

В.В. Романов, О.В. Солнцева, А.В. Севастьянов, О.А. Заживнова. - Ульяновск: УГСХА, 2010. - 134 с.

3. Понятие и эволюция принципов управления - [Электронный ресурс]

URL: http://edu.dvgups.ru/METDOC/EKMEN/MEN/ADM_MEN/METHOD/UP/frame/2_1.htm

4. Петухова, С.В. Управленческие решения: технология, методы и инструменты / С. В. Петухова, П. В. Шеметов, В. В. Радионов. Л. Никифорова. - М.: Омега-Л, 2011.

5. Методы принятия управленческих решений (в схемах и таблицах) (для бакалавров) [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 230 с.

EVOLUTION OF APPROACHES TO MANAGEMENT PRINCIPLES

Perevezentseva E.A., Rosseykina Y.A., Zazhivnova O.A.

Keywords: *school of management science, process control system, the organization, approaches to management.*

This article considers the main approaches to the management process. Reflecting their major role in the development of management theory and practice.

УДК 004.631

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В АГРОБИЗНЕСЕ

**Рыбакин М.С., студент 1 курса магистратуры
факультета агротехнологий, земельных ресурсов и
пищевых производств**

**Научный руководитель – Видеркер М.А.,
кандидат биологических наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА**

Ключевые слова: *электронная коммерция, электронные торговые площадки, Интернет.*

В работе рассмотрены вопросы использования средств электронной коммерции в экономике сельскохозяйственных предприятий.

Интернет-торговля сегодня является крупнейшим сегментом торговли. Все больше пользователей входят в интернет именно для выбора или заказа товаров. Как следствие, электронная коммерция становится распространенным и прибыльным способом ведения бизнеса.

Основным элементом функционирования системы электронной коммерции являются электронные онлайн-магазины. Электронный магазин представляет собой представительство бизнеса в сети Интернет, созданное на основе веб-сервера. Главная его цель заключается в обеспечении продажи товаров и оказания услуг другим пользователям сети Интернет.

Направления электронной коммерции можно классифицировать по трем типам: электронный бизнес в секторе B2B, B2C и C2C. Тип «бизнес для бизнеса» включает в себя взаимоотношения двух компаний по поводу поставки продукции, онлайн-заказов товаров и услуг, консалтинга или кредитного и юридического обслуживания. Бизнес формата «бизнес для потребителя» реализуется за счет интернет-магазинов, интернет-аукционов, обучения онлайн, биржевой торговли, обслуживания лиц кредитными организациями и прочего. Схема «потребитель для потребителя» осуществляется посредством взаимодействия между потребителями, которые не являются предпринимателями, с помощью онлайн-аукционов, различных бесплатных досок объявлений, сайтов обмена данными и прочего [1].

Электронная коммерция обусловлена взаимосвязью и взаимодействием экономических агентов в сельском хозяйстве и АПК по поводу купли-продажи продукции, работ и услуг, осуществляемых посредством глобальной электронной сети Интернет.

Несмотря на несомненные плюсы электронной коммерции, массового ее внедрения в сельскохозяйственную сферу в настоящее время не наблюдается. Это обусловлено рядом причин. Прежде всего, недостаточным вниманием со стороны государства к вопросам регулирования сети Интернет по вопросам текущих аграрных бизнес-процессов в электронной коммерции. Кроме того, по-прежнему наблюдается недоверие покупателя и продавца к электронно-экономической банковской системе и электронным торговым площадкам, что происходит, прежде всего, из-за недостаточной осведомленности участников рынка [2].

Электронный рынок представляется очень привлекательным для мелкого и среднего агробизнеса. Во многих случаях изменение экономического потока повышает платёжеспособность хозяйства и помогает ему избавиться от несостоятельности.

Экономический эффект от внедрения электронной коммерции представляется следующим образом: уровень окупаемости составляет 1,2 года, при разовых расходах на внедрение 44885 руб., ежегодных расходах – 75770 руб. и дополнительных доходах – 112000 руб., а уровень доходности капитальных вложений – 0,8 рубля на 1 рубль вложенных средств [2].

Для того чтобы эффективно использовать электронную коммерцию, следует учесть особенности электронных торговых площадок. Первоначально это риск, который испытывают как покупатели, так и продавцы. Риск покупателей заключается в том, что они приобретают продукцию, не видя ее в живую, то есть совершают покупку на чистом доверии. Продавцам же в свою очередь необходимо строго следить за качеством продукции для увеличения спроса, так как при электронной торговле занижается цена и, как следствие, появляется много конкурентов, перекупщиков и спекулянтов.

Несмотря на проблемы, использование и расширение электронной коммерции значительно повысит устойчивость, увеличит результативность и упростит деятельность АПК.

Библиографический список:

1. Мартынюк, А.В. Электронная коммерция: основные понятия, классификация и сущность / А.В. Мартынюк // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013 – №4. – С. 200–203.
2. Камышенков, В.Ю. Повышение устойчивости предприятий АПК на основе внедрения электронной коммерции / В.Ю. Камышенков, Ю.В. Ткачева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – №8. – С. 29-32.

ELECTRONIC COMMERCE IN AGRIBUSINESS

Rybakin M.S.

Keywords: *e-commerce, electronic trading platforms, online.*

The paper discusses the use of e-commerce in the economy of the agricultural enterprises.

УДК 004.5

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ

**Семенов Я.А., студент 2 курса факультет агротехнологий,
земельных ресурсов и пищевых производств
Научный руководитель – Бунина Н.Э.,**