

Согласно п. 55. МСФО 41 «Сельское хозяйство» при учете земли сельскохозяйственного назначения компания должна руководствоваться положениями МСФО 16 «Основные средства» или МСФО 40 «Инвестиции в недвижимость» в зависимости от того, какой из стандартов является наиболее приемлемым в данных обстоятельствах.

Согласно международному стандарту земельный участок применительно к сельскому хозяйству в зависимости от целей ее назначения учитывается в качестве:

– основных средств, если он предназначен для производства;

– инвестиций, если предназначен в качестве инвестиции в недвижимость (собственника или арендатора по договору финансовой аренды с целью получения арендных платежей, доходов от прироста стоимости капитала или и того и другого. При этом, даже будучи занятым под застройки, учет земельных участков всегда ведется на отдельном специальном бухгалтерском счете.

**Секция «Разработка маркетингового механизма управления»,
научный руководитель – Бусарина Ю.В., канд. экон. наук**

**РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО
ПАРТНЕРСТВА В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ
ЭКОНОМИКЕ**

Сибиряткина И.В., Ерохина Я.Ю.

ВГЛТА, Воронеж, e-mail: lapusya-999@mail.ru

Система государственно-частного партнерства в развитии российской экономики является механизмом, который заместил государственную политику в условиях плановой экономики. ГЧП формирует связи между государством и бизнесом, а также в инновациях данной системы. При этом ученые более свободны в выборе направлений исследований, формировании команды, проекты проходят всестороннюю экспертизу, чтобы снизить риски потери финансовых средств, что в свою очередь, является одним из главных аргументов в привлечении крупного бизнеса в систему государственно-частного партнерства. Учет опыта российской науки, широкие связи с мировой наукой, понимание необходимости технологического развития российской экономики и его поддержка на высших уровнях власти страны позволят России уверенно ответить на современные технологические вызовы.

Одна из важнейших задач модернизации и диверсификации российской экономики состоит в развитии ее инфраструктурных основ.

Формирование ГЧП в экономической сфере как комплекса объективных взаимосвязей и взаимоотношений между властью и бизнесом должно основываться на определенных методологических принципах.

Во-первых, содержание ГЧП должно быть адекватно сути и целям социально-экономического развития страны и ее субъектов, которые и будут определять конкретные формы и структуру взаимодействия государства и бизнеса.

Во-вторых, должен соблюдаться принцип экономического равноправия и ответственности: все участники реализации проектов в рамках ГЧП имеют равные права в определении вариантов эффективного достижения целей и решения задач. Важным является также определение ответственности и обязанностей участников такого партнерства.

В-третьих, необходим оптимальный учет интересов: системные решения при государственно-частном

Подводя итог, можно сформулировать вывод о том, что действующая нормативная база по бухгалтерскому учету земельных участков характеризуется отсутствием системности учета на должном уровне, что затрудняет контролировать состояние, движение и использование земельных участков, что еще более затрудняет учет по международным стандартам.

Список литературы

1. Беляева З.С., Самончик О.А. Аграрная реформа в Российской Федерации: правовые проблемы и решения. Москва, издательство «Норма», 1998. – 126 с.
2. Боголюбов С.А., Никишин В.В., Устюкова В.В. Земельное право: Учебник. Москва.: Изд-во «Норма», 2004. – 432 с.
3. Земельный кодекс РФ: проблемы теории и практики (Материалы конференции) // Государство и право. 2011. № 9, 10.
4. Методические рекомендации по бухгалтерскому учету инвестиций, осуществляемых в форме капитальных вложений в сельскохозяйственных организациях. – <http://mvf.klerk.ru/zakon/set1.htm>.
5. Новые ПБУ в 2013 году – серьезные изменения // Главбух, 21 августа 2012/ – <http://www.delegiruy.ru/interview/item/26-novyye-pbu-v-2013-godu-sereznyie-izmeneniya.html>.

партнерстве должны приниматься с учетом всего комплекса интересов всех участвующих в нем сторон.

В-четвертых, необходима концентрация различных ресурсов и их источников за счет партнерства власти с бизнесом по приоритетным направлениям реализации инновационных проектов. При этом критерием отбора ресурсов и их источников должна быть возможность получения максимального синергетического эффекта (социального, экономического, инвестиционного).

В-пятых, государственно-частное партнерство должно быть направлено на последовательное решение не только текущих, но и стратегических задач развития национальной экономики и ее регионов.

Мировой опыт развития ГЧП показывает, что к наиболее существенным факторам его успеха относятся следующие:

- политическая и институциональная основа проектов ГЧП. Для успешной реализации проекта помимо четкого распределения полномочий в государственной системе необходимо четкое и детальное определение рамочных условий ведения переговоров с частными инвесторами;
- стабильная политико-правовая среда. Реализация ГЧП требует стабильных базовых условий, которые гарантируются конституционным, финансовым и гражданским законодательством;
- эффективная структура экономики и справедливое распределение возможностей и рисков;
- широкие возможности инвестирования за счет наличия адекватных механизмов распределения и смягчения риска, а также финансового структурирования инновационного проекта;
- свободный доступ к частным инвестиционным рынкам;
- возможность оптимизировать мобилизацию частного капитала на единицу государственных расходов (то есть прямых инвестиций, субсидий, гарантий);
- управление риском государственного сектора экономики;
- разработка эффективных инструментов государственного управления инновационной сферой.

В России принят ряд основополагающих документов, касающихся развития научно-технической сферы: «Основы политики Российской Федерации

в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу», «Долгосрочный научно-технологический прогноз развития Российской Федерации на период до 2025 года», ФЦП «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса России на 2007–2012 годы», ФЦП «Национальная технологическая база на 2007–2011 годы» и другие. Для их реализации необходимы конкретные законодательно оформленные нормы и механизмы взаимодействия партнеров инновационного развития. К ним относятся экономико-правовые отношения:

- между субъектами инновационной деятельности, возникающие при ее осуществлении в любой сфере независимо от организационно-правовой формы предприятия;

- отношения, возникающие в процессе создания, производственного освоения, распространения и коммерческого использования инноваций;

- отношения, возникающие при осуществлении инвестиций в различные проекты российскими и иностранными инвесторами.

Государство располагает достаточно большим арсеналом возможностей в развитии различных сфер на условиях партнерства с бизнесом. Наряду с финансированием проектов необходимо:

- создавать в установленном федеральным законодательством порядке льготные условия осуществ-

ления партнерской деятельности и стимулирования российских и зарубежных инвесторов, участвующих в реализации различных программ и проектов;

- организовывать закупки для государственных нужд наукоемкой продукции, техники и новейших технологий;

- размещать государственные заказы на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ;

- содействовать развитию инфраструктуры инновационной деятельности;

- создавать условия для повышения квалификации специалистов в области менеджмента и международного сотрудничества в инновационной сфере.

Для решения всех этих задач необходимо снять имеющиеся противоречия и пробелы в действующем законодательстве.

Процесс реализации государственной программы:

- контракт на НИОКР;

- контракт на серийное производство;

- контракт по обеспечению эксплуатации.

Практика применения государственно – частного партнерства в научной и инновационной сферах в ряде западноевропейских стран показывает, что механизм государственно – частного партнерства чаще используется в тех областях, где государство и бизнес имеют взаимные интересы, но при этом не в состоянии действовать самостоятельно друг от друга.

**Секция «Реклама и PR»,
научный руководитель – Чистякова А.А., канд. пед. наук, доцент**

**КОРПОРАТИВНАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ
ПРОДУКЦИЯ, ПРИУРОЧЕННАЯ
К ИВЕНТ-МЕРОПРИЯТИЯМ**

Арбузова А.А., Ошуркова С.И., Ширгазина А.Э.,
Краснова Т.В.

*Магнитогорский государственный университет,
Магнитогорск, e-mail: www.Svetus1kkk@mail.ru*

Event мероприятия – это комплекс инструментов, направленных на продвижение имиджа компании, брендов, услуг и персон с помощью ярких и запоминающихся событий. Основные цели проведения специальных мероприятий – повысить лояльность целевых аудиторий к компании, а также улучшить понимание сотрудниками корпоративной миссии [2].

Ивент (от англ. event – развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приёмов, световой техники, компьютерной графики и т. п. Понятие ивента включает в себя: событие, мероприятие, церемонию и шоу.

Event мероприятие является атрибутом деловой и светской жизни. Общее понятие «event» включает в себя ряд развлекательных, рекламных, культурно-массовых мероприятий, таких как корпоративные праздники, презентации персоналий, продуктов и услуг, мероприятия активного спорта и отдыха, клубные тематические вечера, шоу, различные церемонии и пр. При этом подобные мероприятия могут быть как открытыми, так и закрытыми [1]. В современных условиях в социально-культурную деятельность общества корпоративные социально-культурные мероприятия могут вписаться вполне органично. В качестве инструмента корпоративного управления они могут использоваться не только государственными учреждениями культуры, досуга, спорта, туризма,

но и коммерческими организациями, представленными множеством фирм, компаний, предприятий. Ведь корпоративные мероприятия могут быть формой закрепления корпоративных ценностей. Именно корпоративные мероприятия при определенных условиях могут способствовать развитию и повышению культурного уровня, повышению качества работы сотрудников, что является одним из условий успешной деятельности и сплоченности коллектива в конкурентной рыночной среде [3].

Понятие «корпоративное мероприятие» связано не только с празднованием организацией Нового года, 8 марта и 23 февраля. Это может быть любое событие в жизни компании, которое не связано с выполнением профессиональных задач и в котором участвуют ее сотрудники.

Опираясь на вышесказанное, мы определили, что корпоративность должна демонстрировать единство коллектива, его сплоченность и, возможно специфику деятельности. Event мероприятие, в рамках которого мы на практике осуществили попытку создания тематической корпоративной полиграфической продукции, стало празднование юбилея Магнитогорского государственного университета. Чтобы разработать дизайн корпоративной полиграфической продукции, приуроченной к ивент-мероприятию, мы обратились к истории вуза, представленной в архивных фото снимках. Нами, при создании полиграфической продукции, в основу был положен концептуальный замысел использования фотографий, отражающих жизнь студентов, преподавателей и руководства со дня основания факультета. Фото отбирались по принципу случайного подбора, что позволило сформировать разноплановый материал. Расположением фото в композиции отвергался подход хронологии и тематики, создавалось впечатление хаоса содержания, что, в свою очередь, способствовало формированию впечатления единства поколений и событий, созда-