: <http://edu.secna.ru/publication/5/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.
2. За драгоценными блюдами – на «Ювелирную кухню» [Электронный ресурс] // Краевой дворец молодежи. – Режим доступа: <http://altaikdm.ru/page/za-dragocennymi-bljudami-na-juvelirnuju-kuhnju>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.
3. Сварили серебро [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vGM2Yd57ZpI&feature=youtu.be>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.
4. В Барнауле будут проводить мастер-классы по созданию ювелирных украшений [Электронный ресурс] // Вести Алтай, 13:13 / 01 февраля / 2018. – Режим доступа: <https://vesti22.tv/news/v-barnaule-budut-provodit-master-klassy-po-sozdaniyu-yuvelirnyh-ukrasheniy>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.

5. Турист Алтай. Нам с Вами по пути [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.touristaltaya.ru/jewellery-workshop>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.

ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР «БЕЛОКУРИХА» И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Исаева Е.В. – студент гр. ТТП-41

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Кластер – это группа организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства продукции (услуги), ее реализации или потребления ресурсов.

Главное отличие кластера в туристской сфере от всевозможных прочих – в его маршрутной территориальной организации. Туристский маршрут и соответствующий ему туристский поток связывает объекты, превращая их конкуренцию во взаимодействие внутри системы. Именно туристский поток формирует кластер в независимости от того, является доминирующим объект инфраструктуры, например, определенный отель или объект туристического интереса, например, горнолыжный комплекс).

Основной целью создания туристских кластеров является повышение популярности и конкурентоспособности территории на туристическом рынке за счет синергетического эффекта. Помимо этого появление подобной экономической зоны, несомненно, повышает эффективность работы предприятий и организаций, входящих в кластер и стимулирует развития новых направлений. Создание туристско-рекреационного кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование имиджа региона.

Алтайский край в последние годы превратился в интенсивно формирующийся туристско-рекреационный регион. По сравнению с 2007 годом в 2011 году количество туристов, посетивших Алтайский край, возросло в 1,3 раз и составило 1295 тысячи человек. Темпы роста складывающейся индустрии туризма, рекреации и оздоровления опережают среднероссийские и позволяют оставаться одним из стратегических направлений развития региона.

Согласно стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года одним из четырех приоритетных направлений является создание в Алтайском крае туристско-рекреационного комплекса международного значения. Основным механизмом развития краевого туризма станет формирование крупных туристических зон. Это обеспечит инновационное развитие сопряженных с туризмом видов экономической деятельности.

Одним из наиболее крупных туристско-рекреационных кластеров Алтайского края на сегодняшний день является курорт «Белокуриха», расположенный на территории города-курорта федерального значения Белокурихи, Смоленского и Алтайского районов. По территории кластера проходят популярные туристские маршруты «Малое Золотое кольцо Алтая», «Большое Золотое кольцо Алтая», он расположен недалеко от действующей особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» и игровой зоны «Сибирская монета».

В состав туристско-рекреационного кластера «Белокуриха» входят: туристические фирмы, санатории, гостиничные комплексы, курортная поликлиника, оздоровительный центр «Водный мир», туристический комплекс «Сибирское подворье», ранчо, конференц-холл, собственный производственный комплекс, ледовые катки, волейбольные площадки, теннисные корты, терренкуры и т.д. Помимо оздоровительных процедур кластер предлагает туристам посещение природных достопримечательностей, а также широкий спектр развлечений для всех возрастных категорий. На территории курорта находится бильярдные залы, ночные клубы, огромное количество магазинов, ресторанов и сувенирных лавок. Также

для туристов действует прокат горнолыжной атрибутики в зимние месяцы, а в летние предоставляется возможность посещения открытых бассейнов.

Стремительно увеличивающийся поток туристов и наличие уникальных ресурсов для развития индустрии услуг и товаров, связанных с оздоровлением, питанием, косметологией, способствует развитию предпринимательства в данной экономической зоне. По итогам 6 месяцев 2014 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства в городе составляло 885, что на 16 субъектов больше, чем в аналогичном периоде 2013 года. Доля занятых на малых и средних предприятиях от среднегодовой численности занятых в экономике муниципального образования увеличилась, если за первое полугодие 2013 года она составляла 31,1%, то за аналогичный период 2014 года - 32,5%. Очевидно увеличение благоприятных показателей.

Согласно муниципальной программе "Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в городе Белокурихе на 2015 - 2020 годы" доля налоговых поступлений от малого предпринимательства в общем объеме поступлений налоговых платежей и сборов по городу увеличивается с каждым годом. Также наблюдается динамика количества и численности занятого населения на малых и средних предприятиях города Белокурихи, увеличение выпуска продукции (работ, услуг) малыми предприятиями.

До 2020 года планируется:

1. Субсидирование процентной ставки по кредитам, выданным субъектам малого и среднего предпринимательства;
2. Предоставление грантов начинающим субъектам малого предпринимательства;
3. Возмещение затрат на технологическое присоединение к электросетям субъектам среднего и малого предпринимательства до 50% затрат (не более 200,0 тыс. рублей на 1 субъект малого и среднего предпринимательства);
4. Организация и проведение обучения субъектов малого и среднего предпринимательства в рамках повышения образовательного уровня в сфере правового и финансового обеспечения;
5. Проведение конкурсов среди субъектов малого и среднего предпринимательства, проведение мероприятий ко Дню города и Дню российского предпринимательства.

Стратегия социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года одной из задач приоритетного развития Алтайского края ставит формирование высокоразвитого многофункционального туристско-рекреационного комплекса международного уровня, ориентированного на предоставление туристических и лечебно-оздоровительных услуг широкому кругу отечественных и зарубежных рекреантов в различных ценовых сегментах, а так же формирование в крае конкурентоспособных на мировом рынке территориальных кластеров в туристско-рекреационном комплексе. Это значит, что для предпринимателей региона открыто широкое поле для осуществления своей деятельности.

Список использованных источников:

1. Туристско-рекреационный кластер «Белокуриха» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Алтайского края. – Режим доступа: <http://www.altairegion22.ru/info/tour/turistsko-rekreationsnyy-klaster-belokurikha.php>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 08.04.2018.
2. Роль туристических кластеров в развитии туристической индустрии [Электронный ресурс] / Студопедия. – Режим доступа: https://studopedia.su/10_80300_rol-turisticheskikh-klasterov-v-razviti-turisticheskoy-industrii.html, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 08.04.2018.

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО ОРГАНИЗАЦИИ АВТОБУСНОГО МАРШРУТА
«БАРНАУЛ – БИРЮЗОВАЯ КАТУНЬ»

Зинец А.Ю. – студент гр. ТТП-41

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» является экономической зоной туристско-рекреационного типа, создана в Алтайском крае постановлением Правительства РФ от 3 февраля 2007 года, расположена в живописном месте предгорий Алтая на левом берегу Катуни со стороны Алтайского края и занимает площадь 3326 га.

«Бирюзовая Катунь» – популярное место отдыха на Алтае. Туристская зона динамично развивается, а ежегодное количество туристов, посещающих комплекс, неуклонно растет. Секрет популярности Бирюзовой Катуни заключается в сочетании развитой туристской инфраструктуры и уникальности природных условий. Отдых на «Бирюзовой Катуни» соединяет в себе разные компоненты: пляжный, активный, экскурсионный, познавательный, оздоровительный, что делает его привлекательным для любой категории туристов. «Бирюзовая Катунь» привлекает туристов своими уникальными природными и рукотворными достопримечательностями. Природа и история щедро одарили территории Бирюзовой Катуни, здесь находятся несколько интереснейших памятников природы Алтая: «Большая Тавдинская пещера», Грот Ихтиандра, Арка желаний, «Долина гротов», – и более 10 памятников археологии: древние курганные захоронения, артефакты и находки, принадлежащие разным эпохам, которые превращены в объекты музейного показа в археологическом парке «Перекресток миров».

На территории создано более 800 мест размещения различных категорий, это палаточные лагеря, летние домики, гостиницы различного уровня комфорта, количество которых ежегодно растет. Также здесь расположены пункты общественного питания: кафе, рестораны, столовые самообслуживания и др. В любую точку Бирюзовой Катуни можно попасть по асфальтированным дорогам, территория имеет ночное освещение [1].

Актуальность организации автобусного маршрута «Барнаул – Бирюзовая Катунь» обусловлена тем, что с каждым годом поток туристов в этом направлении имеет тенденции к увеличению. Данный туристический объект притягивает посетителей своим разнообразием и количеством развлечений. Он актуален в любое время года, как летом, так и зимой.

Маршрут будет проходить по городу Барнаулу и по федеральной трассе Чуйский тракт/Р-256, его длина около 300 км [2]. Во время движения запланирована одна остановка для отдыха и приема пищи в с. Сростки. Время маршрута составит 4 часа 10 минут. Общий пробег составит 310 км. Техническая скорость движения ПС составит 60 км/ч. Эксплуатационная скорость равна 38 км/ч. Скорость сообщения – 71 км/ч.

Из Барнаула до «Бирюзовой Катуни» можно добраться следующими автобусными маршрутами [3]:

1. Новосибирск – Чемал, цена билета до места назначения равна 772 руб.;
2. Барнаул – Мультя, цена билета до места назначения равна 640 руб.;
3. Барнаул – Чемал, цена билета до места назначения 630 руб.;
4. Барнаул – Онгудай, цена билета до места назначения равна 580 руб.;
5. Новосибирск – Чемал, цена билета до места назначения равна 630 руб.

Также можно воспользоваться частными транспортными организациями, которые предоставляют аренду ТС с водителем. В Барнауле существует 54 транспортных компаний осуществляющие данные услуги. Стоимость аренды исходит из нескольких показателей:

- расстояние до пункта назначения (от 30 руб/км);
- почасовая работа по городу (~3000 руб/час);
- простой автомобиля (~3000 руб/сутки) [4].

XV Всероссийская научно-техническая конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь»

На основании анализа конкурентов были определены оптимальные параметры подвижного состава (ПС) и стоимость проезда. ПС будет включать одно транспортное средство в виде автобуса HigerKLQ 6928 Q вместимостью 35 мест и одного водителя. Автобус оснащен микрофоном, холодильником и туалетом [5]. Выбор был осуществлен с целью обеспечения максимального комфорта пассажиров и оптимальных затрат для предпринимателя, работающего на данном маршруте. Экономические показатели бизнес-проекта представлены в таблице 1.

Таблица 1. План-прогноз доходов и расходов.

Квартал	1	2	3	4	5	6	7	8
Доходы:								
Выручка с продаж	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р
Итого за квартал	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р	960 000,00 Р
Итого нараст. итогом	960 000,00 Р	1 920 000,00 Р	2 880 000,00 Р	3 840 000,00 Р	4 800 000,00 Р	5 760 000,00 Р	6 720 000,00 Р	7 680 000,00 Р
Расходы:								
Стоимость ТС	3 500 000,00 Р							
Тахограф	45 000,00 Р							
Расходы ГСМ	216 000,00 Р	216 000,00 Р	216 000,00 Р	216 000,00 Р	216 000,00 Р	216 000,00 Р	216 000,00 Р	216 000,00 Р
Расходы на ТО	100 000,00 Р	100 000,00 Р	100 000,00 Р	100 000,00 Р	100 000,00 Р	100 000,00 Р	100 000,00 Р	100 000,00 Р
Реклама	100 000,00 Р							
Страхование ТС	15 000,00 Р				15 000,00 Р			
Взнос ИП в ПФР	16 964,00 Р	16 964,00 Р	16 964,00 Р	16 964,00 Р	16 964,00 Р	16 964,00 Р	16 964,00 Р	16 964,00 Р
Налоги	6 075,00 Р	6 075,00 Р	6 075,00 Р	6 075,00 Р	6 075,00 Р	6 075,00 Р	6 075,00 Р	6 075,00 Р
Итого за квартал	3 999 039,00 Р	339 039,00 Р	339 039,00 Р	339 039,00 Р	354 039,00 Р	339 039,00 Р	339 039,00 Р	339 039,00 Р
Итого нараст. итогом	3 999 039,00 Р	4 338 078,00 Р	4 677 117,00 Р	5 016 156,00 Р	5 370 195,00 Р	5 709 234,00 Р	6 048 273,00 Р	6 387 312,00 Р
Чистый доход за квартал	-3 039 039,00 Р	620 961,00 Р	620 961,00 Р	620 961,00 Р	605 961,00 Р	620 961,00 Р	620 961,00 Р	620 961,00 Р
Чистый доход нараст. итогом	-3 039 039,00 Р	-2 418 078,00 Р	-1 797 117,00 Р	-1 176 156,00 Р	-570 195,00 Р	50 766,00 Р	671 727,00 Р	1 292 688,00 Р
Чистый дисконтированный доход				-1 140 684,00 Р				2 098 517,40 Р
ЧДД нараст.итогом				-1 140 684,00 Р				957 833,40 Р
Срок окупаемости								1 год, 7 месяцев

Разработанный бизнес-проект позволяет решить вопрос самозанятости, путем создания нового субъекта предпринимательской деятельности, организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель. При осуществлении данного вида деятельности наиболее выгодной системой налогообложения является патент. При расчете доходов учитывалось, что рейсы осуществляются 1 раз в три дня в обоих направлениях, цена билета в один конец равна 640 руб., заполняемость автобуса – 25 мест. Финансирование бизнес-проекта осуществляется из собственных средств без привлечения внешних источников. Оценка эффективности бизнес-проекта произведена методом дисконтирования, при ставке дисконтирования 18% с учетом инфляции и премии за риск. Срок окупаемости проекта составляет 1 год и 7 месяцев.

Список использованных источников:

1. ОЭЗ ТРТ «Бирюзовая Катунь», управление Алтайского края по туризму, курортному делу, межрегиональным и международным отношениям [Электронный ресурс] // - режим доступа: <http://alttur22.ru/pages/oez-trt-biryuzovaya-katun>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 12.04.2018.
2. Расстояние Барнаул Бирюзовая Катунь [Электронный ресурс] // Расстояние между городами. – Режим доступа: <http://rastoyanie.info/russia/barnaul/marshrut-barnaul-biryuzovaya-katun.html>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 12.04.2018.
3. Расписание и билеты [Электронный ресурс] // Барнаульский автовокзал. – Режим доступа: <http://www.avtovokzal.ru/rasp/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 12.04.2018.

4. Стоимость услуг аренды автомобилей и автобусов [Электронный ресурс] . – Режим доступа: <http://avtoritet22.ru/tarify-perevozka/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 12.04.2018.

5. Автобус HigerKLQ 6928 Q [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.higer.ru/higer-6928>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 12.04.2018.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОБОРУДОВАНИЯ И УСЛУГ В СИСТЕМЕ «УМНЫЙ ДОМ» В Г. БАРНАУЛЕ

Киникеев Т. Д., Ободец Д. В. – студенты гр. Ин-72

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Любому человеку необходим собственный дом, который послужил бы ему настоящей крепостью. В наш век инноваций появилась технология «умный дом», облегчающая жизнь человека и делающая жизнь в доме гораздо комфортнее. «Умный дом» – это единая система, распознающая определенные ситуации, возникающие в жилище и на его территории, и определенным образом реагирующая на них. В систему могут быть объединены следующие компоненты: центр управления, климатический контроль, кухонные приборы, механизмы обеспечения безопасности, приборы видеонаблюдения и многое другое. Кроме комфорта, «умный дом» обеспечивает экономию денежных средств, так как электроэнергия расходуется до 40% меньше, а бытовые приборы служат намного дольше, поскольку их работа контролируется, и использование идет эффективнее [10].

Современные технологии позволяют осуществлять управление системой «умный дом» удаленно с помощью смартфонов или планшетов. Обычно управление происходит через специальное приложение на смартфоне или планшете, которое представляет собой простейший интерфейс в виде кнопок или регуляторов. Пользователь, взаимодействуя с данным приложением, отправляет команды на устройства, входящие в данную систему. Можно находиться в офисе или командировке и удаленно управлять освещением, сигнализацией, различными бытовыми приборами, открывать жалюзи и т.д. Возможна и автономная работа по заданным параметрам, а также обеспечение безопасности – при таких эксцессах, как прорыв воды или утечка газа, автоматика примет меры, уведомит владельца и/или соответствующие службы [10].

Цель данной работы – изучить предложения по установке системы «Умный дом» на рынке г. Барнаула. В процессе исследования была проведена классификация основных игроков рынка «умных домов». Ключевыми участниками в индустрии являются фирмы-поставщики (вендоры) оборудования для автоматизации и контроля, девелоперы и строительные компании, системные интеграторы и поставщики решений, консультанты, дизайнеры и архитекторы, производители оборудования.

К системным интеграторам и поставщикам решений относятся следующие компании: «SmartHouse», «TopSmart», «Дисиб», «Умный Дом-Алтай». Данные компании занимаются разработкой проектов инженерных систем, монтажными и пуско-наладочными работами этих систем, а также их обслуживанием. Основным направлением компании «SmartHouse», является создание интеллектуальных систем «Умный дом» под ключ, в Барнауле. Данная компания устанавливает проводные системы на базе оборудования от ведущего европейского производителя [6]. Отличием компании «TopSmart» является предоставление услуг дизайна интерьеров и мебели, тренингов по системам автоматизации, поставки инженерного оборудования [5]. Компания «Дисиб» отличается от предыдущих следующим спектром услуг: проектирование, монтаж, обслуживание и ремонт систем охранной и пожарной безопасности, энергосбережения [7]. Выше перечисленные компании разрабатывают для каждого клиента индивидуальный проект системы «Умный дом» при этом цена базового набора возможностей системы (управление освещением/отоплением;

контроль утечки воды; автоматизация по датчикам движения; сценарии: «охрана», «я ушел», «отопление – эконом», «отопление – комфорт» и другие; подключение в интерфейс видеокамер; удаленное управление; управление с выключателей, телефонов, планшетов) в среднем варьирует в пределах до 100 тыс. рублей.

Категорию девелоперов и строительных компаний представляют организации «Гринволд» и «СтройЛайн». Компания «Гринволд» занимается строительством коттеджей, обустройством домовладений под ключ, продажей комплектующих [8]. Компания «СтройЛайн» специализируется на строительстве, ремонте и отделке жилых и нежилых помещений и оказывает полный спектр услуг в следующих областях: возведение и отделка зданий; малоэтажное строительство; разработка дизайна помещений; ремонт, отделка квартир и офисов, коттеджей; реконструкция и перепланировка помещений; изготовление и монтаж пластиковых окон; монтаж дверей; установка натяжных потолков; электромонтажные, сантехнические работы [9]. Компании «СтройЛайн» и «Гринволд» предоставляют систему «Умный дом» как услугу в рамках перечня реализуемых монтажных работ. Стоимость услуги компании определяют отдельно в каждом конкретном случае в зависимости от требований заказчика.

В современное время популярны наборы для самостоятельного формирования систем домашней автоматизации, так называемые DIY (Do-It-Yourself), или «сделай сам», при этом среди готовых решений растет спрос на комплексные пакеты. Например, централизованное решение от компании EZVIZ предусматривает возможность обеспечения умными устройствами дома разного масштаба с разнообразным набором самих периферийных устройств. Подключение к главному блоку системы осуществляется по сети Wi-Fi. В комплект включены ряд тревожных датчиков (открытия двери, движения, протечки воды), а также видеокамеры, системы оповещения и сирены. Датчики работают автономно на основе элементов питания, без подключения к центральной сети питания. Управление системой безопасности осуществляется с помощью единого пульта управления [1].

Решение другого отечественного производителя Rubetek представляет собой один центр управления, который объединяет устройства в доме и управляет группой устройств одним нажатием кнопки. Управление всеми устройствами осуществляется в одном приложении. В любой момент можно добавить в приложение устройства других производителей. Компания постоянно увеличивает их ассортимент [3].

Аналогичный пакет умных устройств «LifeControl» был разработан компанией MegaLabs, являющейся дочкой компании «МегаФон». Линейка устройств включает розетки, датчики дыма, протечки и движения, дистанционно управляемые светодиодные лампы, датчики открытия/закрытия дверей и окон, Wi-Fi-камеры с автоматической записью при обнаружении движения или громком звуке, носимые на руке фитнес-трекеры и другие гаджеты. При этом контроль систем осуществляется с помощью мобильного интернета (посредством мобильного приложения, интернет-портала, SMS-сообщений, push-уведомлений или сообщений электронной почты).

Стоит заметить, что еще в 2012 году компания «Вымпелком» провела тестирование решения «Дом под присмотром» для массового рынка, похожего на технологию M2M (Machine-to-Machine), однако в то время услуга не пользовалась широким спросом. Пакет включал в себя набор датчиков (движения, открывания дверей, дыма, кнопки оповещения и светозвукового индикатора), объединенных с центральным модулем управления. Настройка и управление системой производилась через специальный веб-интерфейс.

Компания МТС еще в 2013 году внедрила систему удаленного мониторинга квартиры или загородного дома для оперативного оповещения о происшествиях в жилище «Умный дом – GSM-камера». Система управлялась с помощью специального приложения для смартфонов и планшетов и состояла из фотокамеры с датчиком движения, SIM-карты и беспроводных индикаторов открытия дверей и окон, протечек воды и датчиков дыма. При их срабатывании система рассылала СМС-оповещения пользователю, при этом он мог в любой

момент самостоятельно совершить звонок на фотокамеру и прослушать информацию о происходящем в доме, а также запросить снимки жилища и статус датчиков [2].

Научные исследования над проектом «Умный дом» ведутся на кафедре «Информационные технологии» не первый год, при активном участии студенческого бизнес-клуба АлтГТУ им. И. И. Ползунова. Студенческий проект «Интеллектуальные системы автоматизации «умный» дом», был представлен на конференции «Наука и молодежь» в подсекции «Ты – предприниматель» в 2015 году, пройдя перед этим успешную апробацию на Всероссийском Стартап-туре от фонда Сколково в г. Томске, а затем принял участие в конкурсе молодежных авторских проектов на Международном управленческом молодежном форуме «АТР. Алтай. Точки Роста. – 2015» [11].

Проанализировав рынок предложения оборудования и услуг в системе «умный дом» можно сделать вывод, что он ещё очень «молод» и только начинает расти. Все перечисленные в работе компании возникли сравнительно недавно, но, тем не менее, они могут предоставить большое разнообразие решений. Конечно, рынок расширяется, однако основной спрос создает «элитное» потребление – рынок России вряд ли будет обширным в ближайшее время. В основном это обусловлено консервативностью потребителей и достаточно высокой стоимостью, а большинство жителей не испытывает объективной потребности в подобных системах. Здесь играют роль два фактора: достаточно высокая стоимость ограничивает спрос, и «умный дом» остается привилегией жителей с высокими доходами; функциональность такой автоматики не является незаменимой, и «умный дом» занимает не слишком понятное положение в системе потребностей типичного жителя. Несмотря на это в отдалённой перспективе рынок систем и оборудования «умный дом» неуклонно будет расти, в связи с чем, необходимо работать над этой технологией уже сегодня.

По оценке Russia Internet of Things Market 2016-2020 Forecast, российский рынок «умных домов» будет увеличиваться в среднем на 21,3 % в год и, к 2020 году достигнет \$9 млрд. Объём мирового рынка систем достигнет \$60 млрд уже к 2021 году, согласно отчёту Research and Markets. Многие компании уже сегодня работают над технологиями умного дома, чтобы через несколько лет быть впереди остальных. Кому достанутся лавры победителя – ещё неясно, так как явного лидера в отрасли пока нет [4].

Список использованных источников:

1. EZVIZ Умный дом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ezviz.ru/smart_home, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.
2. Geektimes Умный дом: Развитие и тенденции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geektimes.ru/company/gsgroup/blog/267176/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.
3. Rubetek Объедините устройства в вашем доме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rubetek.com/how-it-works/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.
4. Rusebase Стоит ли выходить на российский рынок умных домов? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/longread/umnyj-dom-v-rossii/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.
5. TopSmart О нашей компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.top-smart.com/#>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.
6. Возможности системы "Умный дом" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://smarthoume.ru/возможности-умного-дома/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.
7. ДИСИБ О компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://disib.ru/company/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.

8. Компания «Гринволд» Умный дом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://гринволд.рф/umnyy-dom>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.

9. СТРОЙ ЛАЙН Система «Умный дом» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stroyline22.ru/umniy-dom.php>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.

10. Умный дом в российских реалиях: какие перспективы? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sovetyporemontu.ru/elektrika/umnyj-dom.html>. – Загл. с экрана. – Дата обращения 04.04.2018.

11. Холодилин Д.Ю., Танаджян Е.А. Реализация бизнес-проекта «интеллектуальные системы автоматизации «умный» дом» // Горизонты образования. – 2015. – Выпуск 17. – Режим доступа: <http://edu.secna.ru/publication/5/release/108/attachment/32/>, свободный.

РЫНОК АУДИОРЕКЛАМЫ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Щтольц К.Ю. – студент гр. МС-51

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Жизнь современного общества невозможно представить без рекламы. Реклама является двигателем торговли, основой любого бизнеса, ее значение возрастает практически во всех областях предпринимательской деятельности. Реклама обеспечивает и обостряет конкуренцию, расширяет выбор товаров для потребителей. Реклама также способствует расширению рынков сбыта, стимулирует ускорение обращения средств, этим она повышает общую эффективность функционирования национальных экономик в целом.

Аудиореклама появилась еще на заре прошлого века вместе с эпохой развития радио, и с этого времени она успешно конкурирует с визуальными представителями данной сферы услуг. Основным преимуществом рекламы на радио, является мобильность, так как радио следует за потребителем повсюду, сообщая новости, развлекая музыкой, подсказывая, какую покупку совершить. Также с помощью радиослушателей конкретной радиостанции, несложно подобрать наиболее эффективную целевую аудиторию для рекламного ролика.

Большое значение аудиореклама имеет в местах продаж, что обусловлено следующими причинами:

- широкая зона покрытия – звуковая реклама слышна по всей площади магазинов и ТЦ;
- большая потребительская активность покупателей;
- невозможность пропустить аудиорекламу;
- воздействие на аудиторию непосредственно в момент совершения покупки;
- в среднем покупатель находится в магазине – от 25 до 40 минут (за данное время посетитель слышит 2-3 ролика одного клиента);
- в продуктовых магазинах покупатель бывает не реже 3–4 раз в неделю;
- динамичный аудиальный эффект, воздействующий на потребителя в местах продаж и привлекающий его внимание;
- положительное отношение самих потребителей к данному виду рекламы, т.к. она воспринимается как информативно-развлекательный фон, сочетаясь с музыкой и объявлениями общего характера;
- возможность проведения локальных, краткосрочных, четко нацеленных кампаний, промо-акций по отдельным магазинам в определенное время (точная территориальная и временная направленность).

В Алтайском крае аудиорекламой занимаются несколько крупных рекламных агентств, среди которых медиагруппа FM-Продакшн [1], Еврозвук [2], Centermedia [3], Граммофон [4]. Автором проведены исследования методом прослушивания радио, рекламных точек в торговых центрах и продуктовых сетях, всего было охвачено 20 торговых центров города

Барнаула, обход производился ежемесячно в течение года. В результате проведенных исследований были выявлены особенности работы, закономерности выхода рекламных блоков, определены сегменты рынка для выше перечисленных компаний. Рекламные блоки представляют собой набор аудиороликов, рекламирующих различные компании, между рекламными блоками звучат музыкальные паузы, сообщается точное время и прогноз погоды и т.д.

Компания «FM-Продакшн» работает с 2002 года. 7 мая, в День Радио, было решено объединить три ведущих радиостанции в радиогруппу. В 2013-ом году Радиогруппа FM-Продакшн была преобразована в медиагруппу. На данный момент в Медиагруппу FM-Продакшн в Барнауле входят 12 радиостанций: Радио Шансон (101,9FM); Европа Плюс (104,9FM); Русское Радио (105,4FM); Юмор FM (102,9FM); Ретро FM (104,4FM); DFM (102,4FM); Эхо Москвы (69,11 УКВ); Радио МИР (90,2FM); Радио Спорт (91,1FM); Радио Дача (107,4FM); НАШЕ Радио (106.4FM); Comedyradio (102.9FM).

Компания «Еврозвук» – внутреннее радио торговых центров и крупнейших продуктовых сетей Сибири. Это современный и эффективный медиаресурс, максимально удобный способ коммуникации с потенциальными клиентами. Аудитория компании «Еврозвук» более 1 500 000 человек в сутки. Эфир компании звучит в более 1500 точках вещания в шести регионах СФО: в Алтайском крае, в Новосибирской, Кемеровской, Омской, Томской областях и Республике Алтай. В 15 из 20 выбранных для исследований торговых центрах звучит компания «Еврозвук» – это «Первомайский», «Алтай», «Воскресенье», «Праздничный», «Лидер», «Огни», «Бум», «Рынок Янтарный», «СИТИ-центр», «Малина», «ЦУМ», «Пионер», «Империya», «Привокзальный», «Эко-ярмарка ВДНХ».

Компания «Еврозвук» преимущественно рекламирует Автошколу «Бип» и Автошколу «ELITE&VIP», рекламные блоки составляют 5-7 минут, каждые 30 минут звучит точное время и каждые 28 минут сообщается прогноз погоды. При наличии спонсора, он сообщается перед точным временем или прогнозом погоды.

Рекламное агентство «Centermedia» предоставляет полный спектр услуг по размещению рекламы в крупнейших торгово-развлекательных центрах г. Барнаула: «Арена», «Европа», «Москва», «Норд-Вест», «Пассаж». Основная аудитория торговых комплексов – это платежеспособные клиенты с активной жизненной позицией. Общая площадь торговой сети 300 000 м², самая большая плазма в Сибири площадью 209 м², 8 объектов, 16 этажей торговых центров. Стаж работы компании 17 лет.

Каждые 5 минут компания «Centermedia» начинает рекламный блок, который длится от 2 до 4 минут, оставшееся время занимает рекламная пауза. Точное время и прогноз погоды в данном рекламном агентстве не сообщаются. Компания «Centermedia» преимущественно рекламирует комплекс «Павловские Бани», «Трогательный зоопарк», «Аквапарк», спа-отель «Заречье».

Компания «Граммофон» создана в 2011 году. На сегодняшний день – это динамично развивающийся бизнес, охватывающий более 400 магазинов и торговых центров по всему Алтаю. Аудитория «Граммофона» – это люди самых различных сегментов: по доходу, возрасту, интересам и потребностям. Общее количество контактов по сети «Граммофон» в месяц составляет более 15 500 000. Офисы компании расположены в таких крупных городах как Барнаул, Бийск, Рубцовск, Камень-на-Оби. Граммофон звучит в торговых центрах Барнаула: «Лето», «GALAXY», «Гулливёр», «Волна».

В компании «Граммофон» рекламные блоки составляют от 3 до 10 минут, каждый час сообщается точное время, преимущественно рекламируются автосервис «Подкова», гипермаркет строительных товаров «ЛеруаМерлен», сеть магазинов морепродуктов «Океан», караоке-клуб «Джем», ювелирный салон «Красно золото».

Список использованных источников:

1. FM-Продакшн. – Режим доступа: <http://www.fmprod.ru>, свободный – Дата обращения 04.04.2018.
2. «Centermedia». – Режим доступа: <http://cnt-media.ru>, свободный – Дата обращения 04.04.2018.
3. «Еврозвук». – Режим доступа: <https://yradio.ru>, свободный – Дата обращения 04.04.2018.
4. «Граммофон». – Режим доступа: <http://grammofon.su>, свободный. – Дата обращения 04.04.2018.

АНАЛИЗ РЫНКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ВЕДЕНИЯ ДОМАШНЕЙ БУХГАЛТЕРИИ

Стратулат А.В. – студент гр. ПС-41

Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова (г. Барнаул)

Домашнее хозяйство, является полноценным участником рыночных отношений. В рамках ведения домашнего хозяйства, люди приобретают товары и услуги во внешней среде, а также создают продукты и оказывают услуги для собственного внутреннего потребления: это услуги по уборке помещений, приготовлению пищи, ремонту техники, пошиву изделий, обучению детей и т.д. Домашние хозяйства могут производить различную продукцию, выращивать домашних животных, фрукты и овощи. Личные подсобные хозяйства имеют право продавать излишки продукции. Семья может получать доход за счёт сдачи в аренду квартир, машин, земли, процентов с вкладов, и т. д. Семейные активы могут быть основой для создания семейного бизнеса и его регистрации. Таким образом, домашнее хозяйство нуждается в управленческом учете и ведения домашней бухгалтерии.

Автором разработана система оценки программного обеспечения для ведения домашней бухгалтерии, для этого были разработаны критерии оценивания, которые приведены в таблице 1. По каждому критерию оценивания можно установить оценку от 0 до 5 в зависимости от критерия, причём максимальная оценка может быть ниже, если это прописано в правилах оценивания.

Таблица 1 – Критерии оценивание программ для ведения домашней бухгалтерии

Название критерия	Правила оценивания
Возможности программы (K1)	0 – Программа изначально, не предназначена для ведения конкретно финансового учета, но имеется возможность для модификации под задачи финансового учета 1 – Программа ведёт только текущие доходы и расходы. 2 – Программа ведёт учет не только текущих доходов и расходов, но в ней возможно заложить планируемые доходы и расходы. 3 – Программа покрывает все задачи пользователя. 4 – Программа покрывает все задачи пользователя и позволяет модернизировать программу .

Продолжение таблицы 1

Юзабилити (K2)	0 – Интерфейс пользователя не понятен. 1 – Интерфейс пользователя очень сильно перегружен, но с программой можно работать после обучения 2 – Интерфейс пользователя достаточно прост, но для работы с программой не требуется обучения 3 – Интерфейс пользователя достаточно прост, и для работы с программой не требуется обучения 4 – Интерфейс пользователя прост и интуитивно понятен.
Интеграция с банками (K3)	0 – Программа не интегрирована с банковскими сервисами 1 – Программа интегрирована с одним банком и может получать сведения об операциях списание и пополнения денежных средств со счетов. 2 – Программа интегрирована с множеством банком и может получать сведения об операциях списание и пополнения денежных средств со счетов.
Системные требование (K4)	0 – Программа совместима только с ОС Windows 7/8/8.1/10, или Linux, или MacOS 1 - Программа совместима хотя бы с двумя семействами ОС Windows 7/8/8.1/10, или Linux, или MacOS 2 – Программа совместима со всеми ОС Windows 7/8/8.1/10, Linux, MacOS
Наличие версии под мобильные устройства (K5)	0 – Программа не имеет версии для мобильных телефонов 1 – Программа имеет версию для мобильных телефонов
Хранение базы данных локально, на компьютере пользователя (K6)	0 – Программа не хранит данные на компьютере пользователя 1 – Программа хранит данные как на компьютере пользователя, так и на серверах разработчика и/или на арендуемых серверах 2 – Программа хранит данные только на компьютере пользователя, если пользователь не пожелает иного.
Резервное копирование (K7)	0 – Программа не производит самостоятельно резервного копирование 1 - Программа производит самостоятельно резервного копирование 2 - Программа производит резервного копирование, а пользователь может настроить процесс резервного копирования.
Стоимость программы (K8)	0 – Программа стоит более 1000 рублей или распространяется более чем за 500 руб/мес. по подписке 1 – Программа стоит более 500 и менее 1000 рублей или распространяется за 100 руб/мес. и менее 500 руб/мес. по подписке 2 – Программа стоит от 100 до 500 рублей включительно 3 – Программа стоит до 100 рублей 4 – Программа распространяется бесплатно 5 - Программа распространяется бесплатно с открытым исходным кодом

Для проведения оценки по данным критериям были выбраны 6 программ (Табл. 2). Программ Excel установлена почти на каждом компьютере, а Интернет-банкинг,

XV Всероссийская научно-техническая конференция
студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь»

есть почти у каждого клиента банка. Остальные программы более заточены на ведение бухгалтерского учета. [1] Так же, была добавлена программа 1С Деньги, от производителя одной из самых популярных систем для бухгалтерского учета на территории СНГ ООО «1С». [2] В таблице 2, представлены оценки всех программ по каждому критерию оценивания, а также суммарная оценка. Результаты оценивания приведены графически на рисунках 1 и 2.

Таблица 2 – Оценка программ для ведения домашней бухгалтерии согласно критериям оценивания.

№п/п	Название	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	Итого
1	MS Office Excel	0	2	0	1	1	2	0	0	6
2	1С “Деньги”	4	3	0	0	0	2	0	1	10
3	Домашняя бухгалтерия	3	3	0	0	1	2	2	0	11
4	Домашняя экономика	2	3	0	0	0	2	2	1	10
5	Drebedengi.ru	3	3	0	1	1	0	1	1	10
6	Интернет-банкинг	1	3	1	2	1	0	1	3	12

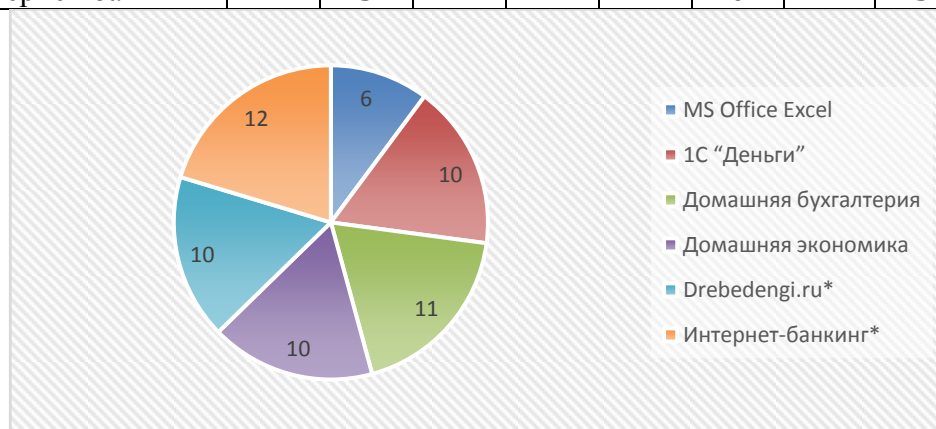


Рисунок 1 – Итоговая оценка программ по всем критериям

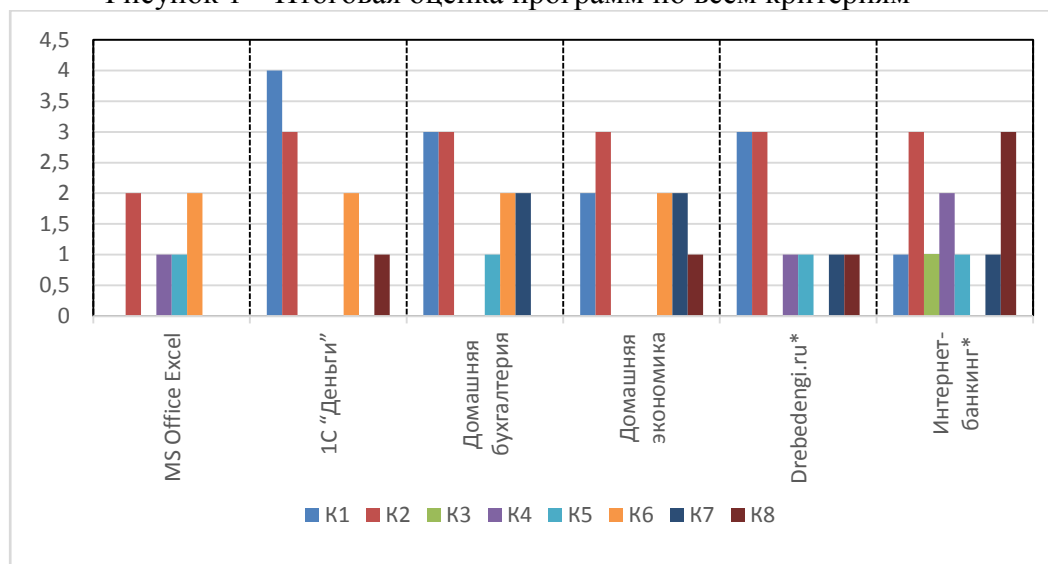


Рисунок 2 – Соотношения оценок по разным критериям оценивания программ

В результате проведенного анализа программ по выбранным критериям, было выявлено, что по общим балам 1 место занял Интернет-банкинг, на последнем оказалась программа MSOfficeExcel, остальные программы находятся примерно на одном уровне, отставая от

лидирующей позиции, на 2-3 балла. Наблюдается различие программ по функционалу, таким образом, рекомендуется выбирать программу не в общем, а непосредственно под задачу. Например, если необходимо работать со вкладами, счетами, смотреть доходы и расходы с минимальной статистикой по кредитным картам, то для решения этих задач рекомендуется использовать интернет-банкинг. Если же нужно гибко настроить программу, создать свою конфигурацию, или шаблон то идеально подходит MSOfficeExcelи 1С “Деньги”. В основных же случаях, когда требуется учет наличных, кредитов, вкладов и других финансовых ресурсов в основном используют программы “домашняя экономика” и “домашняя бухгалтерия”. Если при этом необходимо иметь доступ к данным из любой точки мира, то используется сервис Drebedengi.ru, так как это web-сайт. Стоит отметить, что доступ к интернет-банкингу тоже возможен из любой точки планеты, где есть сеть Интернет.

Список используемых источников:

1. Moi-ipodom.ru [Электронный ресурс]: 9 программ и сервисов для ведения учета семейного бюджета в 2018. – Режим доступа: <https://moi-ipodom.ru/obzor-programm-semejnyj-byudzhet.html>, свободный – Загл. с экрана. – Дата обращения: 27.03.2018. доступ.
2. 1С: Предприятие [Электронный ресурс] // 1С “Деньги”. – Режим доступа: <http://v8.1c.ru/money/>, свободный – Загл. с экрана. – Дата обращения: 27.03.2018.

УСЛУГИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ МАРШРУТОВ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ Г. БАРНАУЛА НА ПРИМЕРЕ ООО «БАРНАУЛЬСКАЯ ХАЛВИЧНАЯ ФАБРИКА»

Юрченко А.С. – студент гр. ТТП-41

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Актуальность грузоперевозок в современном мире трудно переоценить. Услуги по транспортировке востребованы все больше и больше с каждым дом. В наше время различная деятельность разных компаний не обходится без очень тесного сотрудничества с компаниями, которые занимаются транспортной логистикой и грузоперевозками. Для многих компаний качественная быстрая и своевременная доставка различных грузов является одним из важнейших факторов, которые влияют на их развитие и стабильность. Уровень оказания транспортных услуг является залогом уверенности и полного спокойствия во время перевозки имущества.

Компании, которые занимаются транспортировкой, предоставляют клиентам все более и более обширный спектр услуг, при «сто процентной» гарантии их высокого качества. Первоначально путь товара или груза берет свое начало с разработки концепции оптимального маршрута, по которому будет двигаться груз, вычисления и расчета стоимости данной доставки, подготовки всей необходимой документации. Затем определяются транспортные и погрузочные средства, необходимые для данного товара. Далее происходит оформление необходимых разрешений, производится мониторинг движения товара с момента начала пути и до момента, когда груз будет доставлен в пункт назначения.

В Барнауле услуги грузоперевозок оказывают 546 компаний, у 90 % компаний есть сайты, на которых предоставлена информация, на некоторых сайтах есть калькуляторы для расчета стоимости доставки груза, где можно указать населенный пункт отправки и прибытия, вес груза, объем груза, а так же заказать доставку до пункта выдачи, либо до пункта назначения (концепция «от двери к двери»).

В настоящее время одним из главных путей повышения качества и эффективности работы автомобильного транспорта является выбор оптимального маршрута, который включает в себя целый ряд задач, при решении каждой из которых, начиная с получения заказа на выполнение перевозок, из множества вариантов должен выбираться оптимальный. В зависимости от вида решаемой задачи выбирается конкретный показатель, для которого

стремятся найти наилучшее значение (например, минимальный пробег АТС, максимальная прибыль и т.д.).

В условиях высокой конкуренции среди большого количества транспортных компаний, главную роль играет скорость транспортировки товаров, их сохранность, и состояние автопарка. Определение маршрутов доставки грузов за кратчайшее время с наименьшими расходами и рисками берут на себя транспортные логисты. Такой расчёт осуществляется поэтапно, определяя на каждом этапе фактор приоритетности. В первую очередь рассматривается кратчайший путь от грузоотправителя к грузополучателю, который оценивается специалистами в результате анализа следующих факторов:

- качество дорожного покрытия на пути следования;
- скорость движения по маршруту;
- количество рядов на дорогах;
- присутствие на пути следования аварийных зон.

На примере ООО «Барнаульская халвичная фабрика» было построено два маршрута, из которых выбран один оптимальный на основании расчетов технико-эксплуатационных показателей, дорожного покрытия, и отсутствия аварийных зон. При расчете использовались следующие параметры: коэффициент использования пробега за езду, дневная выработка автомобиля (производительность), общий пробег, коэффициент использования пробега за рабочий день (Табл. 1). Маршруты показаны на рисунках 1 и 2.

Таблица 1. Техничко-эксплуатационные показатели

Показатели	Маршрут № 1	Маршрут № 2
Груз	Продукты питания	
Длина маршрута	15,8	11,4
Коэффициент использования пробега за езду β_e	0,5	0,5
Время на маршруте T_M , ч.	7,98	7,98
Число ездов	3	4
Пересчет времени на маршруте T_M , ч.	8,37	10,28
Дневная выработка автомобиля (производительность) U_d , т	2,7	3,6
Дневная выработка автомобиля (производительность) W_d , т*км	42,66	41,04
Общий пробег $L_{общ}$, км	63,2	57
Коэффициент использования пробега за рабочий день β	0,5	0,33

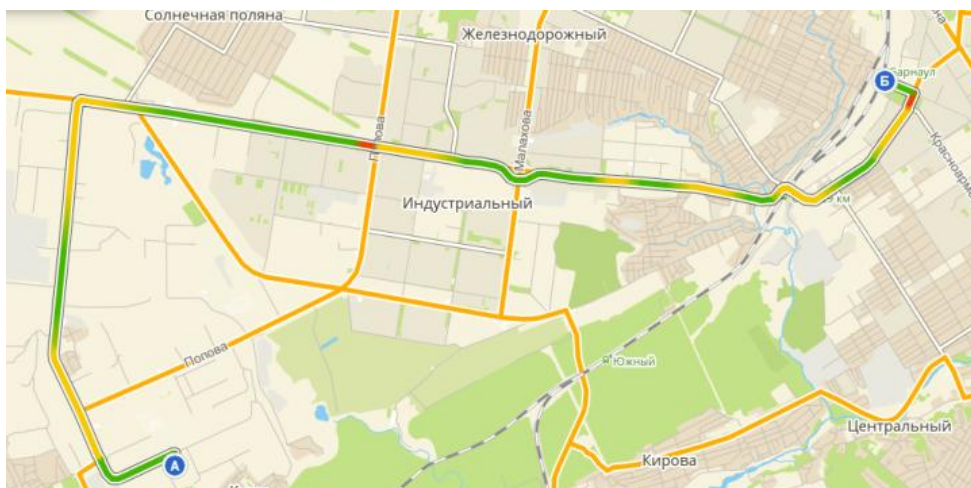


Рисунок 1 - Маршрут № 1 от ООО «Барнаульская халвичная фабрика» до железнодорожного вокзала.

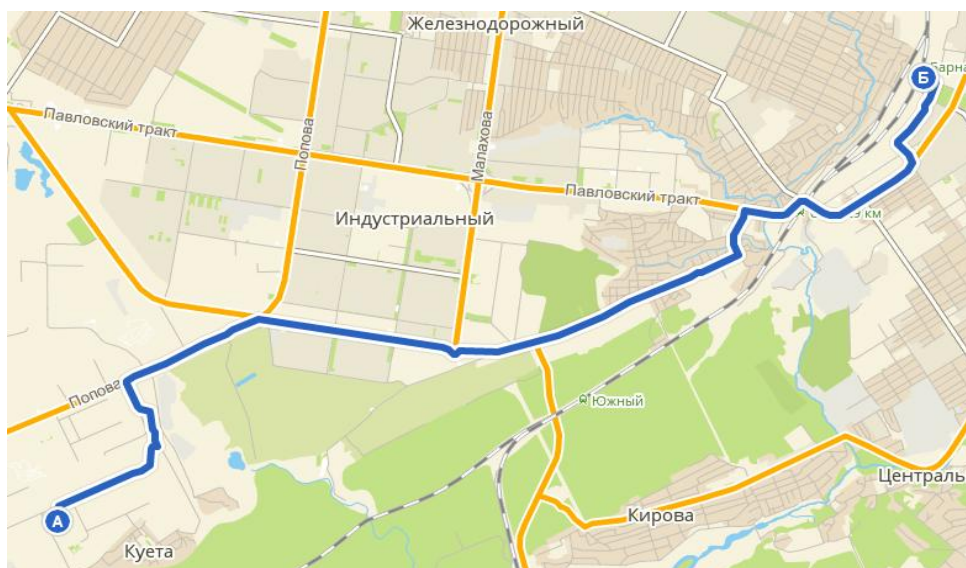


Рисунок 2 - Маршрут № 2 от ООО «Барнаульская халвичная фабрика» до железнодорожного вокзала.

Степень использования общего пробега подвижного состава оценивается коэффициентом использования пробега β , который определяется отношением пробега с грузом к общему пробегу автомобиля за определенный период времени. Коэффициент использования пробега за рабочий день должен стремиться к 1. При рассмотрении двух маршрутов можно сделать вывод, что маршрут № 1 является наиболее выгодным, так как коэффициент использования пробега за рабочий день равен 0,5, что выгоднее маршрута № 2, где коэффициент использования пробега за рабочий день равен 0,33. Так же на маршруте № 1 меньше количество аварийных зон и выше пропускная способность.

Услуги проектирования транспортных маршрутов для предприятий, отгружающих произведенную продукцию для транспортировки в разных направлениях и по разным маршрутам, очень востребованы, их актуальность будет нарастать в связи с ростом грузоперевозок. Современные технологии позволяют по желанию клиента доставить груз в любую точку мира, на любой континент в кратчайшие сроки. Выбор вида транспортировки зависит от габаритов и специфики груза. Спрос на грузоперевозки никогда не исчезнет, и будет только расти из-за большого роста числа человеческих потребностей. Грузооборот на автомобильном транспорте за 2017 год составил 234 млрд. тонно-километров. Потребность в

грузоперевозках постоянно растет, что благоприятно влияет на развитие новых логистических компаний занимающихся автомобильными перевозками.

Список использованных источников.

1. Россия в цифрах 2017 Краткий статистический сборник [Электронный ресурс] // Официальный сайт федеральной службы государственной статистики – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/rusfig/rus17.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 11.04.2018.

2. Горев, А.Э. Грузовые автомобильные перевозки [Текст] / А.Э. Горев. – М.: Академия, 2004. – 288 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА НА РЫНКЕ ПОДЕРЖАННЫХ АВТОМОБИЛЕЙ.

Чесноков И.А., Тынянов Н.С. – студенты гр. ЭМ-53

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Бизнес в сфере перепродажи автомобилей берет своё начало далеко в 90-х годах 20-го века, в те времена люди перегоняли машины с разных точек мира под заказ или же пригоняли, а потом продавали. Позже появились так называемые «Авто-барахолки», куда люди приезжали для того, чтобы продать свои автомобили, где можно было часами, а порой и днями ходить по рядам и выбирать себе машину по душе. Выставить автомобиль на продажу можно было, подав объявление в газету, например, «Купи продай» или «Из рук в руки», кроме того были специальные газеты, такие как «АВТОбарахолка».

Позже, с середины 2000-х годов, с появлением современных технологий объявления о продаже стали размещаться через интернет на специальных сайтах «Drom.ru»[1], «Auto.ru» [2] и др. В связи с упрощением процесса перепродажи, практически каждый третий автомобилист в крае сейчас, занимается в той или иной степени перепродажей подержанных автомобилей. В последнее время люди покупают автомобили по договору «купли-продажи», откладывая переоформление автомобиля на неопределенный срок. По закону данный договор действителен 10 дней, но на практике очень часто имеют место случаи, когда люди попросту переписывают этот договор раз в 10 дней и эксплуатируют автомобиль дальше в течение длительного времени, а после продают, не переоформляя на себя без уплаты транспортного налога, т.к. он приходит на фактического владельца транспортного средства.

В современное время на рынке подержанных автомобилей кроме покупателей и продавцов – физических лиц, которые могут выставлять автомобиль на продажу сразу же после его покупки, так же есть компании, занимающиеся так называемым срочным выкупом автомобилей, такие как «Союз-Авто», «Сибирь Авто» и т.д., со стороны которых, как правило, в течении двух дней с момента появления машины на рынке, поступает множество звонков и сообщений с предложением купить автомобиль за цену на 30-50% меньше заявленной в объявлении. В случае согласия машина проходит небольшую предпродажную подготовку (мойка, поверхностная очистка салона и т.п.), принимает товарный вид и выставляется на рынок за реальную цену.

Проведенные исследования рынка подержанных автомобилей показали, что лучше всего раскупают отечественные машины и автомобили марки Toyota, очень плохо продаются автомобили Китайского производства (Табл. 1,2). Продажа автомобилей носит сезонный характер: с наступлением зимы падает спрос на автомобили, работающие на дизельном топливе, а к лету возрастает спрос на автомобили в кузове универсал, в межсезонье увеличивается спрос на автомобили с полным приводом и высоким клиренсом. Помимо этого, также есть рейтинг автомобилей, на который следует опираться при ведении бизнеса. Оценка автомобиля (рейтинг) – это не просто среднее арифметическое, а средняя взвешенная оценка. Она считается по следующей формуле:

Средняя взвешенная оценка (WR) = $R \times (v \div (v+m)) + C \times (m \div (v+m))$, где

R – средняя оценка автомобиля, v – число оценок, выставленных автомобилю, m – медиана по всем моделям/производителям, она же – минимальное число оценок для участия в рейтинге (на апрель 2018 года по моделям m = 42, по производителям m = 371), C – средняя оценка по всем автомобилям (на апрель 2018 года C=8,17). Такую же формулу используют и сайты про кино для формирования рейтинга фильмов.

Таблица 1. Статистика продажи б/у автомобилей на 2016-2017г. [3]

№	Марка	2017	2016	Изм., %	Декабрь 2017	Декабрь 2016	Изм., %
1	Lada	1 442 975	1 445 377	-0.2	126 204	119 625	5.5
2	Toyota	586 528	590 008	-0.6	51 660	50 659	2.0
3	Nissan	284 587	276 063	3.1	25 334	23 613	7.3
4	Hyundai	242 116	219 837	10.1	22 294	18 951	17.6
5	Chevrolet	229 480	222 020	3.4	20 463	18 978	7.8
6	Ford	207 735	202 797	2.4	18 631	17 281	7.8
7	Kia	201 826	175 088	15.3	18 959	15 342	23.6
8	Volkswagen	201 722	189 374	6.5	18 383	16 635	10.5
9	Renault	175 812	160 576	9.5	16 317	14 372	13.5
10	Mitsubishi	160 448	162 802	-1.5	14 514	13 971	3.9
	Всего в России	5 301 190	5 192 702	2.1	471 173	440 731	6.9

Большинство представленных в ТОП-10 марок (7 из 10) показали в 2017 году положительную динамику рынка, причем наибольший рост сохраняет корейский KIA (+15,3%). В небольшом «минусе», помимо вышеуказанных LADA и Toyota, оказался и японский Mitsubishi (-1,5%). Наибольший рост рынка продемонстрировал HyundaiSolaris (+27,6% в 2017 г. по отношению к 2016 г.). Эта модель уже несколько лет подряд входит в число лидеров первичного рынка и теперь массово появляется на вторичном рынке, т.к. подходит срок смены владельца.

Таблица 2. Продажа б/у автомобилей в 2017 году по моделям [3].

№	Модель	2017	2016	Изм., %	Декабрь 2017	Декабрь 2016	Изм., %
1	Lada 2114	155 503	156 815	-0.8	13 492	13 542	-0.4
2	Lada 2107	141 172	145 771	-3.2	11 761	11 303	4.1
3	FordFocus	132 731	129 318	2.6	12 050	11 033	9.2
4	Lada 2110	119 413	124 559	-4.1	10 665	10 473	1.8
5	Lada 2170	105 659	99 451	6.2	9 960	8 828	12.8
6	ToyotaCorolla	102 172	103 895	-1.7	8 753	8 579	2.0
7	Lada 4x4	97 475	98 339	-0.9	9 018	8 585	5.0
8	Lada 2112	88 232	90 497	-2.5	7 857	7 590	3.5
9	Lada 2115	87 374	87 907	-0.6	7 503	7 313	2.6
10	HyundaiSolaris	79 639	62 405	27.6	7 618	5 792	31.5
	Всего в России	5 301 190	5 192 702	2.1	471 173	440 731	6.9

Рынок поддержанных автомобилей в России и Алтайском крае на протяжении последних более 25 лет является активно развивающимся: наблюдается увеличение общего

количества автомобилей на рынке, а также увеличивается количество сделок купли-продажи автомобилей. В связи с этим более часто встречаются проблемы, связанные с неконтролируемым процессом перепродажи транспортных средств, а также мошенничеством в данной сфере. В сложившейся ситуации возрастает востребованность услуг по подбору транспортных средств под индивидуальные потребности клиентов, сопровождению сделок в отношении технического состояния автомобилей, а также переоформления автомобилей в собственность, для выявления их настоящей истории, чистоты документов, наличия запретов на регистрационные действия, нахождения в розыске и т.д.

Список источников информации

1. Drom.ru – Автомобильный интернет портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.drom.ru/>, свободный. – Дата обращения 02.04.2018.
2. Продажа автомобилей в Барнауле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.auto.ru/>, свободный. – Дата обращения 11.04.2018.
3. Тест-драйвы и статьи об автомобилях [Электронный ресурс] // Drom.ru. – Автомобильный интернет портал. – Режим доступа: <https://www.drom.ru/info/>, свободный. – Дата обращения 02.04.2018.

АУТСОРСИНГ И ЕГО РАЗВИТИЕ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Рехтина А.П. – студент гр. ПИ-62

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Термин «аутсорсинг» заимствован из английского языка (от англ. «outsourcing») и дословно переводится как использование внешних ресурсов. Иными словами, аутсорсинг – это передача на договорной основе непрофильных функций другим организациям, которые специализируются в конкретной области и обладают соответствующим опытом, знаниями, техническими средствами [1].

Являясь универсальным инструментом менеджмента, аутсорсинг предполагает длительное или единовременное предоставление услуги (конечного результата) заказчику в соответствии с соглашением об уровне сервиса (SLA) [2].

В России рынок аутсорсинга стартовал с IT-аутсорсинга. В сфере IT-аутсорсинга поставщики услуг предлагают разработку программных приложений. В отличие от России, на Западе с его давними традициями и высокой культурой обслуживания, рынок аутсорсинга начинался с бизнес-процессов (BPO), постепенно проникая в молодую и быстро развивающуюся сферу IT.

Рынок BPO – это аутсорсинг учетных функций, передача части внутренних бизнес-процессов внешнему специализированному подрядчику на срок не менее года. А именно:

- ведение всего бухгалтерского учета, включая постановку и (или) восстановление на начальном этапе, частичное ведение бухгалтерского учета по отдельным объектам и (или) участкам учета, подготовку и сдачу отчетности;
- ведение отдельных участков учета (расчет зарплаты, расчеты с подотчетными лицами, поставщиками и прочее);
- составление на регулярной основе бухгалтерской и налоговой отчетности по российским стандартам и финансовой отчетности по международным стандартам;
- кадровое делопроизводство (документальный кадровый учет).

Аутстаффинг(outstaffing) – это технологии по привлечению персонала из сторонней фирмы, позволяющие снизить административные расходы и риски при сохранении возможности руководства подчиненными. В основном этой услугой пользуются FMCG-компании, производственные организации, банки, а также IT- и Telecom-фирмы [3].

Условно можно выделить две основные причины, которые заставляют руководство задуматься об использовании аутсорсинга:

- компания находится на стадии спада, существуют проблемы, которые затруднительно или невозможно решить только внутренними ресурсами;
- компания находится на стадии подъема и ищет дополнительные возможности для развития.

Для обеспечения успеха при передаче на аутсорсинг необходимо с самого начала придерживаться правильных посылок. Стандартный совет – прибегать к передаче функций не просто с целью экономии средств, а для того, чтобы стать конкурентоспособной компанией. Необходимо формировать долгосрочные, мотивирующие на повышение эффективности взаимоотношения сервисных компаний с заказчиками. Требуется обеспечить прозрачность выбора со стороны Заказчика, снизить уровень коррупции. Важно обеспечить инвестиции в повышение качества предоставляемых сервисных услуг и новые технологии. Ключом к успеху является понимание того, какие именно функции необходимо сохранить, а для каких заключить контракты с другими компаниями.

Аутсорсинг используется в трех основных случаях: если компании необходимы разовые услуги, если компания строго фокусируется на определенном виде операций и привлекает для совершения вспомогательных функций сторонние организации, а также в условиях сильной сезонности спроса. Какие функции следует передавать на аутсорсинг? Аутсорсинг, с одной стороны, является средством управления рисками, позволяя минимизировать существующие риски компании, а с другой – несет с собой новые риски. И то, и другое должно быть учтено при определении функций-кандидатов, передаваемых на аутсорсинг.

Функции, удовлетворяющие хотя бы одному из следующих критериев, необходимо исключить из дальнейшего анализа на предмет возможной передачи на аутсорсинг.

Критерий 1. Функция является профильной. Кандидатами на аутсорсинг могут стать только вспомогательные процессы, не связанные с основной деятельностью компании. Полезным также будет присвоить каждой функции, которая признана вспомогательной, коэффициент ее близости к основным направлениям деятельности организации. Если она удовлетворяет всем критериям для передачи на аутсорсинг, но тесно связана с профильным направлением бизнеса, следует более детально проанализировать риски передачи.

Критерий 2. Функция подразумевает применение уникальных /инновационных знаний и технологий. Эта функция незаменима – обладая уникальной технологией, компания уже владеет конкурентным преимуществом и должна развивать и совершенствовать его самостоятельно.

Критерий 3. Нет необходимости выполнять функцию на постоянной основе; у функции нет долгосрочных целей. Как уже упоминалось выше, аутсорсинг – часть стратегии компании. Передача на аутсорсинг разовых функций не принесет выгод в долгосрочной перспективе.

Критерий 4. В функции нет необходимости, цели и задачи данного процесса не сформулированы, он не приносит результат. Если в процессе анализа выявлена неперспективная функция, которая не приносит выгоду, не обеспечивает ни одну из основных функций, ее аутсорсинг не имеет смысла. Стоит задуматься об отказе от данного процесса.

Критерий 5. На рынке нет сервисных компаний, принимающих данную функцию на аутсорсинг.

Критерий 6. У компании есть юридические обязательства выполнять данную функцию. Передача данного процесса сторонней организации запрещена законодательно.

При правильном выборе функций, аутсорсинг обеспечивает действенное приложение труда, особых знаний и компетенций, дает возможность выполнить работу самым эффективным способом [4].

Индустрия услуг и аутсорсинга в России насчитывает сегодня не более 10 лет, и ее развитие осуществляется пока исключительно за счет усилий и самоорганизации самих игроков рынка. На мировом рынке аутсорсинга услуг Россия представлена достаточно слабо, и остается известной специалистам и заказчикам услуг в основном за счет активного развития и продвижения в прошлом десятилетии «оффшорного программирования» (разработка программного обеспечения на заказ). Развитие аутсорсинга и индустрии услуг внутри страны также существенно отстает от желаемого и необходимого уровня [2].

Наибольшее развитие в Алтайском крае получил ВРО-аутсорсинг. В одном только Барнауле свыше 750 компаний, предлагающих данные услуги. В основном алтайские фирмы предоставляют бухгалтерские услуги, юридическое обслуживание, маркетинговые и социологические исследования. Наиболее крупными среди них являются Ассоциация поддержки предпринимательства Сибири, Алтайский Бухгалтерский Дом и Контур-Экстерн Алтай.

Количество компаний занимающихся IT- аутсорсингом в столице Алтайского края намного меньше. На сегодняшний день насчитывается чуть более 100 фирм, предоставляющих услуги построения и обслуживания локально-вычислительных сетей, обслуживание парка компьютерной и оргтехники, обслуживание и поддержка программ 1С, легализация и продажа программного обеспечения.

Одной из крупнейших многопрофильных региональных IT-компаний России является фирма Галэкс, которая работает на корпоративном IT-рынке с 1993 года. Компания предоставляет клиентам полный спектр услуг по информационному и техническому оснащению и обеспечивает комплексное сервисное обслуживание оборудования. Галэкс является победителем конкурса «Лучшая услуга 2016 года» по услуге «аутсорсинг печатной инфраструктуры», лидером регионального рынка IT-услуг (входит в 25 лучших региональных IT-компаний по версии CRN с 2009 по 2017 гг.) [5].

Регион производит значительную долю промышленной продукции России и Сибирского федерального округа. Поэтому постоянно растущим сегментом выступает производственно-хозяйственный аутсорсинг, который охватывает широкий перечень вспомогательных функций. Это производство и поставка комплектующих изделий и заготовок, эксплуатация объектов недвижимости, питание сотрудников, уборка помещений и территорий, питание, логистика, транспорт, обслуживание удаленных объектов. Самыми активными потребителями подобных услуг выступают крупные металлургические, транспортные и химические предприятия, заинтересованные в комплексном обслуживании [6].

Например, компания Odyssey предоставляет стационарные моющие станции для внешней пенной мойки пищевого оборудования, включающих в себя комплекс оборудования, состоящий из насосной станции повышения давления и пенных постов, расположенных по цеху в местах уборки, а также обеспечивает их установку, обучение персонала и пожизненное техническое обслуживание. При внедрении на производстве стационарной моющей станции для внешней пенной мойки значительно сократится время на уборку помещений и оборудования, уменьшится потребление воды и моющих средств, увеличатся нормы санитарии и гигиены на предприятии. Клиентами фирмы являются как малые цеха, так и крупные заводы. Комплексные решения внедряются в таких отраслях как: молочные производства, мясоперерабатывающие цеха, свинокомплексы, птицефабрики, фермы и СПК [7]. Компания большую часть производственных бизнес-процессов передала другим производственным предприятиям г. Барнаула, что способствует более эффективному использованию уже имеющихся производственных мощностей без вложения в основные средства, сосредоточив свои усилия на разработке технологии и совершенствовании технологического процесса, а также на продвижении своего продукта.

Подводя итог выше сказанному, можно сделать вывод, что в Алтайском крае в последние годы активно развиваются все виды аутсорсинга, при этом его потенциал еще далеко не исчерпан и открывает для начинающих предпринимателей широкие возможности для

генерирования предпринимательских идей, разработки и реализации бизнес-проектов в системе B2B.

Список использованной литературы

1. Ермошина Е.Л. Аутсорсинг: правовые основы, бухгалтерский и налоговый учет // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения [Текст]. – 2005. – № 7.
2. Аутсорсинг в России: реальное значение и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.chief-time.ru/people/detail.php?ELEMENT_ID=2757, свободный – Загл. с экрана. – Доступ свободный. – Дата обращения 10.04.2018.
3. Рынок аутсорсинга в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/mr/services/ito_bpo.htm, свободный – Загл. с экрана. – Доступ свободный. – Дата обращения 10.04.2018.
4. Валитова А. В. Аутсорсинг в России сегодня: страхи и сомнения [Текст] // Молодой ученый. – 2012. – №10. – С. 112-114.
5. GALAX.O компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.galex.ru/about/?x=x->, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 10.04.2018.
6. Развитие аутсорсинга в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.camcomp.com/razvitie-auteursinga-v-rossii.html>. – Загл. с экрана. – Доступ свободный. – Дата обращения 10.04.2018. – Доступ свободный. – Дата обращения 10.04.2018.
7. ODYSSEY стационарные моющие станции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://odysseysystems.ru/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 10.04.2018.

ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ УСЛУГ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ АВТОГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «АВТО-РИТЕТ»

Тынянов Н.С., Чесноков И.А. – студенты гр. Эм-53

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

Рыночные отношения в сфере предоставления услуг обязательного страхования автогражданской ответственности появились в России и Алтайском крае лишь в 1990-е годы сразу после распада СССР и принятия в силу законов РФ от 27.11.1992 N 4015-1 "Об организации страхового дела в Российской Федерации" и от 25 апреля 2002 года № 40-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности».

Во времена СССР, а точнее с 1921 года, единственной организацией, осуществляющей страховую деятельность, являлась организация «Госстрах СССР», представляющая собой единую систему государственного страхования. С начала 1990-х годов наблюдался процесс создания множества коммерческих организаций, занимающихся страховой деятельностью, а с 2002 года автострахование становится обязательным, таким образом, каждый автовладелец обязан оформить полис ОСАГО. Это резко расширило масштабы рынка страхования (рис.2). На сегодняшний день на территории РФ зарегистрировано более 800 страховых компаний. С ростом масштабов рынка стремительно растет и количество проблем, с которыми сталкиваются страховые компании.

Страховой рынок в Сибирском федеральном округе развит значительно слабее по сравнению с другими округами Российской Федерации (Табл.1.), однако проблемы, с которыми сталкиваются страховые компании при ведении страховой деятельности в различных регионах России общие:

- конкуренция, часто недобросовестная;
- мошенничество;
- убыточность всего сектора или по отдельным видам ТС в зависимости от регионов РФ;

- недостаток бланков полисов ОСАГО;
- поддельные бланки полисов ОСАГО;
- снижение количества клиентов в связи с повышением тарифных ставок.

Таблица 1. Количество заключенных договоров страхования
по федеральным округам за 2017 год [1]

ИТОГО:	193 112 018
По договорам страхования на территории Российской Федерации - всего	193 108 766
в том числе по федеральным округам:	
Центральный ФО	111 660 506
Северо-Западный ФО	15 359 068
Южный ФО	10 411 258
Приволжский ФО	22 715 071
Уральский ФО	11 110 863
Сибирский ФО	14 143 787
Дальневосточный ФО	5 227 838
Северо-Кавказский ФО	2 480 375
За пределами Российской Федерации	3 252

Структура автопарка по видам транспортных средств [Рис. 1] является одной из определяющей характеристик ситуации на рынке ОСАГО. Стоит отметить что мототранспорт и грузовые авто эксплуатируются чаще в гораздо более опасных условиях: для мототранспорта характерно лихачество, а грузовая техника эксплуатируется в экстремальных условиях, – поэтому эти виды транспортных средств имеют большие риски попадания в ДТП и становятся убыточными для страховых компаний.

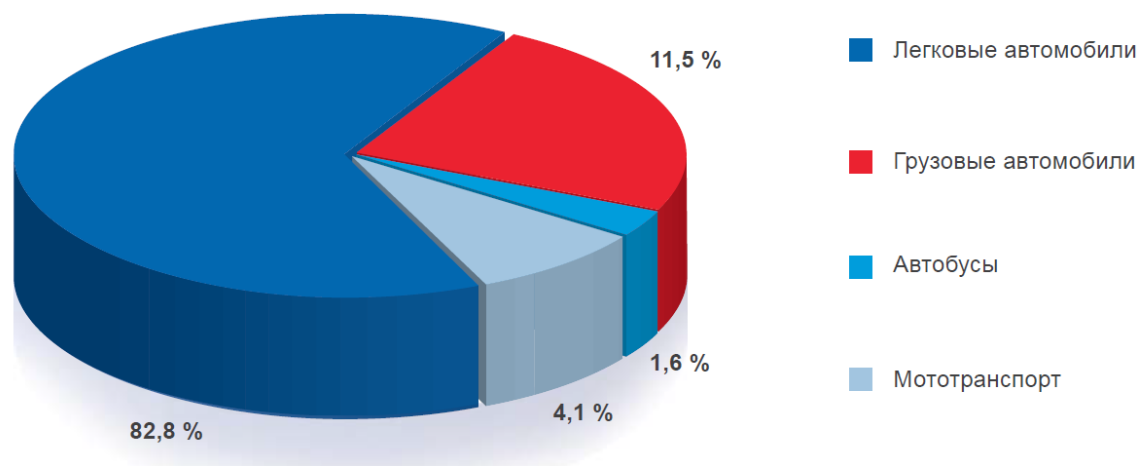


Рисунок 1 - Структура автопарка в 2016 году [2]

Анализ численности автопарка и числа заключенных договоров ОСАГО в 2004-2016 гг. показывает, что количество автомобилей неуклонно растет на протяжении всех лет, а количество заключенных договоров ОСАГО снижалось в 2009 году по сравнению с 2008, затем с 2010 года снова возрастало до 2013 года, после чего имело устойчивую тенденцию к снижению, и в 2016 количество незастрахованных автомобилей достигло 18 млн. Наименьшее количество незастрахованных автомобилей – 6,5 млн. – наблюдалось в 2007 году.

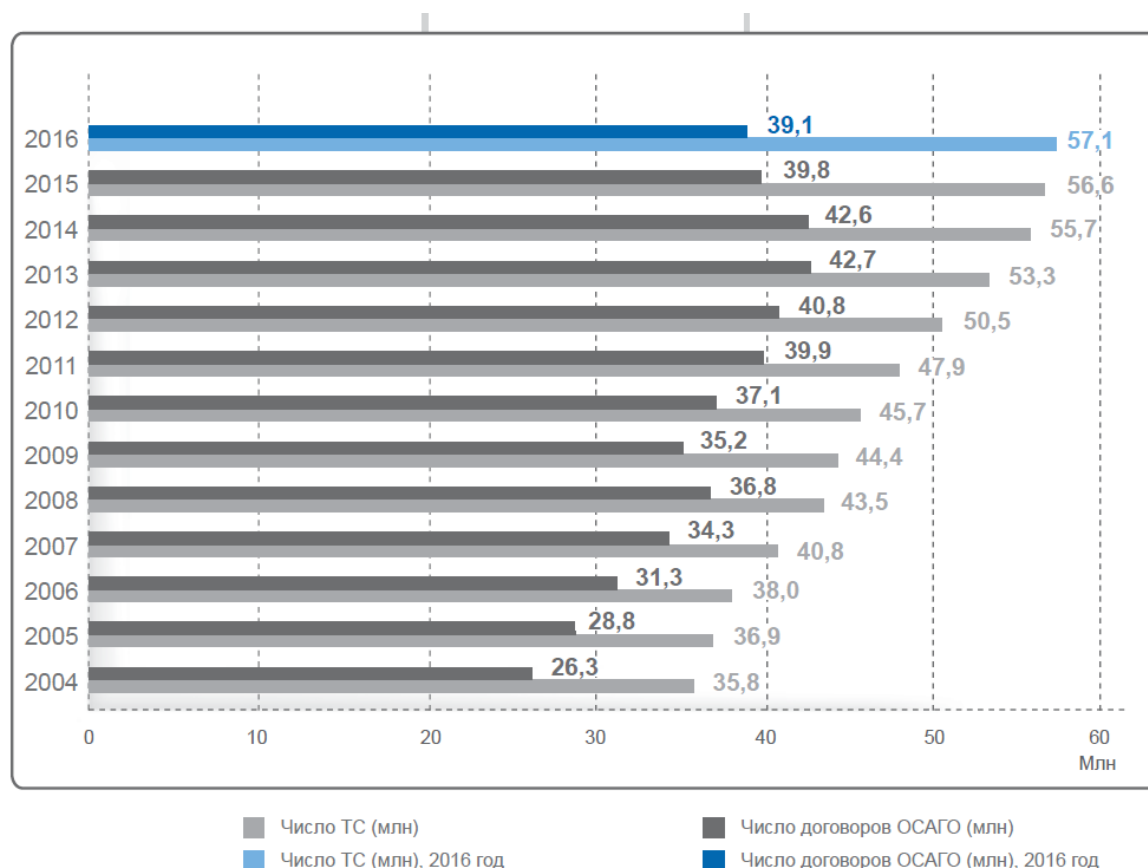


Рисунок 2 - Сравнение численности автопарка и числа заключенных договоров ОСАГО, 2004-2016 гг. [2]

Одна из главных проблем в сфере предоставления услуг ОСАГО – это мошенничество. Авторами исследованы основные виды мошенничества, и способы борьбы с мошенничеством в Алтайском крае, на основании опыта страховой деятельности ООО «АВТО-РИТЕТ» и компаний, с которыми эта фирма сотрудничает. ООО «АВТО-РИТЕТ» ведет страховую деятельность с 2008 года, директор фирмы имеет большой опыт практической работы с 1997 года в оформлении документации, такой как, договоры купли-продажи ТС, независимая оценка движимого и недвижимого имущества, автоэкспертизы, с 2003 года вел страховую деятельность в качестве штатного сотрудника в таких компаниях как ЗАО «Спасские ворота», ОАО «МСК», СК «Согласие», САО «ВСК», АО СК «Сибирский спас», а на сегодняшний день является страховым агентом.

По статистике, взятой из нескольких страховых компаний, самый распространенный вид махинаций – это инсценировка дорожно-транспортного происшествия. Этот вид распространен потому, что он достаточно прост в исполнении. Он заключается в том что, владелец транспортного средства страхуется в компании, затем целенаправленно врезается, например, в столб (то есть авария совершена без виновника, что не является страховым случаем), и, чтобы возместить ущерб, находит какую-нибудь, как правило, старую уже битую машину и инсценирует дорожно-транспортное происшествие, после чего получает возмещение, с минимальными вложениями восстанавливает машину и в большинстве случаев производит инсценировку снова, и снова.

К следующему виду махинации можно отнести подставные автотранспортные средства. Этот вид имеет сходство с первым, только в этом случае уже собственник старой битой машины ищет застрахованное авто попавшее в аварию, не имеющей виновника. Как правило, этим занимаются кузовщики, которым на ремонт пригоняется авто после той самой

аварии без виновника, а у них на этот случай уже есть подставное авто, далее подстраивается дорожно-транспортное происшествие. Таким же способом пользуются и так называемые «перекупашки» – лица, занимающиеся многократной купли-продажей авто. Они находят битую машину и инсценируют с ней ДТП. Стоит учесть, что подставное авто страхуется без ограничений («страхование без ограничения лиц допущенных к управлению» т.е. для управления транспортным средством допускается неограниченное количество лиц), чтобы не было привязки к виновнику дорожно-транспортного происшествия.

Второе место в практике страховых компаний Алтайского края занимает мошенничество посредством связи (сговора) с юристами. Этот метод основан на том, что злоумышленники затягивают время обращения в страховую компанию с момента совершения дорожно-транспортного происшествия, требуя от страховой компании возмещение за неустойку из-за потери времени, что составляет довольно крупные суммы.

Ранее была и другая система обмана страховых компаний, которую использовали злоумышленники: имелось два автомобиля одного цвета и модели, но один в «убитом» состоянии, а второй в отличном техническом состоянии (ОТС). Далее страховался авто в ОТС, потом перевешивались госномера с авто застрахованного на авто в плачевном состоянии, это авто попадало в инсценированную аварию. Но этот вид ушел из практики страховых компаний сразу после того как РСА обязало всех страховщиков фотографировать VIN или номер кузова страхуемого авто.

Для борьбы с мошенниками в каждой страховой компании создаются службы безопасности. Они занимаются сбором, и обменом оперативной информации между компаниями, а также выявлением и поиском нарушителей. Службы безопасности страховых компаний, а также непосредственно сами страховщики используют следующие методы борьбы:

- создают так называемые "черные списки" лиц, когда-либо замеченных в махинациях;
- отказывают в страховании подозрительным лицам, обращая внимание на их поведение, внешность, возраст, подозрительные вопросы;
- отказывают в страховании лицам, не имеющих скидки, как показатель без аварийности;
- отказывают в страховании «без ограничений» не проверенным лицам;
- при фото фиксации авто захватывают лицо человека, которое заключало договор страхования.

Многие ситуации, которые на первый взгляд, несомненно, кажутся мошенническими схемами, требуют более детальных проверок, и на самом деле бывают нелепым стечением обстоятельств. Так, например, застрахованное авто может попасть в аварию после двух часов с момента заключения договора страхования.

Решение проблем мошенничества ложиться на плечи каждой компании индивидуально, для их решения необходимо усилить контроль со стороны ДПС и над самой ДПС, т.к. нередки случаи сговора мошенников и самой ДПС. Также стоит усилить взаимодействие страховых компаний не только по регионам, но и по всей России. Целесообразно усилить контроль со стороны РСА и Центробанка для содействия на законодательном уровне в пресечении данных проблем рынка страхования.

Список использованных источников:

1. Статистические показатели и информация об отдельных субъектах страхового дела[электронный ресурс] // Центральный банк Российской Федерации: официальный сайт.– Режим доступа: http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/sv_insurance/, свободный. – Дата обращения 03.04.2018.

2. Годовой отчет РСА [электронный ресурс] // РСА: официальный сайт. – Режим доступа: http://www.autoins.ru/ru/about_rsa/otchet, свободный. – Дата обращения 03.04.2018.

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПО СОЗДАНИЮ ТОЧКИ
БЫСТРОГО ПИТАНИЯ “GRILLCUSTOM”

Переверзев К.О. – студент гр. Ин-72

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Рестораны быстрого питания (Фаст-фуд) – это то, что имеет вечную популярность среди населения больших городов. Людям часто хочется есть, но вот готовить, зачастую, – ни времени, ни желания попросту нет. С каждым годом рынок быстрого питания увеличивается на 30%. Предприятия общественного питания в формате фаст-фуд приносят прибыли намного больше, чем полноценные рестораны, ибо обслуживание происходит быстрее и, поэтому, посетителей в разы больше.

Одной из популярных отраслей фаст-фуда является шаурма. Только лишь в Барнауле 127 организаций, занимающихся продажей шаурмы. Целевая аудитория, по проведённому в “Google формах” опросу, не ограничена – сейчас шаурмой питается более 60 % населения, из них большая часть приходится на молодых людей в возрасте от 26 до 35 лет (Рисунки 1 и 2).

Едите ли вы шаурму?

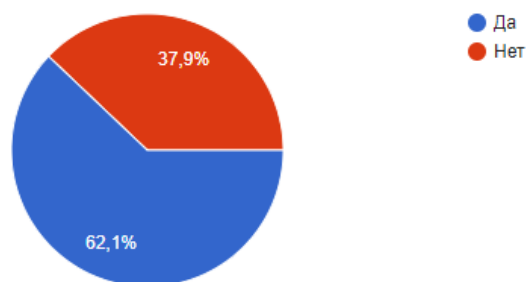


Рисунок 1 - Соотношение людей, употребляющих и не употребляющих шаурму [3]
Ваш возраст

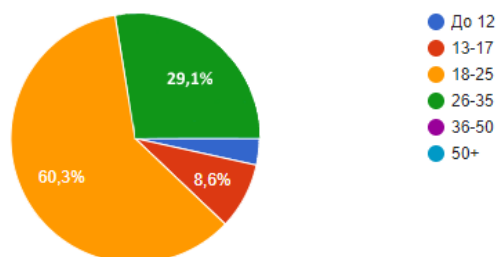


Рисунок 2 - Соотношение людей разных возрастов, употребляющих шаурму [3]

У каждой организации своё меню, наполненное собственными вариантами готового продукта. Большая часть компаний негативно относится к просьбам заменить какой-либо ингредиент на другой, либо изъять его из общего состава вовсе, тем не менее, у многих людей есть индивидуальные запросы в этом отношении. Эта проблемы лежит в основе данного проекта, в процессе реализации которого предполагается создание сети точек по производству и продаже Шаурмы с возможностью полной кастомизации блюда. Это решит

ряд проблем для потребителей: убрать лук тем, кто его не любит, вегетарианцам будет проще найти себе перекус (заменив мясо на что-нибудь иное), заменить сметанный соус для людей с непереносимостью лактозы и т.д. Многим просто захочется опробовать различные варианты сочетания ингредиентов и, в конечном итоге, прийти к, идеальному для себя, составу. Форма шаурмы тоже может быть выбрана из представленных (кому-то удобны более плоские варианты, а кому-то – наоборот).

Исследования спроса на шаурму с индивидуальным составом показали, что более 50% людей в этом заинтересованы (Рис. 3), 44,1 % респондентов интересует поиск новых вкусовых ощущений, 38,2% – заботятся о своем здоровье (Рис. 4).

Само составление шаурмы будет реализовано в нескольких вариантах: в приложении на смартфоне, в терминалах, стоящих в помещении, и на сайте организации. Ваша сборка отмечается особым кодовым словом, которое, при заказе, нужно назвать кассиру. Подобная программа используется рестораном “Subway” [1] с их сабами и роллами, только все возможные варианты явно дороже и менее сытные, чем их можно реализовать. Ко всему прочему, нужно потратить время и бюджет на проработку как дизайна помещения, так и логотипа, и униформы сотрудников. Значительную сумму необходимо будет потратить на рекламу.

Интересна ли вам возможность покупки шаурмы с индивидуальным составом?

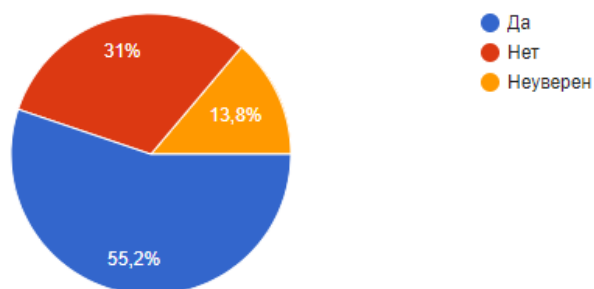


Рисунок3 - Отношение людей к возможности покупки шаурмы с индивидуальным составом [3]

С какой целью вас интересует индивидуальный состав, если это так?



Рисунок 4 - Причина интереса к индивидуальному составу шаурмы [3]

Начальным этапом, предполагается арендовать место на фудкорте какого-либо торгового центра, для того, чтобы оценить востребованность такого рода фаст-фуда. Необходимо оценить, удобную для потребителя, стоимость, уточнить популярные ингредиенты для дальнейшего их использования, накопить более весомый капитал для

открытия большего заведения (в идеальном варианте – полноразмерного ресторана).

В качестве сезонной акции можно менять каждый месяц/сезон особый вариант лаваша либо топпинг. Возможно реализовать какой-нибудь раздаточный материал наподобие корон “BurgerKing’a” [2] с логотипом будущего ресторана.

Список использованных источников

1. SubWay [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://subway.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 10.04.2018.
2. BurgerKing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://burgerking.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 10.04.2018.
3. Формы Google [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/14UJBPEFZVxvOaFder5rBm2ltQtHx1WZsAib-J0Qb21k/edit>, приватный. – Загл. с экрана. – Дата обращения 10.04.2018.

ПРОИЗВОДСТВО СИДРА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ НА ПРИМЕРЕ ООО «МПА-1»

Тищенко И.А. – студент гр. ПРС-43

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Плодово-ягодные вина занимают значительное место среди алкогольных напитков. Они выпускаются во многих странах мира под наименованиями плодовые вина, плодово-ягодные вина, медовые вина, фруктовые вина и другие, либо им дается название без наименования «вино» – сидр (алкогольный яблочный напиток), пуаре (алкогольный грушевый напиток).

История плодово-ягодного виноделия в мировой практике невелика по сравнению с виноградным виноделием. В западной Европе промышленное производство плодовых вин приобрело большие масштабы во второй половине XIX века. В начале плодовые вина рассматривали как подделку виноградных вин. Отсутствовали хорошо разработанные технологические инструкции приготовления плодовых вин. Однако в дальнейшем технология производства плодовых вин постепенно совершенствовалась, и выпуск вина из плодово-ягодного сырья значительно увеличивался. В России плодово-ягодное виноделие начало развиваться во второй половине XIX века. Ф.В. Церевитинов первый разработал научные основы плодово-ягодного виноделия, и с того времени начинается развитие промышленного производства плодово-ягодных вин. Наличие в России большого количества культурного и дикорастущего плодово-ягодного сырья и совершенствование технологии способствовали быстрому развитию плодового виноделия в стране.

В настоящее время винодельческая промышленность в России с каждым годом увеличивается, возрастает объем и ассортимент выпускаемой продукции, разрабатываются и создаются новые технологические схемы на получение продукции высокого качества с наименьшими затратами для производства. В связи с этим, особый интерес представляет слабоалкогольный яблочный напиток – сидр.

Сидр - винодельческий продукт с объемной долей этилового спирта не менее 1,5% и не более 6,0%, изготовленный из сброженного яблочного сусла или сброженного восстановленного яблочного сока (виноматериалов) без насыщения или искусственным насыщением двуокисью углерода или насыщением двуокисью углерода в результате брожения и давлением двуокиси углерода в бутылках не менее 100 кПа при 20 °С.

Наряду с питательной ценностью сидр обладает еще и целебными свойствами, которые придают ему входящие в его состав кислоты: яблочная и лимонная. Они освобождают организм от избытка солей, вызывающих артериосклероз и мочекаменную болезнь, а углекислота возбуждает аппетит и способствует пищеварению [1].

Сидр – это один из популярных тонизирующих слабоалкогольных напитков во многих странах мира. Его особенно предпочитают пить в жаркий период времени. Причиной этому

является, в первую очередь, тонизирующая способность сидра хорошо утолять летнюю жажду, и, во-вторых, исторически сложившаяся культура потребления натуральных слабоалкогольных напитков из яблок.

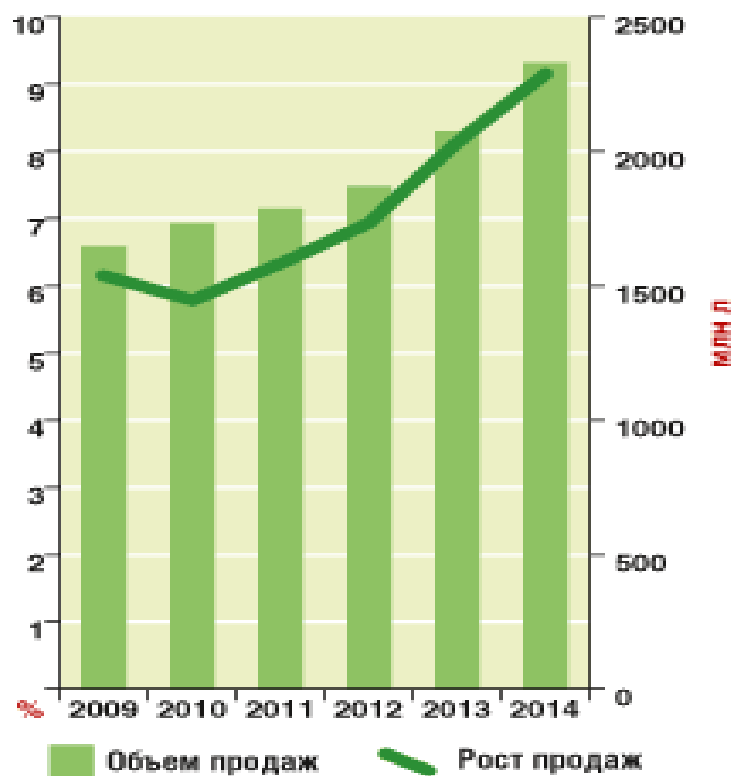
В мире существует большое разнообразие разных видов сидра. Они различны по органолептическим показателям (аромату, букету и вкусу) и физико-химическому составу, так как в каждой стране-производителе сидра существуют свои требования к используемому сырью, вспомогательным материалам, готовой продукции и технологии производства сидра. С учетом стоимости, и, главное, постоянно растущего спроса на эту продукцию, а также относительно невысоких затрат на производство плодовых вин можно с полной уверенностью прогнозировать дальнейшее перспективное развитие сидра в отрасли винодельческой промышленности.

Сидр в разумных количествах действительно способен помогать при болезнях сердца, нормализовать обмен веществ, выводить шлаки из организма, помогать при мочекаменной болезни. В некоторых источниках указано, что в прежние времена доктора использовали сидр для лечения «сахарной болезни», подагры, желудочного катара, депрессии. В наши дни ученые обнаружили в нем фенольные соединения, блокирующие действие свободных радикалов, которые ускоряют процесс старения организма. Как и все алкогольные напитки, приготовленные на яблочной основе, сидр способен поднимать настроение. Сидр приятно освежает в летнюю жару и при этом, в отличие от пива, не вызывает ощущение тяжести и осязательности [2].

В течение последних 10 лет рынок сидра/пуаре развивался с огромной скоростью, став одной из самых быстрорастущих категорий алкогольных напитков в натуральном выражении на глобальном уровне. В 2013 году мировой рынок сидра/пуаре превысил 2 млрд. литров и продолжил уверенный рост в 2014 году (рис. 1).

Российский рынок сидра на данный момент все еще остается несущественным в сравнении с другими рынками алкогольных напитков. В 2012 году, когда было введено лицензирование производства для таких напитков, как сидр и медовуха, данная отрасль, которая до этого лишь начала формироваться, оказалась на грани коллапса. Игроки рынка приняли решение переориентироваться на выпуск безалкогольных напитков или пива, вместо того чтобы получать лицензии и продолжать производить сидр и медовуху. Несмотря на то, что закон о лицензировании просуществовал всего несколько месяцев, согласно различным данным, в результате из порядка 30 производителей сидра и медовухи на рынке осталось не более 10 игроков. Однако активность, наблюдаемая в последнее время на исследуемом рынке, указывает на то, что ситуация меняется.

Рисунок 1. **ДИНАМИКА ПРОДАЖ
СИДРА/ПУАРЕ в 2009–2014 годах,**
%, млн л



В начале 2015 года Минсельхоз РФ предложил на рассмотрение возможность предоставления статуса сельскохозяйственной продукции для таких напитков, как сидр и медовуха. Данный закон вступил в силу в 2017 году. Теперь сидр, пуаре (слабоалкогольный напиток из грушевого материала) и медовуха причислены к сельхозпродукции, что в результате позволяет производителям претендовать на субсидии и налоговые льготы, а также дает возможность рекламировать сидр, пуаре и медовуху из российского сырья на телевидении.

Еще одним важным моментом является тот факт, что в июле 2014 года ООО «Пивоваренная компания «Балтика» по лицензии Carlsberg Group выпустило на российский рынок сидр ТМ Somersby. Бренд входит в десятку мировых лидеров сидра и является безоговорочным лидером рынка в Восточной Европе. Выход такого крупного бренда на рынок может оказать положительное влияние на динамику потребления сидра – высокий маркетинговый бюджет поможет более серьезно разрекламировать данный напиток, особенно если статус сельскохозяйственной продукции позволит транслировать рекламу сидра по телевидению [3].

В Алтайском крае производство сидра, медовухи года осуществляют 6 предприятий: ОАО «Барнаульский пивоваренный завод», ООО «Эко» (г.Белокуриха), ООО «Каскад» (г.Барнаул), ОАО «Алтайский винзавод» (с.Алтайское), ООО «ПКФ «Бийский винзавод» (г.Бийск) и ООО «МПА-1» (г.Барнаул). В 2017 году производство сидра в регионе увеличилось в 3 раза по отношению к уровню января-июня 2016 года.

Самое крупное предприятие по производству сидра в Алтайском крае – ООО «МПА-1». Предприятие основано в 2010 году. Путь к созданию завода был тернистым. Долгое время руководители перенимали опыт у итальянских и французских коллег, выбирали и устанавливали подходящее по производительности и российским стандартам оборудование.

Завод использует только хорошо проверенные полуфабрикаты для своей работы. Концентрированный яблочный сок закупают в Иране, активные сухие дрожжи – в Польше, все ароматизаторы и консерванты проходят строгую проверку в лабораторных условиях. Каждое наименование продукции, разлитой в течение дня отправляется дополнительно в лаборатории ЦСМ и ветлабораторию на присутствие в ней плесени и посторонней микрофлоры.

Ежедневно ООО «МПА-1» производит до 30 т сидра в день, и реализует около 15 т. У предприятия за 8 лет существования отлично налажена реализация в центральную часть России. Москва и область выпивает сидра больше всех – почти 40% реализуемых напитков отправляется именно в столицу. Так же сидр ТМ «Kelvish» и ТМ «GloryWood» широко представлен во многих регионах нашей страны.

В Алтайском крае только начали вспоминать историю этого чудесного напитка. Алтайский потребитель полюбил сидр, и такие крупные торговые сети как «Мария-Ра», «Магнит», «Пятерочка» охотно приобретают продукцию ООО «МПА-1» и реализуют ее в магазинах края и за его пределами. Так же сидром заинтересовались и страны «ближнего зарубежья». Казахстан, Белоруссия закупают сидр на предприятии.

В 2011 году завод выпускал 3 вида продукции. Это яблочный полусухой сидр ТМ "GloryWood", сидр ТМ "Kelvish" натуральный и со вкусом груши и яблочный полусладкий сидр ТМ "Nobless D'Empire". Общая производительность была приблизительно 200 тонн в год. В настоящее время ООО «МПА-1» производит сидр огромного ассортимента: помимо трёх вышеперечисленных наименований производится сидр яблочный коктейльных вкусов (мохито, клубничное мохито, пина колада), сидр ТМ "Kelvish" со вкусами клубники и мяты, черной смородины, малины, вишни, сидр барный ТМ "GloryWood", медовуха мятная, пряная и классическая. Предприятие активно участвует в выставках и ярмарках напитков как в Алтайском крае, так и за его пределами. В ближайшем будущем ООО «МПА-1» готовится открыть свою частную винокурню, и выпустить новый вид – охмеленный сидр ТМ «Лось и кедр». Предприятие конкурентоспособно по качеству, количеству и ассортименту выпускаемой продукции.

Список используемых источников

1. Производство сидра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://redwinery.ru/f/id/163-proizvodstvo-sidra.html>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения. – 12.04.2018.
2. Общество с ограниченной ответственностью "МПА-1" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cider-cider.ru/>, свободный. – Дата обращения. – 12.04.2018.
3. Аналитическая информация о развитии отраслей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ffprom22.ru/industry/analytical-development/>, свободный. – Загл. с экрана. – Дата обращения. – 12.04.2018.