

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ ТОЧКИ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ «WAFFLEBALLS»

Галкин Р.Е. – студент, Казанцева Л.Г. – к.г.н., доцент

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

Бизнес-идеи в сфере еды и напитков – это то, что находится в постоянном потреблении, к тому же производство продуктов питания не требует больших затрат и быстро окупается. В период мировых кризисов многие проекты и идеи по созданию бизнеса потерпели поражение, но не сфера пищевого производства и не дорогого питания. Она продолжает развиваться, остается перспективной и востребованной. Точки пищевого производства и продажи продуктов питания растут благодаря потоку потребителей, которые в виду своей занятости не желают тратить время на приготовление еды. Фаст-фуд – это один из динамично развивающихся сегментов на рынке общественного питания. Согласно статистике, с каждым годом рынок быстрого питания увеличивается примерно на 30%, чем утверждается перспективными темпами роста. [7] Сетевой фаст-фуд приносит больше прибыли, чем ресторан – за счет количества посетителей и скорости обслуживания.

Несмотря на различные мнения о том, что фаст-фуд это вредно, поток посетителей фуд-кортов в торговых центрах и маленьких кафе быстрого питания не уменьшается, а, напротив, растет. Наше внимание заинтересовал тот факт, что на всех фуд-кортах в торговых центрах города Барнаула очень маленькое количество точек по продаже десертов. Большинство десертов на фуд-кортах являются, чаще всего, приятным дополнением к кофе или другим напиткам. Часть сладостей идут просто как дополнение к какому-либо фаст-фуд блюду. Из киосков, специализирующихся исключительно на десертах, можно выделить, пожалуй, только мороженое. Это вызывает удивление. Ведь большинство людей от мала до велика любят разные сладости. Согласно социологическому опросу [8] на вопрос «Любите ли вы сладкое» ответили «Да» 83% опрошенных, ответили «Нет» всего лишь 8% и 9% людей ответили, что относятся к сладкому равнодушно. Исходя из этих данных, появилась идея создать точку по продаже нового для фуд-кортов десерта – гонконгских вафель Eggettes.

Цель: разработать бизнес-проект розничной торговли в сфере быстрого общественного питания.

Задачи:

1. Определить целевую аудиторию.
2. Описать предоставляемый на рынок продукт.
3. Рассчитать финансовые вложения для создания торговой точки.
4. Разработать бизнес-план и маркетинговый план проекта.

Целевая аудитория: Вафли достаточно простое в исполнении лакомство, которое может стать отличным десертом и заключительным сладким аккордом в праздничном ужине или семейных посиделках. Состав вафель не пестрит консервантами, пищевыми добавками, усилителями вкуса. Говорить о вреде вафель было бы не совсем правильно, так как сами по себе они безвредны, другой вопрос их начинка [6]. Такое лакомство как вафли подойдет по нраву всем любителям сладкого, как детям, так и взрослым, за исключением больных сахарным диабетом или иных больных, которым противопоказан сахар.

Для исследования целевой аудитории автор провел опрос на своей страничке в социальной сети, в котором было представлены описание и фотографии продукта. Из 120 человек, которые прошли опрос 8 человек (6,7%) ответили: «Купил бы и заплатил бы 100-150 рублей», 92 человека (76,7%) ответили: «Купил бы и заплатил бы 80-100 рублей» и 20 человек ответило: «Не стал бы покупать». Данные результаты можно считать очень хорошими для нашего продукта.

Описание продукта: гонконгские вафли Eggettes по своей сути выполнены, проще говоря, пустыми шариками из вафельного теста, соединенными тестом между собой. Именно их строение и заинтересовало нас. В эти самые шарики мы можем помещать различные начинки по вкусу покупателя. Это могут быть свежие фрукты, шоколад и другие

кондитерские изделия, мороженое, джемы и варенья, орехи и различные сиропы. Кстати говоря, отвечая на вышеупомянутый социологический опрос, в приложениях к ответу многие люди предлагали свои начинки, говорили о том, что задумка с начинкой внутри шариков очень интересная. Так же вполне можно использовать различные топпинги. Eggettes – это классический фаст-фуд улиц Гонконга, поэтому найти рецептуру в интернете не составит труда. В рецептах вафель нет никаких вредных для организма веществ [5]. И, важно заметить, предполагается, что в качестве начинки для вафель мы будем использовать только натуральные продукты. Вафельные шарики можно продавать отдельно, так же можно реализовывать дополнительные начинки при сворачивании вафли в трубочку.

Анализ рынка показал, что такого рода десерт распространен в Гонконге и Сан-Франциско. [1,3] В странах СНГ существует бренд BubbleWaffle, который функционирует на территории Украины и распространяется по системе франчайзинга. Планируется открытие кафе BubbleWaffle в Перми. [2,9].

Финансовые вложения в проект зависят от формата заведения (кафе, точка на фуд-корте и т.д.). Ведь продукт позволяет реализовывать как торговую точку на фуд-корте, так и полноценное кафе. Проведены некоторые финансовые расчеты исключительно на оборудование для приготовления вафель. Общая стоимость: 2000\$-3000\$:

1. Холодильник: 150\$
2. Морозильная камера: 150\$
3. Вытяжка: 150\$
4. Витрина для сушки вафель: 150\$
5. Телевизоры: 2шт 400\$
6. Оборудование для учета: 700\$
7. Кофе машина (опционально)
8. Фильтр для воды (опционально)
9. Ледогенератор (опционально)
10. Витрина для топпингов и гастроемкости (опционально)
11. Вафельницы: 4шт 500\$

Необходимо так же включить в первоначальные расчеты оборудование и организацию самой торговой точки, её дизайн, дизайн логотипа и униформы работников.

В качестве примера себестоимости вафли, можно привести показатели франшизы BubbleWaffle: «Себестоимость вафли 0,5\$, розничная стоимость 2\$. Прогнозируется, что 50% покупателей купят напиток к своему десерту. средний чек составляет 2,7\$.» В информации о франшизе BubbleWaffle так же было упомянуто, что учитывая аренду и все расходы, точка безубыточности – это 50 средних чеков в день, что является очень маленьким количеством для проходимости фуд-корта торгового центра.

Если говорить о различных форматах заведений, то для создания полноценного кафе возможен вариант абстрагирования от десертов. Можно пробовать различные вкусовые сочетания, меняя рецептуру самого теста. Например, сделав тесто менее сладким, можно в качестве эксперимента пробовать производить такие вафли с мясным фаршем или другими начинками. Хотя даже вафли с исключительно десертными начинками вполне могут существовать на рынке в формате кафе. А компактность оборудования позволяет реализовывать даже уличные киоски и передвижные трейлеры в качестве точек продажи продукта.

Предполагается, что для производства вафель в нашем проекте, мы будем использовать товары местных производителей, что будет существенно дешевле. Относительно остальных ингредиентов для начинки, необходимо проанализировать стоимость поставок и внести затраты в финансовые расчеты. Так же имеет место быть вопрос о рекламе продукта и бренда, ведь формат заведения позволяет нам распространить сеть благодаря франчайзингу.

Данная бизнес-идея находимся только на начальном этапе разработки. Она требует дальнейшей тщательной глубокой проработки. Необходимо составить полноценный бизнес-план, проработать маркетинговую стратегию. Идея требует апробации в реальной рыночной

среде, и если детально проработать все её аспекты внедрения на рынок, она может быть вполне жизнеспособной.

Список использованных источников

1. About Eggettes [Электронный ресурс] / Eggettes. - Электрон. дан. – Гонконг: Eggettes, 2015. - Режим доступа: <http://www.eggettes.com/index.html>, свободный. - Загл. с экрана. - Яз. Англ.
2. BubbleWaffle [Электронный ресурс] / BubbleWaffle. – Электрон дан. – : BubbleWaffle, 2015. – Режим доступа: <http://bubble-waffle.com/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
3. Eggettes [Электронный ресурс] / Yelp Inc. – 2004-2015. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.yelp.com/biz/eggettes>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
4. Hong Kong Eggettes for Mother's Day [Электронный ресурс] / Anita Chu, 2015. – Электрон. дан. – Гонконг: Dessert first, 2015. – Режим доступа: <http://dessertfirstgirl.com/2011/05/hong-kong-eggettes-daan-jai-for-mothers-day.html>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.
5. Вафли – калорийность и состав. Виды и вред вафель. [Электронный ресурс] / FindFood. – Электрон. дан. – М.: Кулинарный портал FindFood, 2015. – Режим доступа: <http://findfood.ru/product/vafli>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Кафе быстрого питания как бизнес. Продажа фаст-фуда. [Электронный ресурс] / MelnicaBiz. – Электрон. дан. – М.: Мельница бизнес-идей, 2015. – Режим доступа: http://melnicabiz.ru/ideas_new2/224_business_cafe-bistrego-pitaniya-fast-food.html, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
7. Социологический опрос. Любите ли Вы сладкое? [Электронный ресурс] / Социальная статистика 2.0; Web-мастер Чекалов М. – Электрон. дан. – М.: Социальная статистика 2.0, 2015. – Режим доступа: <http://ru.surveys.pro/statistics/do-you-like-sweet-things.htm>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
8. Франшиза BubbleWaffle [Электронный ресурс] / ООО «Франч». – Электрон. дан. – Franch, 2015. – Режим доступа: <http://franch.biz/franchises/3017/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.

РАЗВИТИЕ ПЧЕЛОВОДСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Капатурин А.А.- студент, Высоцкая О.А. - ст. преподаватель,
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (Барнаул)

В настоящее время вопросы устойчивого развития сельских территорий приобретают все большую актуальность. Устойчивое развитие сельской местности обеспечивается за счет стабильного развития предпринимательства, что создает новые рабочие места и повышает уровень благосостояния местного населения.

Малое предпринимательство в селах Алтайского края необходимо развивать, опираясь на традиционные занятия и промыслы. Таким традиционным промыслом является пчеловодство. В крае имеются все необходимые предпосылки и условия для разведения пчел и получения меда и продуктов пчеловодства.

Высокое качество алтайского меда обусловлено экологической чистотой региона, мёд насыщается полезными ферментами, которых в среднем больше, чем в других регионах России. Особенно ценятся горные сорта мёда из дягиля и горного разнотравья.

Пчеловодство как вид предпринимательской деятельности развивается практически во всех районах Алтайского края. Оно является не только важной отраслью сельского хозяйства, но и любимым занятием для многих людей, которые передают свои знания из поколения в поколение.

Алтайский край занимает 1 место в Сибири и 7 место в России по объёмам производства мёда. На Алтае находится треть пчел Сибири. В 2010 г. в крае насчитывалось 164,9 тыс. пчелосемей, от которых было получено 6,6 тыс. тонн меда. Пчелы находились в собственности 4,5 тыс. личных подсобных хозяйств, более 120 сельскохозяйственных организаций, из которых 4 — специализированные пчеловодческие хозяйства. Наиболее благоприятные условия для пчеловодства есть в 30 районах Алтайского края. [1]

Алтайский мёд считается брендовым продуктом края. В основном он ориентирован на продажи в регионах России. Главным и прямым его конкурентом является башкирский мед, который является не менее ценным. Помимо этого Россия закупает много меда из Китая и Украины. Импорт меда из других стран снизился в 2012 году в связи с падением цен на внутреннем рынке. По данным Россельхознадзора, в 2012 году было импортировано 3257 тонн меда, в том числе из Украины - 2553, Китая - 273, Австрии - 149 тонн. Остальное - из 14 других стран. Это значительно меньше, чем в 2010 году, когда, по сведениям ФТС, только из Китая, Украины и Молдовы было импортировано 4,5 тыс. тонн меда (неофициальные оценки в 2 -3 раза выше). Самообеспеченность медом России составляет примерно 60% по данным 2011 года. Экспорт меда составляет всего 5%. Низкий показатель обусловлен более сложной проверкой качества мёда и необходимостью нужных документов.[2]

При поддержке администрации Алтайского края 14 августа в регионе проводится ежегодный большой фестиваль меда «Медовый спас». Этим мероприятием пчеловоды традиционно открывают новый сезон, а заодно и отмечают профессиональный праздник – День алтайского пчеловода, его в 2010 году утвердил губернатор Александр Карлин. Она проводится сразу в 5 городах края – Бийске, Рубцовске, Белокурихе, Заринске и Барнауле, где размещается основная площадка.

Еще одной благоприятной предпосылкой для развития пчеловодства в Алтайском крае является быстрая окупаемость, но при этом бизнес требует достаточно высоких первоначальных инвестиций. На пасеку из 100 пчелосемей необходимы следующие затраты: ульи с пчелами в количестве 100 штук - 500 000 руб., инвентарь и спецодежда - 80000 руб., вошина и лекарства для пчел - 20000 руб. В период работы с пчелами (примерно 3 месяца) некоторые пчеловоды нанимают себе помощников для откачивания меда и его реализации. Таким образом, первоначальные затраты составят 600 000 руб. Ожидаемый доход с пасеки составит 900 000 руб., валовая прибыль, с учетом расходов на сезонных рабочих - 210 000 руб (без учета продаж пыльцы, воска и прополиса). Также со 100 ульев возможно развитие 20 новых пчелосемей, что принесет дополнительный доход в размере 180 000 руб.

Прибыль зависит от способа реализации продукции. Можно продавать посредникам по 100 р./кг., либо самостоятельно на рынке за 250р./кг. Но продать весь мед на рынке достаточно трудно из-за большого объема. Немаловажной целью пчеловода является поиск постоянных клиентов и продажа мёда по наиболее выгодной цене.

Мёд является не единственным продуктом пчеловодства: есть еще пыльца, перга, прополис и маточное молочко. Продажи этих продуктов малоразвиты в Алтайском крае и не получают широкого распространения, несмотря на то, что это значительно повышает рентабельность пчеловодства и позволяет расширить долю рынка.

Сейчас появилось еще одно интересное применение пчел. Люди строят специальные домики, в которых кровати расположены на ульях. Сон на них дает расслабляющий эффект и успокаивает нервную систему, а запах, который исходит от пчел имеет эффект ароматерапии. Однако популяризировать данную процедуру достаточно сложно, поскольку это требует дополнительных инвестиций.

Кроме благоприятных предпосылок для развития пчеловодства, существуют ряд факторов, которые затрудняют этот процесс. Прежде всего, медосбор напрямую зависит от состояния погоды. Продуктивность пчелосемей снижается как в засушливый, так и в дождливый сезон, что тоже нужно учитывать.

Наш мёд популярен по всей России. Но его репутацию портит массовая фальсификация. Причиной этого является низкое развитие отрасли и необходимость укрепления ее законами

о пчеловодстве. В Россию поступает много мёда из Китая, который не имеет нужного качества, а его скупают большими партиями из-за низкой цены. Западные страны быстро решили эту проблему, запретив его импорт, а в России пока такого закона нет.

Еще одна проблема состоит в том, что потребители хотят покупать качественный продукт по приемлемой цене. Но, получая информацию о фальсификатах мёда и добавления в него антибиотиков, потеряли к нему интерес. Люди стали забывать о пользе мёда, спрос на него падает. Хотя этот продукт был корнем медицины в древности.

Решить проблему с фальсификацией поможет регистрация торгового знака «Алтайский мёд», получить который смогут лишь те, кто будет входить в объединение пчеловодов. Документы о регистрации были отправлены еще в 2013 году, они уже прошли экспертизу, но решения по данному вопросу пока не принято.

В 2015 году также говорят о создании кооперации пчеловодов. Берется это из опыта Канады, где создаются специальные организации примерно по 2000 пчелосемей. Пчеловоды работают вместе от одной фирмы, что облегчает процесс документации, фасовки и поиска крупных клиентов.

В настоящее время повышение эффективности отечественного агропромышленного комплекса напрямую зависит от развития малых и средних форм предпринимательства. Развитие на сельских территориях пчеловодческой деятельности с полным основанием может считаться одним из действенных рычагов, благодаря которому отечественная экономика сделает движение вперед с учетом продуманных перспектив ее развития. В крае существуют несколько организаций пчеловодов, но в основном пчеловоды осуществляют свою деятельность самостоятельно, без кооперации с партнерами. Они продают мёд по наработанной за многие годы базе клиентов. Идей для развития пчеловодства в Алтае множество, но для их внедрения нужны средства. В крае множество полей и есть потребности в их опылении. Во многих странах фермеры доплачивают пчеловодам некоторый процент, чтобы те располагали свои пасеки рядом с их полями. У нас пока такого сотрудничества пчеловодов с фермерами нет. Так что потенциал в этой отрасли есть, нужно лишь ее развитие.

Список используемых источников

1. <http://www.ylejbees.com/index.php/pchelovodstvo-v-mire/1277-pchelovodstvo-na-altai>
<http://www.agronews.ru/news/detail/128728/>

РЕАЛИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО РЕКОНСТРУКЦИИ ЭЛЕВАТОРА НА БАЗЕ ООО «АЛЬЯНС»

Крупицкая Д.И.– студент, Казанцева Л.Г. – к.г.н., доцент

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

Алтайский край – аграрный регион, в котором выращивание зерновых и технических культур с подработкой и хранением является важным направлением деятельности. В крае последние несколько лет активно реализуется программа строительства и реконструкции элеваторов, в результате современные комплексы по сушке и подработке зерна уже работают во множестве районов Алтайского края. Алтайский край использует все возможности развития производства, созданные мировой экономической ситуацией. Решение задачи импортозамещения, поставленной Президентом Российской Федерации Владимиром Путиным [1] обсуждается главой региона на встречах с трудовыми коллективами. По мнению Александра Карлина, сельхозтоваропроизводители и предприятия пищевой промышленности Алтайского края сегодня получили уникальную возможность нарастить объемы производства и вывести свою продукцию на полки национальных торговых сетей. Интерес к продуктам питания, произведенным в нашем крае, необыкновенно возрос после того, как ряд стран попытался ввести против России экономические санкции [2].

В свете современных событий выращивание зерновых и технических культур с подработкой и хранением становится все более актуальным. ООО «Альянс» занимается покупкой, подработкой и продажей зерновых и технических культур с 2006 года. С 2010 года деятельность фирмы переносится в Поспелихинский район, на станцию Озимая. В 2014 году в ипотеку на 10 лет приобретает элеватор. Реконструкция элеватора, а также подъездных автомобильных и железнодорожных путей осуществляется за счет кредита, взятого в банке (в качестве обеспечения выступает сельскохозяйственная техника и элеватор, приобретенные в рамках проекта) и за счет средств от коммерческой деятельности. Основные поставщики сельскохозяйственной техники – ООО ТК «Европа», ООО ТД «Аркона», ООО «АМ-Групп». Поставщиком оборудования и сооружений элеватора является ООО «АгроХимПром-Техно». Предприятие увеличивает мощность работы элеватора и становится основным работодателем в данном населенном пункте. Выгодное положение рядом с железнодорожной станцией, а также наличие собственных подъездных путей создают благоприятные условия для приемки зерна сельхозпроизводителей и его отгрузке зернопереработчикам, а также для оказания услуг таких услуг для сторонних организаций.

Территория Поспелихинского района характеризуется благоприятными почвенно-климатическими условиями для возделывания культур, также здесь находится ООО "Поспелихинская макаронная фабрика", производящая высококачественные макаронные изделия по итальянской технологической линии, и компания Увелка ООО "Ресурс", являющаяся современным переработчиком зерна и производителем качественных круп и зерновых хлопьев. Указанные предприятия закупают зерно после подработки, таким образом, решаются вопросы сбыта продукции.

Кроме того, ООО «Альянс» арендует земельные участки и сельскохозяйственную технику для выращивания зерновых и технических культур в Панкрушихинском районе, часть техники находится в частной собственности. Предприятие развивается как семейный бизнес, с 2013 года единственным учредителем и Генеральным директором становится автор данной статьи, студентка группы Тур-21. Головной офис фирмы находится по адресу г. Барнаул, ул. Сухэ-Батора 3а.

Перспективы реализации инвестиционного проекта заключаются в создании сайта компании, участии в программах государственной поддержки, увеличении производительности элеватора в процессе дальнейшей реконструкции,

Список использованных источников

1. Задачу импортозамещения нужно решить в течение 3-5 лет [Электронный ресурс] // Агроинфо: главный портал главной отрасли. – Режим доступа: <http://agroinfo.com/zadachu-importozameshheniya-nuzhno-reshit-v-techenie-3-5-let/>. - Загл. с экрана
2. Рабочая поездка Александра Карлина: Алтайский край использует все возможности развития производства, созданные мировой экономической ситуацией [Электронный ресурс] // Официальный сайт Алтайского края. – Режим доступа: http://www.altairegion22.ru/territory/regions/suetrain/news/?ELEMENT_ID=366879

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ИДЕИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ МУЗЫКАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Никонов В.И. – студент, Высоцкая О.А., – ст. преподаватель,
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Одним из наиболее популярных направлений туризма в настоящее время является событийный туризм. В настоящее время этот вид туризма настолько быстро развивается, что в ближайшем будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров. Событийный туризм – вид туризма, при котором путешествия, связаны с каким либо событием и определённой датой. Примерами событий, вызывающих

всплеск событийного туризма могут быть: олимпиады, чемпионаты мира по футболу, рок-фестивали, кинофестивали, карнавалы, экономические форумы, авиасалоны и т.д.

Сегодня путешествия, связанные с различными событиями стали достаточно популярны среди российских туристов, особенно интересен такой тур для корпоративной поездки. Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию.

Виды событийного туризма : 1. Национальные праздники 2. Театрализованные шоу. 3. Фестивали кино и театра, 4. гастрономические фестивали 5. Выставки 6. Модные показы 7. Аукционы 8. Музыкальный туризм 9. Спортивный туризм

Одним из самых массовых и перспективных видов событийного туризма, на наш взгляд, является музыкальный туризм.

Музыкальный туризм – разновидность туризма, в котором турист совершает поездку для того, чтобы принять участие в каком либо музыкальном мероприятии. Для туриста в этом случае не имеет значения ни место пребывания, ни средства размещения, ни транспорт каким он доставлялся на это мероприятие. Для туриста главная ценность именно то музыкальное событие, которого он так долго ждал.

Существенной проблемой является организация путешествия (транспорт, средства размещения). Далеко не каждый человек может самостоятельно организовать свою поездку на мероприятия тем более если оно проходит за границей. Проблема заключается в том, что, во-первых, билеты на масштабные события приобрести довольно сложно, во-вторых причиной является высокая стоимость такого тура. Событийный тур– это индивидуальный тур, его разработка требует значительных затрат, а если учитывать, что в настоящее время индустрия туризма переживает тяжелейший финансовый кризис, то поездка за границу на какое-либо мероприятие, вообще практически невозможна. В таких условия рождается ещё больший спрос, на музыкальные мероприятия, особенно это касается зарубежных групп. Так как турист самостоятельно не может удовлетворить свои потребности, начинается «потребительский голод».

В настоящее время лишь в Новосибирске проводятся серьёзные музыкальные мероприятия, с участием иностранных звёзд. Они стабильно собирают достаточно большую аудиторию, но всё же их не достаточно много. А что касается фестивалей то самыми известными музыкальными мероприятиями, являются Новосибирские фестивали «Дни энергии», «Обская волна», «Sibrock» и «Восхождение» из Алтайского края. Этого конечно же недостаточно для развития туризма.

Хорошим примером может послужить как раз вышеупомянутый ежегодный рок фестиваль «Восхождение». Данное мероприятие проводится с 2014 года и уже зарекомендовало себя как событие пользующееся популярностью. Одной отличительной чертой данного мероприятия является то, что фестиваль каждый раз проводится в разных местах, причём для проведения выбираются специально районы с богатым рекреационным потенциалом, природные заповедники. В прошлом году фестиваль проводился в Курьинской области, на берегу Белого озера. Фестиваль собрал не менее 1500 участников, примерно половина из них вернулись в район ещё раз, с целью туризма. Соответственно можно сделать вывод, что если заниматься организацией фестивалей в какой либо заповедной местности в крае, то это будет являться как рекламой наших природных богатств, что безусловно будет положительно влиять на имидж края, так и собирать огромное количество туристов в какой либо области края, что обеспечит заполнение гостиниц и задействование всех туристских услуг, что также является продвижением туристской индустрии Алтайского края.

Музыкальный туризм имеет несколько серьёзных плюсов, один из них отсутствие сезонности, мероприятия можно организовывать круглый год. Другим большим плюсом является то, что данные мероприятия способствуют развитию культуры в регионе, дают возможность местным музыкантам раскрыть свой творческий потенциал. Ещё одним серьёзным плюсом музыкального туризма является то, что основной целевой аудиторией являются фанаты и поклонники определённых исполнителей, а для них география

мероприятия не имеет практически никакого значения, они готовы тратить огромные деньги за возможность увидеть своего кумира вживую.

В связи с кризисом множество туристов ориентируются на отдых, не выезжая за пределы страны. Бизнес-идея заключается в создании компании по организации музыкальных туров не только по миру, но и в Алтайский край, чтобы привлечь людей в наши слабо развитые с точки зрения туризма районы. Например, Чарышский район Алтайского края. Этот район имеет огромный потенциал для развития туризма, однако слабо освоен. Если организовать там крупный музыкальный фестиваль, собрать 10-15 тысяч человек, для многих откроется данный район с новой стороны. После фестиваля определенный процент туристов захотят вернуться в район, а это будет большим толчком для развития туристской отрасли в данной местности.

В музыкальном туризме очень важно правильно выбрать хедлайнеров фестиваля. Нужно понимать, какая группа, исполнитель, смогут собрать максимально большое количество участников, при минимуме затрат. Для этого необходимо проводить опросы, отслеживать рейтинги исполнителей. Необходимо следить за модными направлениями в музыке и примерно представлять насколько актуален тот или иной исполнитель в нашем регионе. Для проведения мероприятия ещё немалую роль играет грамотная организация, хороший звук и инфраструктура. При выполнении всех этих требований, музыкальное мероприятие способно стать настоящим праздником, которое надолго запомнится его участникам.

Проект по созданию компании, специализирующейся на музыкальном туризме, был представлен на форуме «АТР-2014», был отмечен дипломом форума.

Алтайский край, как и весь Сибирский регион, нуждается в таких мероприятиях. Если брать опыт других регионов то можно выделить такие события как крупнейший музыкальный фестиваль в России «Нашествие», «Мотоярославец» в Ярославле, «Крым фест» в Крыму. Данные мероприятия собирают ежегодно не менее 100 тысяч человек со всей России и ближнего зарубежья. Нужно перенять опыт этих регионов и применить его на территории Сибири. Такое значимое событие поднимет уровень музыкального развития молодёжи, станет для них хорошим мотиватором. Кроме того это может стать мощным импульсом для развития туризма во всём Сибирском регионе, будет способствовать сближению всех регионов Сибири.

РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО ОРГАНИЗАЦИИ ЙОГА-ТУРОВ В АЛТАЙСКОМ РЕГИОНЕ

Петроченко Е.А. – магистрант, Казанцева Л.Г. – к.г.н., доцент

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

Йога-туры в настоящее время вызывают все больший интерес у туристов со всех регионов мира. Индия, Непал, Тайланд, Китай – страны наиболее популярные для проведения йога-туров за рубежом. В России йога-туры преимущественно проводятся на побережье Черного моря, на Кавказе, в Крыму, а так же на Байкале, в Республике Тыва, Горной Шории. Алтайский регион является также привлекательным для этого вида туризма.

Для проведения йога-туров на Алтае наиболее подходящими местами являются Телецкое озеро, Чемал, озеро Ая, Семинский перевал, Салаирский кряж. Так же йога-туры проводятся в равнинной и предгорной частях Алтайского региона – это соленые озера степной части, озеро Колыванское, озера ленточных боров и др. Разнообразие природы Алтая и его рекреационный потенциал позволяют разрабатывать и организовывать йога-туры различной длительности (от 2-3 дней до нескольких недель), для различного контингента людей (для новичков и давно практикующих йогу), в разнообразных ландшафтных условиях (степь, горная тайга, озера и др.)

Бизнес-проект по созданию Студии Саморазвития «Пуск» был разработан в 2013 году в рамках федеральной программы «Ты - предприниматель» и проектной деятельности

Студенческого бизнес-клуба АлтГТУ, апробирован на Международном управленческом молодежном форуме «АТР. Алтай. Точки роста. – 2013-2014», Региональном конкурсе «Молодой предприниматель Алтай – 2013-2014». В 2013 году проект вышел в финал Всероссийского конкурса молодежных авторских проектов, а в 2014 году проект дорабатывался на вновь открывшейся площадке «Турбизнес» на форуме «АТР». В 2014 году проект стал победителем Регионального конкурса «Молодой предприниматель Алтай», заняв 3 место в номинации студенческий бизнес. Результаты реализации проекта освещены на 11-ой Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и молодежь - 2014».

Йога-туры были организованы Студией Саморазвития «Пуск» на Телецкое озеро на базу «Бия заповедная». Энергия Телецкого озера благотворно влияет на здоровье человека, восстанавливает физические и духовные силы. Телецкое озеро славится особым целебным климатом, живописными ландшафтами, о нем создано множество легенд. Программа йога-тура включала посещение водопада Корбу, где была проведена практика по медитации, на Змеиной горе у святого источника проводился сеанс по релаксации. Экскурсия к местному художнику, мастеру по работе с камнем, деревом, глиной, с целью погружения в творческую энергию рабочего места художника мобилизовала высвобождение собственных творческих энергетических потоков клиентов. Поделки с изображением мандол (рисунков, позволяющих концентрироваться в медитации) также помогали создать необыкновенную атмосферу взаимодействия природной энергии с человеческим духом.

В йога-туре приняли участие люди, которые уже являлись клиентами Студии Саморазвития «Пуск», а так же люди, увидевшие рекламу в интернете (на сайте «ВКонтакте»). Это были женщины от 20 до 55 лет различной физической подготовкой с разными взглядами на жизнь. Их объединяло желание получить новые знания, улучшить состояние здоровья, по-новому взглянуть на самих себя. Преобразование группы в команду началось до начала тура (на занятиях по йоге в городе Барнауле), проходило в течение всего тура и продолжается после его завершения. Стоимость тура, включающая проезд, проживание, питание (вегетарианское), занятия по йоге и медитации составила 7500 рублей. Продолжительность тура без дороги – четыре дня.

Программа тура включала ежедневные утренние и вечерние занятия по йоге и медитации, мастер-классы по приготовлению блюд вегетарианской, веганской, сыроедческой кухни, экскурсии, лекции, индивидуальные занятия по очищению поющими чашами. Соблюдался особый режим дня в соответствии с солнечными ритмами: пробуждение в 6 утра и отбой в 10 вечера. Именно такой режим мобилизует внутренние резервы организма и включает природные механизмы самооздоровления. Очень важен сон с 10 вечера до 2 ночи: в это время в организме вырабатывается мелатонин, важнейший иммуностимулятор и антиоксидант, и серотонин – гормон счастья.

С помощью анкетирования было выявлено, что клиенты остались довольны проведением тура. Все единогласно согласились, что раннее пробуждение оказало очень благотворное влияние на настроение и самочувствие в течение дня, в результате включения в работу естественных биоритмов человеческого тела. Так же было отмечено, что йога на открытом воздухе создала продуктивную атмосферу на занятиях. Питание и мастер-классы по вегетарианской, веганской, сыроедческой кухне для всех были очень полезными и для многих блюда имели непривычный приятных вкус. Некоторые клиенты были удивлены питательной, полезной и вкусной пищей, не предполагая столь разнообразную рецептуру сатвичной (чистой) диеты. Впечатление произвела и энергетика живописных мест Телецкого озера с необыкновенным водопадом Корбу и чистейшей водой источника Змеиной горы.

Перспективы развития бизнес-проекта по организации йога-туров в Алтайском регионе заключаются в продолжении проведения йога-туров на Телецкое озеро с привлечением большего количества клиентов, в том числе из других регионов России и мира. Будут разработаны новые туры в Чемал, на Колыванское озеро, к подножию Белухи. В дальнейшем предполагается организация йога-туров за пределами Алтайского региона – на озеро Байкал,

в Крым, а также за пределы России – в Индию, Непал, Тибет. Расширение спектра программ по йоге: семейная йога, йога для детей, йога для мужчин, йога для преподавателей, предпринимателей, йога для беременных. Предполагается участие в форуме «АТР – 2015» и дальнейшая проработка бизнес-проекта на площадке «Турбизнес», презентация на конкурсе «Молодой предприниматель Алтай – 2015». Реализация бизнес-проекта позволяет апробировать на практике теоретические положения магистерской диссертации, выполняемой на кафедре «Сервис и туризм» АлтГТУ, защита которой состоится в июне 2015 года.

ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЕКТА В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАНТОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Ратушин Е.Г. – аспирант, Казанцева Л.Г. – к.г.н., доцент

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

Бизнес-проект ««ТалВеб.рф – Цифровой Мир Тальменки» направлен на предоставление услуг по продаже, ремонту и обслуживанию компьютеров и цифровой техники, созданию и обслуживанию компьютерных сетей, установке спутниковых антенн, подключению видеонаблюдения в р.п. Тальменка Алтайского края. Автор проекта, участник Студенческого бизнес-клуба АлтГТУ им. И.И. Ползунова, прошел обучение по программе «Ты - предприниматель», реализованной в 2013 году в АлтГТУ, принял участие в Международном управленческом молодежном форуме «АТР. Алтай. Точки Роста. – 2013, 2014», Региональном конкурсе «Молодой предприниматель Алтай – 2013, 2014», стал победителем проекта «Мой выбор – Регион 22», получил Благодарственное письмо от Главного управления образования и молодежной политике Алтайского края за личный вклад в реализацию бизнес-проекта, способствующего распространению и развитию цифровых технологий на территории Тальменского района Алтайского края.

В августе 2014 года был подан комплект документов для получения гранта начинающим субъектам малого предпринимательства на создание собственного бизнеса. Это субсидия индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, предоставляемая на безвозмездной и безвозвратной основе на условиях долевого финансирования расходов, связанных с началом предпринимательской деятельности. Гранты предоставляются на конкурсной основе. Сумма Гранта не может превышать 300 тыс. руб. для одного субъекта предпринимательской деятельности. Изучение и обобщение практического предпринимательского опыта в процессе реализации бизнес-проекта в рамках государственной грантовой поддержки имеет большое значение для молодых начинающих предпринимателей, так как подобная информация отсутствует в учебниках и учебных пособиях, но ее знание поможет более эффективно направить имеющиеся ресурсы (интеллектуальные, временные, финансовые, информационные и др.) на реализацию проекта.

Идея по созданию сервисного центра вынашивалась и продумывалась несколько лет. Реализация проекта началась без бизнес-плана, точнее бизнес план был, но в голове, т.е. на уровне интуитивного планирования, но чтобы получить финансовую поддержку надо было разработать бизнес-план как формализованный документ. На момент написания бизнес-плана многое в проекте было уже реализовано: частично закуплено оборудование, налажены отношения с основными поставщиками, арендовано помещение, а самое главное, уже имелись знания и навык для успешной реализации проекта. Бизнес-план был написан всего ушло всего несколько дней, но в процессе формализации многие нюансы, которые крутились в голове, остались за пределами формализованного документа. Но как позднее выяснилось, на тот момент этого было достаточно.

Кроме бизнес-плана необходимо было предоставить целый ряд документов:

• заявку на участие в конкурсном отборе для предоставления начинающим субъектам малого предпринимательства целевых грантов (на создание собственного бизнеса) и приложить

- копию свидетельства о государственной регистрации юридического лица
- копию свидетельства о постановке на учет в налоговом органе,
- выписку из Единого государственного реестра юридических лиц,
- справку об исполнении налогоплательщиком обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней и налоговых санкций,
- справки территориальных органов Пенсионного фонда Российской Федерации и Фонда социального страхования Российской Федерации о состоянии расчетов по страховым взносам, пеням и штрафам, справку о средней численности наемных работников на момент подачи заявки, заверенная подписью руководителя и печатью заявителя,
- копию документа, подтверждающего отношение Субъекта к приоритетной целевой группе непосредственно перед его государственной регистрацией;
- копию документа, подтверждающего прохождение Субъектом краткосрочного обучения, или копию диплома о высшем юридическом и (или) экономическом образовании (профессиональной переподготовке);
- ходатайство администрации муниципального района (городского округа);
- анкету получателя поддержки.

Такой перечень документов может шокировать предпринимателей, так как для сбора и предоставления всех выше перечисленных документов требуется время, а, самое главное, терпение. Необходимо также учитывать, что срок предоставления справок может составлять неделю и более, поэтому их нужно заказывать заблаговременно, чтобы успеть к сроку окончания приема заявок. В рассматриваемом случае это без автомобиля это сделать было бы очень сложно, так как проект реализуется в Тальменке, и большинство вопросов решается через Новоалтайск. Однако в самом процессе подготовки документов (сбор справок), как потом стало понятно, заложено очень хорошее начало: надо пройти через все основные органы (налоговую, ПФР, ФСС, Администрацию района), с которыми предприниматель далее будет неизбежно общаться.

После подачи всех документов, проекты, получившие определенное количество баллов были представлены перед конкурсной комиссией. Члены комиссии в основном оценивали насколько предприниматель готов грамотно распорядится деньгами и выстроить бизнес, здесь надо четко представлять за чем, на что и сколько надо потратить, чтобы проект не провалился. Для комиссии были озвучены те нюансы, которые на попали в бизнес-план.

После того, как стали известны итоги конкурса, с Управлением Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры был заключен договор о предоставлении гранта. Предмет договора заключается в том, что Грантодатель безвозмездно передает денежные средства (далее – Грант) для целевого использования Грантополучателем, а Грантополучатель обязуется принять Грант и распорядиться им исключительно в соответствии с целями, условиями и в порядке, утвержденном постановлением Администрации края от 11.07.2011 № 362 «О предоставлении начинающим субъектам малого предпринимательства целевых грантов (на создание собственного бизнеса)» и настоящим договором. Также в договоре четко были прописаны размер Гранта и порядок выплаты, права и обязанности Грантодателя и Грантополучателя, отчетность и контроль за выполнением проекта, ответственность сторон, условия изменения или дополнения договора, разрешения споров. К договору были приложены календарный план работ, смета расходов на реализацию бизнес-проекта, итоговый отчет о выполнении календарного плана работ. Специалисты Управления консультировали по вопросам заключения договора и реализации проекта, также консультационную поддержку оказывал Студенческий бизнес-клуб АлтГТУ.

Не за долго до получения финансовой помощи, было приобретено по удачной цене ветхое помещение практически в центре поселка. Но перспективы перебраться в него в

ближайшее время не было. Получив финансовую поддержку, мечта переехать в собственное помещение стала реальной. Однако в начале реализации проекта все деньги вкладывались на приобретение оборудования, комплектующих, рекламу, аренду, транспортные расходы, заработную плату и т.д. С каждым месяцем объемы прибыли увеличивались, все пункты бизнес-плана были успешно выполнены. И только через девять месяцев началась работа над помещением. Бюджет был сильно ограничен, практически все делалось своими руками. С начала августа 2014 г., в сезон отпусков, когда все отдыхают, работая без выходных, по 12 часов в день ремонтировали первую половину здания, ремонт был закончен к концу сентября. Однако несколько дней в августе удалось отдохнуть, да еще и с пользой – посетив форум «АТР - 2014».. Уже в первых числах октября состоялось открытие нового сервисного центра, началась работа на новом месте. Однако для комфортной работы нужно было доделать вторую половину здания. К концу месяца помещение сервисного центра с полностью оборудованными рабочими местами для трех работников было готово. К Новому Году план на год выполнен и сделано даже больше чем планировалось: бизнес-план реализован в полной мере, ремонт помещения выполнен (даже комнату отдыха сделали), планы на будущий год составлены (в голове, хотя полезнее на бумаге).

В конце отчетного периода по гранту приезжала комиссия с проверкой. Проверка прошла успешно, ведь все делалось добросовестно, по плану и с перспективой на будущее. На данный момент отчет по гранту выполнен, с контроля по реализации проекта снят. Подводя итог вышесказанному, можно сделать выводы: во-первых, в России и в Алтайском крае реализуются разные программы поддержки предпринимательства, во-вторых, в этих программах можно и нужно участвовать, в-третьих, поддержку можно реально получить и, четвертых, успешно выполнить заявленные в бизнес-плане показатели тоже вполне реально.

ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАМКАХ АНТИКРИЗИСНОГО ПЛАНА ПРАВИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сиденко А.А. – студент, научный руководитель Горяинова Е.О. – ст. преп.
Алтайский государственный университет (г. Барнаул)

Малое и среднее предпринимательство (МСП) является основой рыночной экономики и его роль нельзя переоценить. Во-первых, субъекты этой категории обеспечивают наличие конкуренции на местных рынках, удовлетворяют спрос населения в сфере товаров не серийно-массового, а индивидуального характера, предоставляют немало рабочих мест с учетом самозанятости населения, и даже являются одними из лидеров по разработке и внедрению инноваций самых различных областей. Однако, несмотря на свою гибкость, МСП это и одна из наиболее уязвимых категорий экономических субъектов. Представители МСП не успевают либо просто не могут быстро адаптироваться в кризисных условиях, потому что в отличие от более крупных игроков, они не обладают запасами средств и резервов, позволяющих переждать тяжелое время, чтобы потом продолжить развиваться. В связи с этим поддержка малого предпринимательства является приоритетной при любом состоянии экономики, а особенно в кризисные периоды.

Сегодня наша экономика переживает не лучшие времена: падение цен на нефть, которая все еще является основным экспортным товаром, снижение курса рубля по отношению к ключевым мировым валютам, санкционное давление со стороны зарубежных правительств. В таких условиях малому бизнесу приходится нелегко, особенно это касается тех, кто так или иначе связан с закупкой импортного сырья (например, кофе для мобильных кофеен) или сотрудничеством с зарубежными партнерами в области импортных поставок (например, закупка товаров для последующего распространения).

В целях обеспечения социальной стабильности и поддержания экономики на пути развития в текущих условиях, Правительством РФ был разработан и утвержден «План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и

социальной стабильности в 2015 году», получивший неофициальное название антикризисного плана.

Данным документом предусмотрены ключевые направления действий Правительства по реализации провозглашенных целей, среди которых и содействие развитию малого и среднего предпринимательства за счет снижения финансовых и административных издержек. Реализация данного направления возможна за счет следующих мероприятий.

Во-первых, предлагается изменить сами критерии отнесения экономических субъектов к МСП путем увеличения в 2 раза предельных значений выручки от реализации товаров (работ, услуг): для микропредприятий - с 60 до 120 млн. рублей; для малых предприятий - с 400 до 800 млн. рублей; для средних предприятий - с 1 до 2 млрд. рублей [1, с.18].

Данная мера отражает назревшие перемены и по сути это можно назвать своеобразным «индексированием критериев», которые приводятся в соответствие с реальной обстановкой. На вопрос: в чем разница для предприятий, к какой категории они относятся, можно ответить, что будучи субъектами МСП они получают право на некоторые льготы (в том числе по налогообложению), а также на участие в государственных и муниципальных программах поддержки. В тоже время сложно однозначно оценить данные перемены, поскольку многие успешные организации, которые стали теперь относиться к МСП пожелают воспользоваться налоговыми льготами, что отразится на поступлениях в бюджет. И тем не менее положительный эффект должен это перекрыть.

Следующая мера выделяется среди других в блоке поддержки МСП, поскольку рассчитана на прямое финансирование в размере 5 млрд.рублей, что полностью обосновано необходимостью вложения средств в разработку и внедрение инновационных проектов. Таким образом, государство не отступает от ранее намеченной стратегии инновационного типа развития, в связи с чем расширяются меры поддержки малых инновационных предприятий путем предоставления грантов и расширения программ, реализуемых Фондом содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере [1, с.18]. Развитие науки и разработка инновационных проектов, имеющих перспективу коммерциализации – это основа, на которой и нужно строить экономику нового уровня развития.

Интересной является мера по снижению избыточного антимонопольного контроля, которая приведет к сокращению внеплановых проверок субъектов МСП, а значит и снижению связанных с этим издержек. Сложно сказать, почему эта мера отнесена именно к первоочередным, но бизнес должен быть ей доволен.

Также государство планирует воздействовать на увеличение спроса на продукцию МСП путем расширения возможностей их доступа к закупкам, осуществляемым в соответствии с ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»[1, с.22].

А теперь перейдем, наверное, к главным позитивным для бизнеса изменениям – смягчение налогообложения. Правительство решило предоставить субъектам Российской Федерации право снижать ставки налога для налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения с объектом налогообложения «доходы», с 6% до 1%, а применяющим систему налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности, с 15% до 7,5%.

Мера очень ощутимая, однако, можно предположить, что ее реализация будет носить противоречивый характер, потому что далеко не все регионы захотят или будут иметь возможность снизить налог. Это будет иметь несколько последствий. Первое – усиление дифференциации регионов, второе – предприниматели будут искать схемы налоговой оптимизаций, и возникнут такие ситуации: в одном регионе ставка осталась равна 6%, а в соседнем стала 1,5%, возникает вопрос, а почему бы не зарегистрироваться в соседнем регионе, а потом просто продолжать свою деятельность? Однако играя на опережение, Правительство предусмотрело такую меру, как исключение доходов, получаемых в результате применения специальных режимов налогообложения, из оценки налогового потенциала субъектов Российской Федерации в целях расчета объема межбюджетных

трансфертов, что должно стимулировать региональные власти к применению предложенной политики налогового стимулирования. Тем не менее, данная мера не дает стопроцентных гарантий, что субъекты РФ будут максимально следовать полученным рекомендациям.

Кроме изменения ставок по одним спецрежимам предусмотрена корректировка других, в том числе расширение перечня видов деятельности, по которым возможно применение патентной системы налогообложения. Это должно также привести к снижению налоговой нагрузки на предпринимателей, занимающихся мелкосерийным производством, ранее не включенным в соответствующий перечень. Еще одно изменение в патентной системе связано с предоставлением права субъектам РФ снижать в 2 раза максимальный размер потенциально возможного к получению ИП годового дохода (с 1 млн. рублей до 500 тыс. рублей) [1, с.20]. Согласно намеченному плану, данные меры должны привести к расширению практики применения патентной системы, высвобождению дополнительных оборотных и инвестиционных средств у индивидуальных предпринимателей, применяющих патентную систему. Насколько данные цели будут достигнуты сказать сложно, поскольку сама по себе патентная система до сих пор не получила должного распространения и даже при расширении сферы ее действия может не привести к нужному эффекту.

Введение «патента для самозанятых граждан» призвано выводить бизнес из тени, максимально упрощая процедуры его регистрации. Проект этого закона обсуждается уже довольно долго, но говорить о его окончательном варианте еще рано, ведь как мы и видим, он запланирован только на 1 августа 2015г.

Одним из самых действенных стимулов является введение права на применение 2-летних «налоговых каникул» всеми впервые зарегистрированными индивидуальными предпринимателями в сфере производственных и бытовых услуг. Это должно привести к снижению барьеров для старта предпринимательской деятельности и побудить предпринимателей к решающему шагу в открытии собственного дела.

Таким образом, можно подвести общие итоги. Правительство разработало целый комплекс мер, направленных на поддержку развития МСП, особенно в областях наиболее интересных для самой экономики. Меры носят разносторонний характер, что позволяет охватывать различные области интересов предпринимателей. Изменения в законодательстве, выделение финансирования и, конечно, стимулирующая фискальная политика в итоге должны привести к расширению сектора МСП, развитию его отдельных субъектов и более полному выполнению его экономических функций и стабильному развитию экономики в целом.

Литература:

1. План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году. Утвержден распоряжением Правительства РФ от 27 января 2015г. № 98-р

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК И ТЕХНОЛОГИЙ НА РЫНОК ТОВАРОВ И УСЛУГ ГОРОДА БАРНАУЛ И ИХ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ

Синельников А.О. - студент, Высоцкая О.А.- ст.преподаватель

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

Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова является площадкой для научной работы и инновационных открытий. Наличие мощной технической базы, высококвалифицированных специалистов и лабораторий позволяет совершать открытия, аналогов которых нет на территории не только Алтайского края, но и России, и, даже, за ее территорией. Ряд уже имеющихся разработок научного комплекса АлтГТУ позволит усовершенствовать производственные процессы предприятий города Барнаул и

Алтайского края, а так же составить конкуренцию крупным брендам и организациям на рынке товаров и услуг.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что научному комплексу АлтГТУ необходима коммерциализация его разработок. Встает вопрос о способах и методах продвижения технологий на рынок, а также, о проблемах, с которыми можно столкнуться при осуществлении данных процедур.

Именно о проблемах хотелось бы поговорить, так как продвижение инновационных разработок имеет свои нюансы и особенности.

Цель работы: выяснить особенности продвижения инновационных разработок и технологий на рынок товаров и услуг города Барнаул.

Задачи:

1) Определить сложности при продвижении инновационных разработок на рынок товаров и услуг города Барнаул и Алтайского края

2) Выявить причины возникающих сложностей.

3) Разработать маркетинговую стратегию, способствующую продвижению инновационных разработок на рынок товаров и услуг.

4) Рассмотреть меры государственного стимулирования инвестиционной деятельности в Алтайском крае.

В первую очередь, необходимо обратить внимание на сложности, которые могут возникнуть при попытке создания инновационного предприятия. К проблемам, препятствующим успешному развитию инновационного бизнеса, можно отнести следующее:

1) Нежелание ряда изобретателей коммерциализировать свои открытия.

Некоторые ученые, к сожалению, в силу своих сомнений, неопытности или по иным причинам не хотят заниматься бизнесом и выводить свое открытие на рынок. Зачастую, это является основной проблемой, при попытке выведения разработки на рынок.

2) Трудности нахождения инвесторов.

Крупные инвесторы всегда опасаются, что их деньги будут потрачены “впустую”, поэтому неохотно идут на контакт с начинающим инновационным бизнесом. Для решения этой проблемы необходимо составить качественный бизнес-план, а так же работать одновременно с несколькими потенциальными инвесторами.

3) Сложности при внедрении изобретений в ряд производственных процессов.

Использование новых технологий позволяет внедрить их в технологические процессы некоторых промышленных предприятий, что может сказаться на улучшении производительности или качестве конечного продукта. Но, в некоторых случаях, замена технологии, или изменения оборудования, может обойтись дороже, и не всегда окупаема, либо окупается длительный период времени.

4) Отсутствие технических возможностей, для увеличения производства конечного продукта.

Продукты, полученные в лабораторных условиях, и создающиеся в промышленных масштабах значительно разнятся по количеству оборудования и исходных материалов, поэтому встает проблема сложности производства товаров на продажу. Причинами могут служить: энергозатратность, отсутствие необходимого оборудования, технологические особенности производства, отсутствие квалифицированных сотрудников, способных осуществлять и контролировать процесс производства.

В случае, успешного преодоления всех возникших трудностей, необходимо перейти к следующему этапу – разработке грамотной маркетинговой стратегии. Данная стратегия подразумевает под собой определение таргет - групп, методы информирования потребителей, бизнес – планирование, определение финансовой политики организации и заключение двусторонних соглашений с инвесторами и партнерами. Для донесения до потребителя особенностей инновационной разработки, необходимо выявить и сформировать конкурентные преимущества, что тоже является задачей маркетинговой стратегии.

На сегодняшний день основными мерами государственного стимулирования инвестиционной деятельности в Алтайском крае (постановление Администрации Алтайского края от 15.09.2007 №437 «О мерах государственного стимулирования инвестиционной деятельности в Алтайском крае») являются:

- субсидирование за счет средств краевого бюджета части банковской процентной ставки по кредитам, привлекаемым организациями края и индивидуальными предпринимателями в российских кредитных организациях;
- субсидирование за счет средств краевого бюджета налога на имущество организаций края;
- субсидирование за счет средств краевого бюджета налога на прибыль организаций края.

Кроме того, общемировая практика показывает, что в рамках механизма государственно-частного партнерства государство предоставляет частным инвесторам целый ряд налоговых льгот и преференций.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие инновационного бизнеса является достаточно трудоемким процессом, связанным с рядом трудностей, как экономического, так и производственно-технического характера. Для решения этих проблем необходима грамотная маркетинговая стратегия и активная работа с краевой и государственной грантовой поддержкой малого инновационного бизнеса.

Список используемых источников

- 1) Официальный сайт управления Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры; государственная грантовая поддержка [Электронный ресурс] URL: <http://www.altsemb.ru/agencyaction/financecredit/grants>
- 2) Официальный сайт Центра поддержки предпринимательства Алтайского края [Электронный ресурс] URL: <http://altaicpp.ru/>
- 3) Официальный сайт управления Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры [Электронный ресурс] URL: <http://www.altsemb.ru/>

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПРОЕКТА ПО УСТАНОВКЕ ЧАСТОТНЫХ ПРЕОБРАЗОВАТЕЛЕЙ В КРЕСТЬЯНСКО-ФЕРМЕРСКИЕ ХОЗЯЙСТВА

Титова А.А. - студент, Королёв Д.А. – студент, Казанцева Л.Г. – к.г.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

Довольно часто в сельском хозяйстве, особенно в отдаленных районах, используется однофазная сеть переменного тока. В связи с этим, актуальным становится вопрос обеспечения надежной работы трехфазных асинхронных двигателей мобильных сельскохозяйственных электрифицированных машин от однофазной сети переменного тока [1].

Развитие сельскохозяйственного производства стало толчком к разработке ряда новых мобильных электрифицированных машин: передвижных механических транспортеров и кормораздатчиков, измельчителей грубых кормов, кормодробилок, электронасосов, индивидуальных доильных аппаратов и др. Одним из основных средств для приведения в движение почти всех указанных машин является электродвигатель.

По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [2] на 01.01.2013 года в Алтайском крае зарегистрировано 2877 сельскохозяйственных производителей, большая часть которых расположена в сельской местности. Согласно статистическим данным ОАО «Алтайкрайэнерго» более 90% абонентов частного сектора и более 40% абонентов коммерческого сектора в сельской местности Алтайского края не имеют трехфазного источника электрической энергии. Поэтому возникает проблема внедрения устройства – однофазного регулятора скорости для

трехфазных асинхронных двигателей с короткозамкнутым ротором. На кафедре электротехники и автоматизированного электропривода АлтГТУ был разработан преобразователь частоты для данного типа двигателей [3], данное изобретение запатентовано [4]. В результате теоретических исследований установлено, что разработанный преобразователь может иметь следующие параметры: номинальная мощность - $P_n = 0,75$ кВт, номинальное напряжение - $U_n = 220/380$ В, номинальный ток - $I_n = 3,3/1,9; 4/2,3$ А, число оборотов - $n_n = 1350; 920$ об/мин, коэффициент мощности - $\cos\phi 0,71; 0,75$ [1]; и габариты: от 20×100 мм до 150×300 мм.

Цель: разработать бизнес-проект по организации производства и установки частотных преобразователей векторно-алгоритмического типа в крестьянско-фермерские хозяйства с последующим гарантийным и сервисным обслуживанием.

Задачи:

- определить потенциальных потребителей;
- провести анализ рынка частотных преобразователей;
- определить преимущества предлагаемого продукта перед конкурентами.

Основной целевой аудиторией преобразователей преимущественно являются крестьянско-фермерские хозяйства. Но также преобразователи могут использоваться на предприятиях при производстве конвейеров различных типов, подъемного оборудования, систем водоочистки, центробежных насосов, вентиляторов, металлообрабатывающего оборудования и др.

Апробация опытных образцов с целью их доработки и дальнейшей коммерциализации проводится в крестьянско-фермерских хозяйствах Алтайского края: Кремер Е. В. (с. Зудилово, Первомайский район) и Федосова Е. В. (с. Сорочий Лог, Первомайский район), В данных хозяйствах с помощью коммутатора, ведомого однофазной сетью, осуществляется запуск и работа трехфазных асинхронных короткозамкнутых электродвигателей от однофазной сети переменного тока на нагрузке не более 90% от номинальной, что во многих случаях удовлетворяет условиям эксплуатации использования оборудования.

На сегодняшний момент на российском рынке представлено большое количество производителей преобразователей частоты, как иностранных – азиатских (китайских, японских), европейских, американских и др. – так и российских. Наибольшей известностью пользуется продукция такие производители преобразователей частоты, как Siemens (преобразователи Micromaster), ABB, Control Techniques, Schneider Electric (преобразователи Altivar). К менее известным европейским производителям преобразователей частоты относятся Vacon, Elettronica Santerno, Emotron. К наиболее популярным американским производителям относятся General Electric. Среди азиатских компаний наиболее известна продукция таких производителей частоты, как японские Mitsubishi Electric, Omron, Hitachi, Toshiba, Fuji Electric, корейские и тайваньские LG Hyundai Electronics, Long Shenq Electronic, Delta Electronics.

Есть и российские производители преобразователей частоты – к наиболее популярным относятся “Комбарко”, “Веспер”, “Эрасиб”, “Вектор” и др.

Предложение на рынке частотных преобразователей довольно велико. При таком большом количестве производителей цена и качество варьируются примерно в одинаковых пределах, это модель рынка совершенной конкуренции, на котором действует большое множество производителей и потребителей, вход на данный рынок свободный, здесь всегда можно найти свою нишу. Наши частотные преобразователи являются преобразователями нового типа и обладают высокими характеристиками, качественной сборкой и низкой ценовой категорией, что позволит конкурировать на рынке с другими производителями частотных преобразователей.

Предлагаемые преобразователи имеют следующие достоинства:

- более высокий коэффициент полезного действия;
- обеспечение возможности регулирования частоты электродвигателя;

- уменьшенные до 40% габариты (по сравнению с преобразователями, использующими метод конденсаторного сдвига);
- более низкие эксплуатационные расходы;
- сниженная стоимость всей установки на 40-50% в зависимости от мощности;
- повышенные показатели мощности;
- экономия электроэнергии при переменной нагрузке;
- повышение службы электропривода.

Проект находится на стадии испытания и доработки опытного образца, для его дальнейшей разработки необходимо рассчитать структуру затрат, определить технологию производства, стоимость продукта, условия диагностики и сервисного обслуживания, сформировать команду исполнителей.

Список использованных источников

1. Еремочкин С. Ю. Повышение эффективности мобильных машин в АПК на основе векторно-алгоритмического управления электродвигателем: Дис. канд. тех. наук: 11.06.14 / Алт. гос. техн. ун-т им. И.И.Ползунова.- Барнаул, 2014.-155 с.: ил.
2. Центральная база данных Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Росстат, 2013. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
3. Халина Т.М., Стальная М.И., Еремочкин С.Ю. Устройство питания трехфазных асинхронных короткозамкнутых электродвигателей сельскохозяйственных электрифицированных машин от однофазной сети // Энергообеспечение и энергосбережение в сельском хозяйстве: Труды 8-й Международной научно-технической конференции – г. Москва, 16 - 17 мая 2012. М.: ГНУ ВИЭСХ Россельхозакадемии, 2012. – Ч. 3. – С. 330–334.
4. Преобразователь частоты, ведомый однофазной сетью переменного тока, для питания однофазного асинхронного двигателя: пат. 109938 Рос. Федерация. № 2011120730/07; заявл. 23.05.2011; опубл. 10.10.2011, Бюл. №30. – 2 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ БИЗНЕСА ПО МУСОРОПЕРЕРАБОТКЕ В РЕГИОНЕ

Уваров Н.И. – студент, Высоцкая О.А. – ст. преподаватель,
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г.Барнаул)

В современном мире все более актуальной становится проблема экологической безопасности городов и регионов. Пожалуй, одной из самых востребованных бизнес-идей современности является создание завода по переработке мусора и других бытовых отходов (ТБО). Скопление ТБО в открытых местах угрожает экологии местности, а в среднем на одного человека приходится 250 кг.мусора в год.

Создание завода по переработке мусора городских свалок и свалок ближайших населённых пунктов, нуждающихся в улучшении экологии данного региона, предусматривает переработку пластикового вторичного сырья и получение сухих хлопьев или агломерата, который далее экструдирован (внедряется) в предметы бытового назначения.

В открытии мусороперерабатывающего завода, прежде всего, нуждаются: город, в чертах которого будет расположен завод; близлежащие населённые пункты; фермерские хозяйства; физические лица.

Можно выделить следующие этапы реализации данного бизнес-проекта:

1) Анализ рынка и конкурентов:

По состоянию на сегодняшний день, в Российской Федерации функционирует 243 мусороперерабатывающих заводов, 50 мусоросортировочных комплексов и 10 мусоросжигательных заводов. Один из самых больших мусороперерабатывающих заводов с самой близкой географией к нашему региону считается завод «Чистый Город», находящийся в Красноярске, который в состоянии обрабатывать порядка 730 тыс. тонн ТБО в год.

2) Расчёт потребности в основных и оборотных средствах:

Небольшой завод по переработке ТБО вполне уместится на территории площадью примерно в 1300 квадратных метров. Подразумевается наличие производственных помещений (500-800 кв.м.), а также достаточно вместительного склада (200 кв. м.). Помещение должно располагаться за городской чертой или же в зоне промышленного характера. В идеале такой завод лучше всего построить в непосредственной близости от большого скопления бытовых отходов (свалки). Так вы минимизируете расходы на транспортировку мусора непосредственно до места его вторичной переработки. Завод должен располагаться как можно дальше от жилых домов. В противном случае разрешения на его строительство вам попросту не дадут. Помещение можно приобрести в собственность или же взять в аренду.

Наиболее важным является вопрос выбора оборудования. Если рассматривать необходимый минимум, то список получится следующий: дробилка, измельчающая бытовые отходы, линия сортировки, пресс, бункер для накопления, а также мощный промышленный магнит. Перечень может варьироваться в зависимости от конкретного выбранного направления бизнеса. Вторичная переработка мусора получится намного более эффективной, если обзавестись еще и плавильными печами. Однако данная техника потребует серьезных финансовых затрат. Если есть причины немного сэкономить, то стоит отдать предпочтение технике отечественного производства. Как показывает практика, она пользуется большой популярностью. Следовательно, такое оборудование вполне пригодно для активного использования. Еще один плюс – доступность деталей в случае поломки. Импортные агрегаты чинить дорого и сложно.

На аренду/строительство помещения, которое должно иметь все коммуникации (свет, газ, воду), находиться не менее 700 м от города, соответствовать нормам служб пожарной инспекции, СЭС и электроннадзора требуется порядка 8 млн.руб.

На покупку необходимого оборудования (линии сортировки – 30 млн.руб, бункера накопления мусора – 3 млн.руб., дробилки – 450 тыс.руб, прессы - $150 \cdot 3 = 450$ тыс.руб.) требуется 33,9 млн.руб.

На покупку специального транспорта для перевоза мусора – $1050000 \cdot 15 = 15,75$ млн.руб.

На оплату труда работникам – 3,852 млн.руб.

На оплату налогов и коммунальных услуг – 900 тыс.руб.

На проведение рекламной кампании – 450 тыс.руб

На непредвиденные расходы – 300 тыс.руб.

Таким образом затраты составляют порядка 63,152 млн руб.

3) Потребность в персонале:

Штат предполагает наличие следующих работников:

- начальника производственного отдела (1 чел);
- технолога(1 чел);
- бригады профильных линий — по выбору завода;
- слесарей-наладчиков (4 чел);
- подсобных рабочих (5-6 чел);
- водителей машин (15-18 чел);
- водителей погрузчиков (6-8 чел);
- технички по уборке помещений (5-6 чел);
- бухгалтера(1 чел);
- буфетчицы(1 чел);

Объем реализации с учетом подоходного налога за год равен — 16 670 443 руб.;

Учитывая, что мусор бывает разных видов (пластик, бумажный, стеклянный, металлический, текстильный, древесной), можно разработать несколько профилей его переработки, что значительно увеличит доход предприятия.

Срок окупаемости завода равен $63\,152\,000 / 16\,670\,443 = 4-5$ лет.

Главный источник дохода – оплата услуг клиентами за переработку мусора на заводе. Причем, оплата за эти услуги будет зависеть от использованной технологии на разные виды мусора.

Перспективами развития завода являются стабильный круглогодичный заработок, а также возможность выпуска некоторых материалов, применяемых как в строительстве, так и в сельском хозяйстве и его реализация предприятиям и физическим лицам. Данная услуга будет в качестве дополнительного дохода.

Каждый бизнес-проект имеет свои риски, которыми могут быть:

1. Малый оборот сырья в начале эксплуатации отдельных линий завода по переработке мусора, за счет этого, простои;
2. Отсутствие должного опыта в ведении бизнеса;
3. Малое количество клиентов в начале деятельности предприятия.

Данный бизнес-проект, конечно, очень дорогой, но перспективы его развития очевидны: он может приносить большой основной доход и немалый дополнительный.

Окупить себя предприятие может в течение 4—5 лет. Однако, для этого нужно бороться за клиентуру завода, для чего проводить постоянно рекламную кампанию. Когда завод заработает рейтинг в своем регионе, доход будет стабильным и высоким.

РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТА «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ «УМНЫЙ» ДОМ»

Холодидлин Д.Ю. – студент, Танаджян Е.А. – студент, Казанцева Л.Г. – к.г.н., доцент
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова (г. Барнаул)

О существовании «умных» домов знает сегодня, наверное, каждый, однако, до сих пор далеко не все понимают, что собой представляют данные системы и какие возможности открывают своим жителям. Существует множество толкований понятия «умный» дом, в чем-то похожих, а в чем-то отличающихся друг от друга. Но по существу далеко не все они дают полную информацию [1].

Умный дом – это единая система управления электроприборами и механическими приводами, позволяющая воспринимать и контролировать различные параметры окружающей среды, такие как влажность воздуха, освещенность, присутствие человека, температуру, качество воздуха, давление, возникновение протечек воды и утечек газа. Эта система в чем-то схожа с человеком и совмещает в себе, во-первых, «органы чувств», во-вторых, управляющие элементы, своего рода руки и ноги дома, необходимые для управления освещением и бытовой техникой, воротами и рольставнями, водоснабжением и канализацией, вентиляцией и отоплением. Кроме этого «умные» дома оснащаются широким спектром устройств обратной связи, позволяющих человеку общаться с домом как с помощью простых кнопок, выключателей и светодиодных индикаторов, так и посредством всех современных способов и протоколов проводной и беспроводной связи. Это могут быть пульта дистанционного управления, беспроводные панели, мобильные телефоны и карманные компьютеры. Ряд систем допускают управление голосом [1].

Цели проекта: организовать и развить предприятие в области интеграции систем домашней, офисной автоматизации, предложить самый доступный «умный» дом в регионе и добиться высокого качества обслуживания клиентов.

Задачи:

- организация взаимодействия с поставщиком оборудования;
- выявление потребностей клиента, определение целевой аудитории, создание и обработка базы клиентов;
- разработка коммерческих предложений;
- создание продающих сайтов;
- презентация проекта на различного уровня мероприятиях;

- создание шоу-рума.

Объем мирового рынка интеллектуальных зданий по итогам 2013 года составил \$30,9 млрд., увеличившись за год на 42%. Причем, рынок аппаратных средств для создания интеллектуальных зданий вырос на 41,6% и составил \$19,4 млрд., а рынок услуг по интеграции «умных» систем – на 42% и стал равен \$11,5 млрд. [2].

В России объем рынка интеллектуальных зданий в 2013 году по оценке Discovery Research Group составил \$82,16 млн., причем рынок аппаратных средств на 90% состоит из импортируемой продукции и составляет \$74,7 млн., а объем российского рынка услуг по сборке и монтажу «умных» систем – \$7,4 млн.. Основная масса интеллектуальных зданий сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге. Однако рост рынка обеспечивается, во многом, за счет регионов. Пока "умными" системами пользуются, в основном, владельцы коммерческой недвижимости: по разным оценкам, от 80% до 90% российских "интеллектуальных" проектов приходится на корпоративный сектор [2]. Одной из главных тенденций развития рынка интеллектуальных систем в России является рост доступности «умных» технологий, их удешевление и рост спроса на системы автоматизации [2].

После анализа рынка продукции был выбран российский производитель и поставщик оборудования INSYTE Electronics [1]. Система «умный» дом INSYTE устанавливается по модульному принципу, что даёт возможность построения гибкой системы. Цены на аналогичную продукцию значительно ниже, чем у иностранных производителей. Но если продвигать «умный» дом как товар (оборудование) – то сам по себе он не интересен конечному потребителю. Ему интересны только функции, которые он получит и сколько заплатит за это. Большинство потребителей не хочет углубляться в то, какое это оборудование, его возможности и сложность настройки. Поэтому нужно продвигать «умный» дом, как комплекс функций, как комплексную услугу.

Предлагаемые услуги: установка и программирование систем «умный» дом, разработка проектов домашней и офисной автоматизации, проекты автоматизации «под ключ». Стоимость интеграции системы INSYTE (установка + программирование) составляет 80-100% от стоимости оборудования. Рынок данных услуг в Алтайском крае находится на начальной стадии развития. Компании, предлагающие подобные услуги только начинают появляться. Это означает, что спрос в Алтайском крае растет и появляется предложение. Средняя доля потенциального клиента (в городах с населением 600-1200 тыс. чел.) составляет 4-8% (в зависимости от региона). Таким образом, потенциал для г. Барнаула составляет 25-50 тысяч клиентов. Данная категория потенциальных клиентов видит главные аргументы в пользу «умного» дома: комфорт, безопасность, экономия, возможность наращивать функции и т.д.

Услуги по интеграции систем «умный» дом продвигаются с помощью рекламы в СМИ, наружной рекламы, социальных сетей, тематических выставок, рекламы на торговых точках и др. Самые лучшие продажи – это когда клиент сам попробует «поиграться» с «умным» домом. Для реализации этого понадобится «шоу-рум» – офис, угол в точке продаж, отдельная комната или квартира, оснащённые несколькими функциями.

В процессе реализации проекта заключен дилерский договор на поставку оборудования и организовано сотрудничество с строительными организациями «Умный» дом INSYTE Electronics на базе контроллера SPIDER2, создан сайт [3], контекстная реклама. Техническая часть проекта разрабатывается в рамках выполнения дипломной работы на кафедре «Информационные технологии» АлтГТУ, результаты научно-исследовательской деятельности опубликованы в статьях [4]. В феврале 2015 года проект представлен на Всероссийском Стартап-туре от фонда Сколково, состоявшемся в г. Томске, а также на семинаре, проведенном Алтайским центром инвестиций и развития совместно с ОАО «Сбербанк России» по вопросам получения государственной поддержки и привлечения заемного финансирования кредитных организаций при реализации инвестиционных проектов на территории региона. Информация об инвестиционном проекте «Интеллектуальные системы автоматизации «умный» дом» размещена в Реестре

инвестиционных предложений на сайте Алтайского центра государственно-частного партнерства и привлечения инвестиций [5]. Предполагается участие с данным проектом на Международном управленческом молодежном форуме «АТР. Алтай. Точки Роста. – 2015».

Список использованных источников

1. Российский производитель оборудования «умный дом» и автоматизации INSYTE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.insyte.ru. – Загл. с экрана.
2. Маркетинговые исследования Discovery Research Group [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.drgroup.ru. – Загл. с экрана.
3. «УМНЫЙ» ДОМ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: smarthome22.ru. – Загл. с экрана.
4. Танаджян Е.А., Холодилин Д.Ю., Кривобоков Д.Е. Интеллектуальные системы автоматизации «умный дом» // Ползуновский альманах. – 2014, №1. – С. 195 – 197.
5. Реестр инвестиционных предложений [Электронный ресурс] // Алтайский центр государственно-частного партнерства и привлечения инвестиций. – Режим доступа: http://altinvest22.ru/investoram/reestr_investitsionnyh_predlozheniy.html. – Загл. с экрана.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Шипилов С.В. – магистрант, научный руководитель Горяинова Е.О. – ст. преп.
Алтайский государственный университет (г. Барнаул)

В настоящее время поддерживаются государством и массово развиваются субъекты малого и среднего предпринимательства. По результатам опроса студентов в возрасте от 19 до 23 лет 34% ответили, что задумываются об открытии собственного дела, 12% заявили, что уже открыли свой бизнес, и только 27% заявили, что наверняка будут работать по найму. Поменялась психология людей: теперь выбирая между наемным трудом и собственным бизнесом, при прочих равных условиях, молодежь предпочитает ни от кого не зависеть и развивать собственное дело.

Однако начинающие предприниматели вынуждены действовать в режиме острой экономии средств, а одной из первоочередных задач является оптимизация расходов на содержание и развитие компании. В условиях современной информационной эры подавляющее большинство компаний нуждается в собственном сайте, дабы быть представленными на просторах сети интернет. По данным барнаульского агентства «Летс рок», специализирующегося на создании сайтов, 90% их клиентов это субъекты малого и среднего предпринимательства, в то время как минимальная стоимость создания сайта равняется 20 000 рублей, а сайта интернет- магазина – 95 000 рублей.

В условиях ограниченного бюджета многие компании на начальных стадиях развития не могут себе позволить создание полноценного сайта, в то время как социальные сети дают возможность создания аналога – группы или публичной страницы компании. Создание и продвижение собственного сообщества является наиболее востребованным и часто применяемым инструментом продвижения в социальной сети.

Свое сообщество позволяет решить сразу несколько важных задач: во-первых, постоянно оставаться на связи с пользователями, общаться им, к примеру, о новинках ассортимента или о скидочных акциях. Во-вторых, получать обратную связь от пользователей. В-третьих, информировать о компании новую аудиторию.

Ежедневно в социальной сети ВКонтакте 18 млн. авторов создают записи на своих страничках, ставят 1 млрд лайков, просматривают более 4 млрд страниц и отправляют 2,2 млрд сообщений другим пользователям. Люди проводят в социальной сети от 21 до 63 минут в среднем за день, в том числе около 30 млн используют мобильные устройства [1].

Все эти цифры говорят о том, что продвижение через социальные сети в настоящий момент является одним из приоритетных направлений продвижения для малого и среднего бизнеса.

Изначально социальные сети создавались для того, чтобы пользователи могли находить своих знакомых и общаться с ними он-лайн. В настоящее время сети уже переросли рамки просто среды для общения и постепенно превращаются в своеобразное он-лайн-представительство человека. Соответственно, поведенческие модели пользователей меняются, появляются новые потребности, для которых необходимо внедрять новые сервисы. Сейчас в социальных сетях появляются возможности для полноценного поиска и сортировки информации, хранения файлов, обработки изображений, блогинга, геосоциальные функции и т.д. Пользователи все более вовлекаются в активные действия внутри сетей, и для многих Facebook или ВКонтакте уже стали синонимом слова «интернет».

В последние годы в SMM-работе резко понизился порог входа, и массовый приток в социальные сети компаний малого и среднего бизнеса продолжается до сих пор.

Более других в социальных сетях представлены следующие отрасли:

- торговля;
- локальные производители;
- сфера услуг (салоны красоты, фитнес-клубы и т. п.);
- туристический сектор.

Существуют определенные правила, позволяющие эффективно использовать социальные сети для продвижения бизнеса.

Правило №1. Правильно выбрать площадку для представления вашего бизнеса в социальных сетях.

Правило №2. Четко определить цель присутствия в социальных сетях, например: поддержать (или настроить) коммуникацию со своими клиентами; получить новый канал продаж; создать он-лайн клиентскую службу; организовать дополнительные продажи для своих старых клиентов; повысить узнаваемость бренда/товара/услуги.

Правило №3. Отслеживать обратную связь: нельзя разместить информацию и забыть об этом. Продвижение в социальных сетях это, прежде всего коммуникация с пользователями: мониторинг всех комментариев, которые оставляют пользователи под постами, ответы на них, работа с негативом.

Правило №4. Размещать информацию не периодически, а по мере свободного времени. Для эффективного функционирования сообщества, пользователи должны получать интересный контент ежедневно, тогда сообщество компании постоянно будет у них перед глазами, за счет чего будет вырабатываться лояльность к компании/товару/услуге.

Правило №5. Работать с социальными сетями может не каждый. Эту работу лучше всего доверить профессионалу. В случае, если бизнес не может позволить себе такие затраты – необходимо изучить профессиональную литературу самостоятельно. Аудитория социальных сетей очень чувствительна, поэтому испортить репутацию компании непрофессиональными шагами очень легко.

Правило №6. Анализ и статистика. Собирать, анализировать и использовать статистику в продвижении в социальных сетях нужно обязательно. Это позволяет работать не в «слепую», и знать кто ваш клиент, где его искать, как он реагирует на тот или иной пост и т.д.

Большинство компаний малого и среднего бизнеса используют для продвижения социальную сеть ВКонтакте. Данный ресурс представляет большое количество всевозможных инструментов: создание пользователя-компании (фейка), создание информационной страницы компании, таргетированная реклама, продвижение хештегами и др.

ВКонтакте предоставляет своим пользователям два формата сообществ: публичная страница (паблик) и группа.

Особенности паблика:

- + Виден на странице пользователей с иконкой паблика;
- + Есть возможность выбрать позиционирование паблика (маленькая компания, крупная организация, публицист/медийная личность и.т.д);
- + Есть экспорт в Твиттер;
- Нельзя оформить меню;
- Нельзя приглашать из своего списка друзей в паблик.

Особенности группы:

- + Можно аватарку и меню сделать интерактивными в едином привлекательном виде;
- + Можно приглашать из своего списка друзей в группу;
- Не видно на странице у пользователей (нужно раскрывать всю информацию о пользователе, где сплошным текстом прописаны уймы групп, если они не скрыты настройками приватности пользователя);
- Нет экспорта в Твиттер.

Важным фактором является оформление группы: необходимо создать качественный аватар в соответствии с брендбуком компании, а также желательно создание меню группы.

Однако не стоит забывать, что основным показателем эффективности работы как сайта так и группы является статистика. Существует огромное количество сервисов, методов и метрик для снятия статистики с сайта, но и в социальных сетях существуют подобные инструменты.

Статистика сообществ ВКонтакте - это инструмент, позволяющий расставить точки над «и» в вопросах оценки эффективности SMM-кампании. Страница статистики содержит графики, диаграммы и сводки по каждому из перечисленных показателей. Такая визуализация дает наглядное представление обо всех изменениях в течение определенного периода времени. Как каждый в отдельности, так и в совокупности, они дают ответы на вопросы о контенте, рекламе, активностях и раскрутке.

Статистика ВКонтакте по активности может дать представление о заинтересованности во взаимодействии с компанией. Здесь отражаются количественные показатели отправленных в сообщество фотографий, аудио- и видеозаписей, комментариев к ним, сообщений на стене, участия в обсуждениях. На основании таких данных можно корректировать политику ведения группы в зависимости от целей: стимулировать обсуждения, если нужны постоянные пользователи, анализировать интерес к публикации фото, при необходимости запускать конкурсы, устраивать опросы и затрагивать животрепещущие темы.

Так, получая полную информацию о своем сообществе, субъекты малого и среднего бизнеса смогут иметь максимально четкое представление о том, какие действия стоит предпринимать в дальнейшем.

В результате можно сделать вывод, что сообщество в социальной сети является достойной заменой сайта, как по возможности наполнения, так и возможности получения и анализа статистики. Кроме того, создание странички компании в социальной сети является бесплатным инструментом продвижения, что помогает оптимизировать расходы на развитие компании.

Литература

1. Как использовать социальные сети для бизнеса? [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.finconnect.com/biznes-v-internete/824-socialnaya-set-kak-prodvizhenie-svoego-biznesa.html>

ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ И ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В ПАВЛОДАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Шорохова А.С. – магистрант

Инновационный Евразийский Университет (Казахстан, г.Павлодар)

В странах с развитой рыночной экономикой осуществляется широкая поддержка малого бизнеса. Республика Казахстан также понимает значимость данного процесса, и потому реализует комплекс мер, направленных на государственную поддержку малого бизнеса, которая включает в себя следующие основные меры:

- государственная поддержка и содействие на этапах становления, функционирования и развития бизнеса;
 - финансовая поддержка развития малого бизнеса;
 - информационно-аналитическая помощь;
 - поддержка в области образования и повышения квалификации предпринимателей;
- материально-техническая поддержка.

Одним из основных результатов принимаемых государством мер по поддержке и развитию малого бизнеса является рост числа субъектов малого бизнеса. Эффективный рост количества субъектов малого бизнеса становится возможным благодаря применению программ по поддержке и развитию малого предпринимательства. Их реализацию в Павлодарской области по основным направлениям рассмотрим более подробно. Основным инструментом поддержки явилась Программа «Дорожная карта бизнеса 2020», с момента реализации которой одобрено 516 проектов на общую сумму инвестиций 74,9 млрд. тенге.

С начала реализации Программы на область выделено 13,3 млрд. тенге.

Для сравнения в 2010 году – 0,4 млрд. тенге, в 2011 году – 1,7 млрд. тенге (индустриальная инфраструктура – 730,7 млн. тенге), в 2012 году – 3,0 млрд. тенге (индустриальная инфраструктура – 2,4 млрд. тенге), в 2013 году – 3,8 млрд. тенге (индустриальная инфраструктура – 1,7 млрд. тенге), в 2014 году - 4,4 млрд. тенге.

В рамках первого направления «Поддержка новых бизнес-инициатив» с начала реализации Программы одобрено 493 проекта на сумму 58,8 млрд. тенге:

- по субсидированию процентной ставки по кредитам одобрено 420 проектов на общую сумму инвестиций 51,8 млрд. тенге. Подписаны договора субсидирования по 378 проектам.

Для сравнения в 2010 году одобрено 9 проектов на сумму 0,7 млрд. тенге, в 2011 году – 82 проекта на сумму 19,4 млрд. тенге, в 2012 году - 140 проектов на сумму 15,1 млрд. тенге, в 2013 году - 153 проекта на сумму 14,5 млрд. тенге, в 2014 году – 36 проектов на сумму 2,1 млрд. тенге;

- по предоставлению гарантий по кредитам одобрено 32 проекта на общую сумму гарантий 871,1 млн. тенге. Подписаны договора гарантирования по 32 проектам.

Для сравнения в 2011 году одобрено 2 проекта на сумму 82,6 млн. тенге, в 2012 году - 11 проектов на сумму 571,9 млн. тенге, в 2013 году - 15 проектов на сумму 177,8 млн. тенге, в 2014 году - 4 проекта на сумму 38,8 млн. тенге

- по грантовому финансированию одобрено 15 проектов на общую сумму 45 млн. тенге. Данный инструмент реализуется с 2013 года. Подписаны договора по предоставлению грантов по 15 проектам;

- по развитию индустриальной инфраструктуры одобрено 26 проектов на общую сумму инвестиций 6,13 млрд. тенге.

Для сравнения в 2011 году одобрено 5 проектов на сумму 1,05 млрд. тенге, в 2012 году – 11 проектов на сумму 3,0 млрд. тенге, в 2013 году - 10 проектов на сумму 2,08 млрд. тенге.

По второму направлению Программы «Оздоровление предпринимательского сектора» Региональным координационным советом одобрено 14 проектов на сумму 10,0 млрд. тенге. Данное направление с 2012 года не реализуется.

По третьему направлению «Снижение валютных рисков» одобрено 9 проектов на сумму 6,13 млрд. тенге. Подписаны договоры субсидирования по 6 проектам.

Для сравнения в 2011 году – 1 проект (ТОО «Павлодарсоль») на сумму 0,07 млрд. тенге, в 2012 году 2 проекта (ТОО «Компания «Нефтехим LTD», ТОО «КЭММИ») на сумму 3,16 млрд. тенге, в 2013 году одобрено 6 проектов (КХ «Талапкер», АО «Казэнергокабель» - 2 проекта, ТОО «TigerTie Казахстан», ТОО «КЭММИ GROUP» - 2 проекта) на сумму 2,90 млрд. тенге.

Наибольшее количество проектов по государственной программе «Дорожная карта бизнеса 2020» реализуется в транспорте и складировании (41,3 %), в обрабатывающей (36,3 %) и горнодобывающей (1,8 %) промышленностях, сельском хозяйстве (8,6 %), здравоохранении (5,3 %), туризме (3 %) и образовании (1,5 %).

По четвертому направлению Программы «Усиление предпринимательского потенциала» с начала реализации Программы предоставлено 5 283 сервисные услуги на сумму 149,4 млн. тенге.

Для сравнения за 2010 год – 1066 сервисных услуг на сумму 37,5 млн. тенге, за 2011 год – 709 сервисных услуг на сумму 35,8 млн. тенге, за 2012 год – 1613 сервисных услуг на сумму 45 млн. тенге, 2013 году оказано 1895 сервисных услуг на сумму 34,3 млн. тенге.

В рамках проекта «Деловые связи» обучено 87 человек. Из них стажировку за рубежом в США и Германии прошли 17 человек.

В рамках проекта «Бизнес-советник» обучен 4871 человек.

По обучению топ-менеджмента малого и среднего бизнеса на базе бизнес-школы АОО «Назарбаев Университет» обучено 48 человек.

В рамках компонента «Старшие сеньоры» обучен 1 человек. Данный компонент реализуется с 2013 года.

В результате реализации Программы сохранено более 30 тысяч рабочих мест и создано более 4 тысяч рабочих мест.

Продолжает активно работать трехуровневая система развития предпринимательства:

- областной уровень: Центр обслуживания предпринимателей, ТОО «Центр развития предпринимательства и инноваций»;

- города и районы: Центры поддержки предпринимательства;

- сельские округа: Мобильные центры поддержки предпринимательства.

Данными Центрами развития предпринимательства осуществляются услуги по следующим направлениям: бухгалтерский, налоговый, статистический учет и отчетность; юридическая поддержка, информационные услуги, разработка бизнес-планов, разработка стратегии развития предприятий, исследования рынка, повышение квалификации по основам ведения бизнеса, маркетингу.

Мобильный центр поддержки предпринимательства от АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», согласно графику, осуществляет выезды во все города и районы области в целях проведения разъяснительной работы населению по мерам поддержки предпринимательства и по реализации государственных программ.

Следующий эффективный инструмент государственной поддержки, значительно способствующий развитию малого бизнеса в области – это государственная программа «Дорожная карта занятости 2020».

С начала реализации второго направления Программы «Дорожная карта занятости 2020» на предоставление бюджетных кредитов для содействия развитию предпринимательства на селе выделено из республиканского бюджета всего 2 215, 8 млн. тенге, в том числе в 2011 г. – 370,0 млн. тенге, 2012 г. – 769,5 млн. тенге.

В 2013 году выделено 1 076,3 млн. тенге, в том числе первый транш на сумму 742,3 млн. тенге и второй транш на сумму 334,0 млн. тенге.

Денежные средства, выделенные на 2013 год, освоены в полном объеме, выдано 492 микрокредита на сумму 1090,6 млн. тенге (в т.г. ТОО МКО «ФЦ «Павлодар» за счет возвратных средств выдано кредитов на 14,4 млн. тенге больше, чем выделенный лимит), в 2012 году – 333 кредита на сумму 769,5 млн. тенге.

Наибольшая активность предпринимателей по участию в данной Программе наблюдается в Баянаульском районе (55 проектов), Железинском районе (51 проект), сельской зоне г. Аксу и Лебяжинском районе (по 49 проектов).

В целом с начала реализации Программы выдано 1002 микрокредита на сумму 2 230,1 млн. тенге. В 2014 году на реализацию микрокредитования в рамках Программы из республиканского бюджета выделено 712,8 млн. тенге.

Таким образом, программы по поддержке и развитию малого бизнеса позволяют наблюдать положительные тенденции в развитии малого бизнеса в регионе.