

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И. Р. Руйга
подпись
« _____ » _____ 2018г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01.11.09 – Экономика предприятий и организаций (Экономика
предпринимательства)

Разработка плана диверсификации производственно-торговой компании (на
примере ООО «Объемный мир»)

Пояснительная записка

Руководитель	_____	д-р экон. наук, доцент	Л.Р. Батукова
Выпускник	_____		И.Ю. Ломова
Нормоконтролер	_____		Т.П. Лихачева

Красноярск 2018

СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт управления бизнес-процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И. Р. Руйга

подпись

« _____ » _____ 2018г.

ЗАДАНИЕ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

в форме бакалаврской работы

Студенту Ломовой Ирине Юрьевне

Группа УБ14-01 **Направление (специальность)** 38.03.01.11.09 – Экономика предприятий и организаций (Экономика предпринимательства)

Тема выпускной квалификационной работы: «Разработка плана диверсификации производственно-торговой компании (на примере ООО «Объемный мир»)»

Утверждена приказом по университету № 2898 от 28.02.2018г.

Руководитель ВКР: Л. Р. Батукова, доктор экономических наук, доцент, СФУ

Исходные данные для ВКР: Аналитические отчеты о рынке труда в Российской Федерации: проблемы, особенности, тенденции; научная и специализированная литература; статистические данные; публикации в электронных изданиях; общие положения ООО «Объемный мир»; бухгалтерская отчетность ООО «Объемный мир» за 2014-2016гг.

Перечень разделов ВКР:

- 1 Особенности функционирования и тенденции развития рынка труда
- 2 Обоснование целесообразности диверсификации ООО «Объемный мир» и создания электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта
- 3 Разработка плана диверсификации ООО «Объемный мир»

Перечень презентационного материала:

- Динамика занятости рынка труда;
- Численность безработных по возрастным группам;
- Тенденции и особенности развития рынка труда;
- Характеристика ООО «Объемный мир»;
- Динамика выручки, чистой прибыли и показателей финансовой устойчивости организации;
- Особенности электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта
- Эффективность плана диверсификации ООО «Объемный мир»

Руководитель ВКР _____ Л. Р. Батукова

Задание принял к исполнению _____ И. Ю. Ломова

«__» _____ 2018 г.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Разработка плана диверсификации производственно-торговой компании (на примере ООО «Объемный мир»)» содержит 84 страницы, 16 рисунков, 20 таблиц, 125 использованных источников, 3 приложения.

Ключевые слова: АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, РЫНОК ТРУДА МОЛОДЕЖИ, СОЗДАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО РЕСУРСА, ПРИБЫЛЬ, СЕЗОННЫЙ СПРОС, ПОИСК РАБОТЫ.

Объектом исследования является ООО «Объемный мир».

Цель данной выпускной квалификационной работы – разработка плана диверсификации производственно-торговой компании (на примере ООО «Объемный мир») и оценка его целесообразности.

Задачи работы: исследовать особенности функционирования и тенденции развития рынка труда, провести анализ экономической и управленческой деятельности предприятия, обосновать целесообразность диверсификации предприятия, разработать план диверсификации ООО «Объемный мир» (разработать план создания электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта), оценить целесообразность плана диверсификации.

В результате исследования проведен анализ рынка труда, в частности рынок труда молодежи, проведен анализ финансового состояния, хозяйственной деятельности предприятия. Проведен SWOT-анализ, анализ пяти конкурентных сил Портера и выявлен план диверсификации предприятия, который позволит устранить сезонный спрос на услуги и продукцию основного вида деятельности предприятия, и тем самым увеличить выручку предприятия в целом. Было предложено создать электронный ресурс, предоставляющий услуги поиска работы молодежи без опыта. В работе были рассчитаны все необходимые затраты, и описана эффективность предложенного плана.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 Особенности функционирования и тенденции развития рынка труда.....	6
1.1. Исследование состояния и тенденций развития рынка труда.....	6
1.2. Анализ особенностей развития предприятий работающих на рынке труда	20
2 Обоснование целесообразности диверсификации ООО «Объемный мир» в области поиска работы для молодежи	26
2.1. Анализ экономической и управленческой деятельности предприятия	26
2.2 Обоснование целесообразности диверсификации компании в области поиска работы для молодежи	45
3 Разработка плана диверсификации ООО «Объемный мир».....	52
3.1 Разработка плана диверсификации ООО «Объемный мир»	52
3.2 Оценка целесообразности предложенного плана.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	70
ПРИЛОЖЕНИЕ А Бухгалтерский баланс предприятия за 2014-2016г.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Отчет о прибылях и убытках за 2014-2016г.....	82
ПРИЛОЖЕНИЕ В Результаты анкетирования при анализе пяти конкурентных сил по модели Портера	83

ВВЕДЕНИЕ

Динамичность развития и глобализация современной мировой экономики обусловили необходимость диверсификации как способа снижения рисков неопределенности внешней среды и повышения конкурентоспособности компаний.

Наибольшее развитие диверсификация компаний получила в середине 50-х годов XX века. Этому способствовало падение нормы прибыли на капитал, вложенный в традиционное производство.

Реальность рыночных условий такова, что ставит перед предприятием проблему постоянного поиска путей своего развития. Предприятию необходимо совершенствовать выпускаемую продукцию, оказываемые услуги, чтобы оказаться конкурентоспособным в нынешней ситуации. Для реализации этого многие предприятия осваивают новые виды деятельности, не свойственные им ранее, расширяют ассортимент выпускаемой продукции, обновляют рынки сбыта. Диверсификация может осуществляться как на базе уже имеющегося производства, оборудования, рынков сбыта, так и на основе освоения новых сфер деятельности.

Диверсификация как поиск новых направлений эффективной деятельности способна дать возможность увеличить объемы продаж за счет обретения новых конкурентных преимуществ. Расширение ассортимента и вывод на рынок новой торговой марки, предоставление новых услуг для покупателей, построение замкнутой схемы производства и сбыта, наконец, проникновение на смежные рынки — пути для развития бизнеса могут быть самыми разными.

Объектом исследования является производственно-торговая компания ООО «Объемный мир».

Предмет исследования – теоретические и методические аспекты создания плана диверсификации производственно-торговой компании.

Проблема предприятия заключается в негативном воздействии фактора сезонности спроса на услуги и продукцию основного вида деятельности организации. Актуальность решения данной проблемы заключается в разработке плана диверсификации производственно-торговой компании, а именно получение дополнительного заработка в виде создания электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта.

Цель данной выпускной квалификационной работы – разработка плана диверсификации производственно-торговой компании (на примере ООО «Объемный мир») и оценка его целесообразности.

В данной работе были поставлены следующие задачи:

- 1) исследовать особенности функционирования и тенденции развития рынка труда;
- 2) провести анализ экономической и управленческой деятельности предприятия;
- 3) обосновать целесообразность диверсификации предприятия;
- 4) разработать план диверсификации ООО «Объемный мир» (разработать план создания электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта);
- 5) оценить целесообразность плана диверсификации.

В данной дипломной работе используются такие методы исследования как экономический анализ предприятия, SWOT-анализ, расчет финансовых показателей, анализ рынка труда.

Информационная основа – учебная литература по экономике труда авторов: Коровкин А.Г., Кашепов А.В, Шуклин Н.Н, Яковлева Е.Б и т.д, учебно-методические пособия, сайты интернета, данные федеральной службы государственной статистики, в том числе Красноярского края, финансовая бухгалтерская отчетность ООО «Объемный мир» за три года.

1 Особенности функционирования и тенденции развития рынка труда

1.1. Исследование состояния и тенденций развития рынка труда

Рыночная экономика предполагает взаимодействие отдельных рынков, охватывающих рынки факторов производства и рынки товаров и услуг, состоящих из отдельных субрынков, рыночных сегментов и ниш. Среди рынков факторов производства выделяют рынки труда, земли и капиталов, без которых не может функционировать рынок товаров и услуг [12].

На рынке труда присутствуют все элементы рынка: субъекты и объекты рынка, рыночные сегменты и ниши, спрос и предложение, а также товар — рабочая сила со всеми своими особенностями. Под рынком труда понимают систему экономических отношений, связанных с наймом и предложением рабочей силы или с ее куплей-продажей [12].

Товаром на рынке труда выступает рабочая сила, т.е. способность человека к труду, или совокупность его умственных и физических способностей, квалификации, опыта, необходимых для создания материальных и нематериальных благ. Рабочая сила неотделима от человека [18].

Предложение рабочей силы составляют люди, желающие получить работу, которая обеспечит им доход; данная категория выражается количеством людей, способных и желающих продать свою рабочую силу на определенный период времени за определенную плату. Спрос на рабочую силу — это число работодателей, готовых купить рабочую силу на определенный период времени за определенную плату [18].

Таким образом, рынок труда соединяет продавцов и покупателей. Закон спроса на этом рынке проявляется следующим образом: чем выше плата, которую продавцы рабочей силы хотят получить за свой труд, тем меньшее количество их будет нанято. Закон предложения на рынке труда выражается так: чем выше плата, которую работодатели готовы платить за выполнение работы, тем большее количество людей готово ее выполнять [29].

Ценой товара "рабочая сила" является размер заработной платы, или денежная сумма, выплачиваемая наемному работнику за трудовые услуги. В результате взаимодействия спроса и предложения на рынке труда устанавливается равновесная ставка заработной платы, если число рабочих мест, которое готовы предоставить работодатели, и количество людей, готовых выполнять предоставленную работу, совпадают. Но такое положение, скорее, не правило, а исключение из него. Поэтому цена рабочей силы определяется помимо ставки также различными выгодами и льготами, которые наниматель предоставляет работнику. Это может быть жилье, питание, компенсация за проезд к месту работы, более продолжительный отпуск и т.п. [29].

Сегментация рынка труда производится по следующим критериям:

- территориальному (рынок труда делится на региональные рынки);
- профессиональному (по профессиям и специальностям);
- характеру труда (рынок работников физического труда, рынок работников умственного труда);
- квалификации (рынок труда высококвалифицированных работников, работников средней квалификации, неквалифицированного персонала).

Сегментация рынка позволяет оценивать состояние рынка труда по каждой категории работников для определения уровня занятости и безработицы, т.е. устанавливать условия равновесия на каждом конкретном сегменте рынка.

Спрос на рабочую силу на рынке труда является производным от спроса на товары и услуги, для увеличения которых работодатели увеличивают количество рабочих мест на своих предприятиях. Поэтому величина спроса на рабочую силу на рынке труда колеблется в зависимости от экономической ситуации в стране и от спроса на отдельные виды товаров и услуг.

На рынке труда сталкиваются интересы трудоспособных людей и работодателей, которые представляют государственные, муниципальные,

общественные и частные организации. Отношения, складывающиеся на рынке труда, затрагивают насущные потребности большинства населения страны.

Современное состояние развития экономики страны характеризуется не только аспектами и факторами уровня промышленного и хозяйственного сектора экономики, но и такого фактора как трудового потенциала. Именно трудовой потенциал на сегодняшний день является одним из важнейших факторов направленных на формирование перспектив развития отраслей экономики страны [22].

Трудовой потенциал представляет собой обобщающую характеристику меры и качества совокупной способности к труду трудовых ресурсов, их динамизм как непрерывный, развивающийся, многоплановый процесс, характеризующий скрытые, не проявившие еще себя возможности или способности в соответствующих сферах жизнедеятельности.

Рынок труда сегодня является одним из приоритетных в рамках социально-экономического развития страны. Так, в июле 2017 года в рамках разработки проекта направлений бюджетной политики на 2016 год Министерство финансов, четко определило, что одним из факторов, влияющих на экономики страны, является демографическое составляющее. В частности Министерство финансов говорит следующее: «на российскую экономику и бюджетную систему по-прежнему будет оказывать значительное влияние демографический фактор, который связан с сокращением численности населения в трудоспособном возрасте, старением населения. Помимо роста нагрузки на бюджет в части расходов на социальную политику, сокращение численности экономически активного населения (не менее, чем на 200 тыс. человек ежегодно) негативно сказывается на рынке труда, возникает потребность в росте предложения труда, в том числе со стороны возрастных работников» [69].

Исходя из этого можно констатировать, что на сегодняшний день в России наблюдается тенденция сокращения трудоспособного населения и увеличении населения пенсионного возраста, что в свою очередь оказывает на

эффективность развития экономики страны. Далее проанализируем основные статистические показатели рынка труда в Российской Федерации, используя данные официальной статистики Росстата [69].

Первый фактор, влияющий на рынок труда в целом – это численность экономически активного населения в Российской Федерации. Данные о численности экономически активного населения получают путем проведения ежегодных выборочных обследований населения по вопросам занятости Росстатом. Основными единицами наблюдения являются граждане в возрасте от 15-72 лет [69].

Таблица 1 – Численность экономически активного населения в Российской Федерации (тыс. чел.) [69]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Российская Федерация	75676	75529	75428	76588	76636	76314
Центральный федеральный округ	21041	21007	21126	21108	21282	21474
Северо-Западный федеральный округ	7649	7580	7535	7604	7608	7530
Южный федеральный округ	6993	6990	6952	8180	8166	8197
Северо-Кавказский федеральный округ	4485	4525	4544	4492	4535	4573
Приволжский федеральный округ	15715	15605	15516	15502	15457	15145
Уральский федеральный округ	6551	6545	6508	6509	6448	6403
Сибирский федеральный округ	9813	9843	9835	9816	9785	9666
Дальневосточный федеральный округ	3427	3434	3412	3376	3355	3325

Ниже представлен график динамики численности экономически активного населения на территории Российской Федерации (рисунок 1).

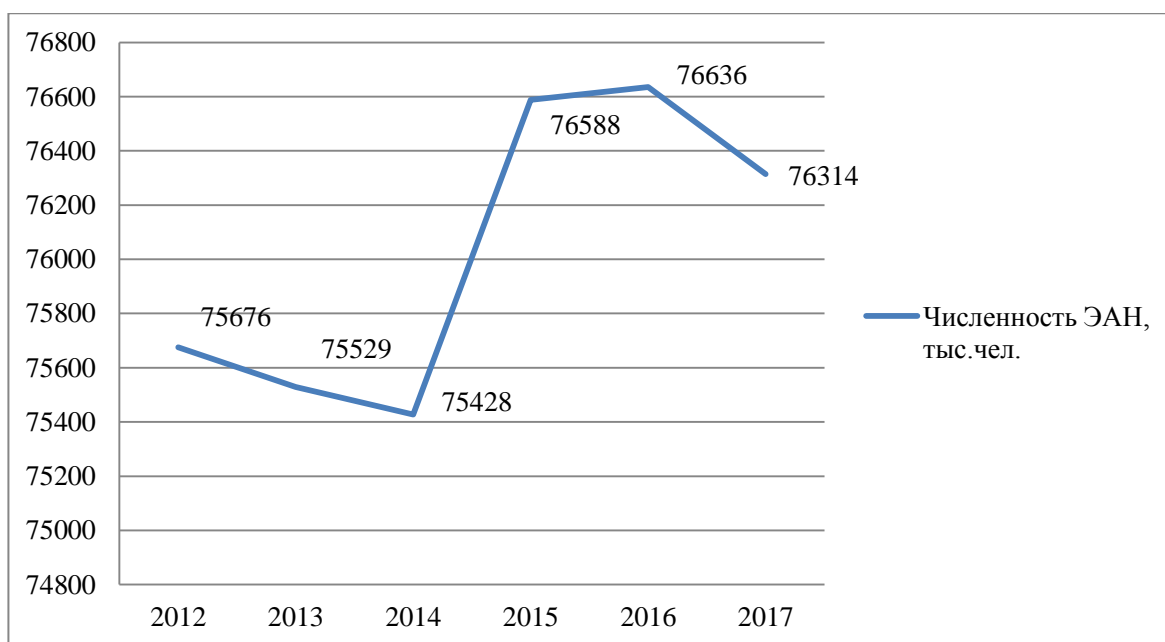


Рисунок 1 – Динамика численности экономически активного населения в Российской Федерации, тыс.чел.

Анализируя полученные данные можно заметить падение общей численности экономически активного населения с 2012 года до 2014 года, большой скачек общей численности экономически активного населения в 2015 году до уровня – 76588. Впоследствии наблюдается динамика снижения общего уровня численности населения, по данным на 2017 год – численность составляет – 76314. Детальный анализ регионов позволит сделать вывод о соответствующей динамике снижения, но такая тенденция наблюдается не во всех регионах – Центральный федеральный округ, Южный федеральный округ и Северо-Кавказский федеральный округ показывают положительную динамику увеличения численности экономически активного населения.

Следующий важный фактор рынка труда – численность безработных в Российской Федерации (таблица 2). К числу безработных относятся граждане в возрасте от 15 до 72 лет, которые в изучаемый период не имели постоянного места работы, но те, кто активно ищет ее и готов приступить к работе немедленно [69].

Таблица 2 – Численность безработных граждан на территории РФ (тыс. чел.) [69].

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Российская Федерация	4131	4137	3889	4264	4243	3874
Центральный федеральный округ	659	698	655	745	755	665
Северо-Западный федеральный округ	302	327	310	360	351	328
Южный федеральный округ	434	452	434	546	521	481
Северо-Кавказский федеральный округ	587	586	507	499	500	501
Приволжский федеральный округ	832	767	703	743	747	685
Уральский федеральный округ	392	373	375	406	393	327
Сибирский федеральный округ	696	711	685	754	781	700
Дальневосточный федеральный округ	228	224	219	211	196	187

Ниже представлен график динамики численности безработного населения на территории Российской Федерации (рисунок 2).

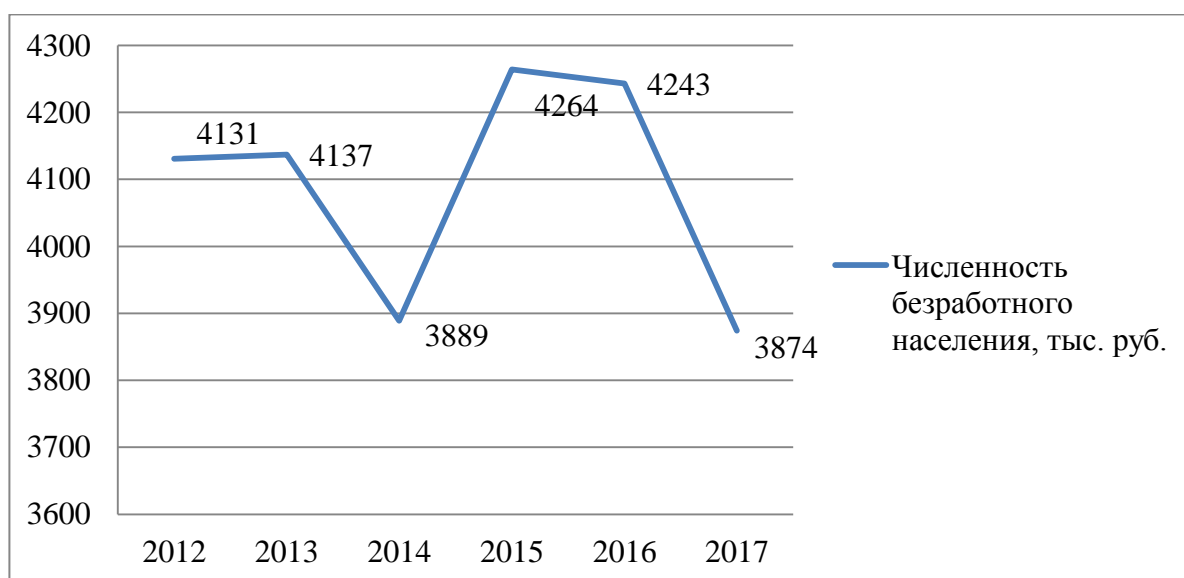


Рисунок 2 – Динамика численности безработного населения на территории Российской Федерации, тыс. чел.

Согласно полученным данным, можно сделать вывод о значительном сокращении уровня численности безработного населения, за период от 2015 до 2017 года численность безработных сократилась до 3874. Подобная статистика наблюдалась в 2014 году. Убыль экономически активного населения в 2017 году компенсировалась ростом производительности труда, отмечает Минэкономразвития. Согласно аналитическим прогнозам, на 2015-2020 года, уровень численности безработного населения сохранит понижающую тенденцию и на 2020 год сократится до уровня 3500-3600 тысяч человек.

Ситуация, складывающаяся на российском молодежном рынке труда в последние годы, является достаточно напряженной и характеризуется тенденциями к ухудшению. Растут масштабы регистрируемой и скрытой безработицы среди молодежи, увеличивается ее продолжительность. Между тем возможности трудоустройства молодых людей и без того ограничены в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения.

Ключевые социально – экономические проблемы молодых людей связаны с приобретением профессии и выходом на рынок труда. Анализ положения молодежи на рынке труда определяется двумя важными обстоятельствами. Во-первых, молодежь составляет около трети трудоспособного населения России, а во-вторых, они будущее нашей страны. По последним данным – в России 39,6 миллионов молодых граждан – 27 % от общей численности населения страны [27].

Молодежный рынок труда формируется молодыми людьми, нуждающимися в трудоустройстве. Это незанятые выпускники вузов, среднетехнических и среднеспециальных общеобразовательных учебных заведений. Рынок труда пополняется и за счет демобилизованных воинов срочной службы. Разумеется, не все выпускники учебных заведений ищут работу и попадают на рынок труда. Часть из них планирует продолжить образование, другие не трудоустраиваются по иным причинам.

Молодежь в возрасте от 18 до 24 лет – это студенты и молодые люди, ещё завершающие или уже завершившие высшие учебные заведения. Они являются самой уязвимой группой, приходящей на рынок труда, потому что не имеют нужного профессионального опыта. В численности безработных 24,6% составляют лица, не имеющие опыта трудовой деятельности. В числе безработных, не имеющих опыта трудовой деятельности, 15,2% составляет молодежь в возрасте от 15 до 19 лет, 49,4% – от 20 до 24 лет, 16,6% – от 25 до 29 лет. [69]

Важным показателем ситуации на рынке труда является динамика уровня безработицы. Статистика не может полностью отразить всю ситуацию на рынке труда молодежи точно так же, как и на всём рынке труда полностью. Молодежь реже регистрируется на бирже труда, чем люди других возрастов. Статистика позволяет оценивать лишь тенденции развития официальной части рынка труда. В результате этого, не учитывается все многообразие новых явлений в сфере занятости, связанных с особенностями российских рыночных отношений, и в том числе скрытая безработица. [27].

Ситуацию на рынке труда молодежи в России можно наблюдать из таблицы 3.

Таблица 3 – Численность рабочей силы по возрастным группам (тыс.чел) [69].

	Всего	в том числе в возрасте, лет									
		15-19	20-24	25-29	30-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-72
Мужчины											
2014	38729	347	3598	6000	10226	4381	4198	4682	3528	1383	385
2015	39433	369	3301	6135	10674	4542	4151	4672	3702	1466	420
2016	39470	379	3067	6108	10888	4657	4076	4556	3801	1501	437
Женщины											
2014	36700	231	2795	4961	9487	4503	4573	5221	3125	1334	470
2015	37155	244	2593	5044	9771	4627	4451	5205	3278	1433	508
2016	37166	233	2383	5056	9979	4776	4385	5052	3287	1483	531

Согласно данным, отображенным в таблице 3, видно, что, действительно, молодежь занимает большую долю рабочей силы. Поэтому так важно, задействовать данный сегмент населения. Исходя из этого, возникает главная проблема – поддержка молодых людей и снижение безработицы среди молодежи.

Численность безработных по возрастным группам представлена на рисунке 3.

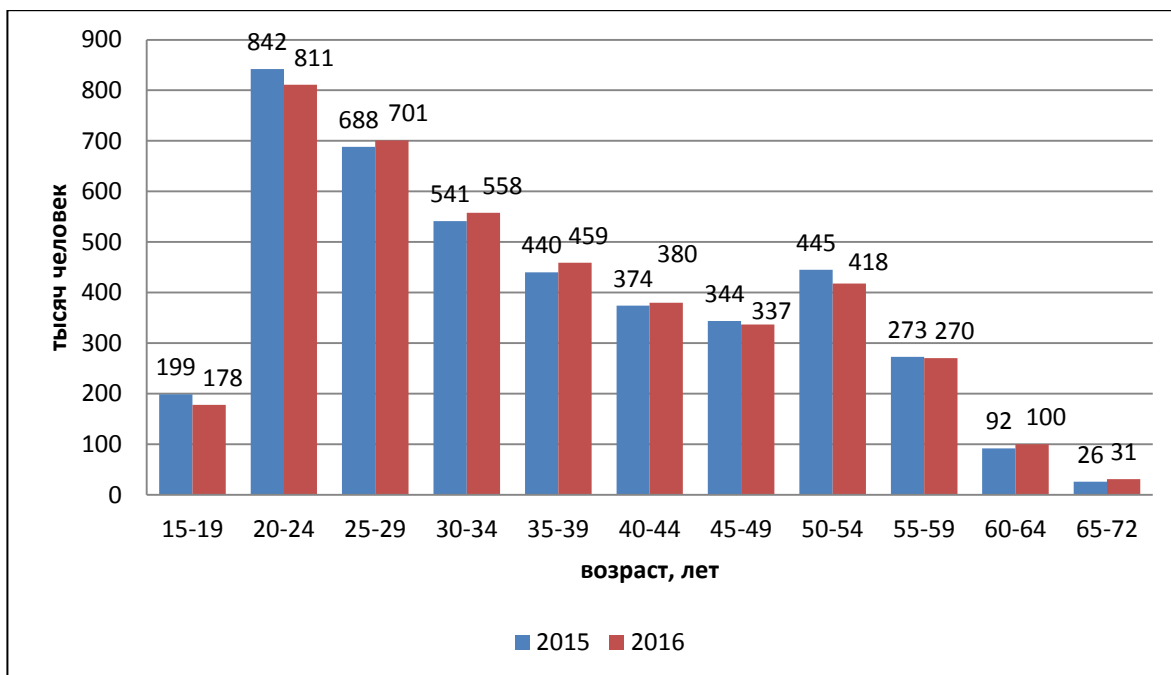


Рисунок 3 – Численность безработных по возрастным группам, тыс. чел.

Как уже было сказано ранее, на сегодняшний момент на рынке труда присутствует не в полной мере задействованный сегмент населения такой, как молодежь. Данная группа населения является непосредственными потребителями рынка труда. Поэтому необходимо определить какие вакансии предлагают работодатели наиболее часто молодым людям. Эти данные представлены на рисунке 4.



Рисунок 4 – Вакансии, наиболее часто предлагаемые работодателями в России за 2017 год

Как видно из данного рисунка самые популярные вакансии, предлагаемые работодателями, в России молодым специалистам – оператор по обслуживанию клиентов, официант, а также менеджер по продажам. При этом молодые специалисты в своем резюме чаще всего в качестве желаемой должности указывают позицию молодого специалиста.

Необходимо также определить какие требования предъявляются к соискателям, на какие навыки и личные качества обращают внимание работодатели при отборе сотрудников на начальные позиции.

Как показывают результаты опроса HeadHunter, ключевые требования к молодым специалистам, по мнению работодателей, следующие: инициативность, высокая ответственность и умение работать в команде.

В целом представление выпускников и работодателей о том, какие требования должны предъявляться к начинающим специалистам, совпадают.

Направленность образования также важна для работодателей, то есть, в каком направлении имеется большее количество вакансий в России (рисунок 5).

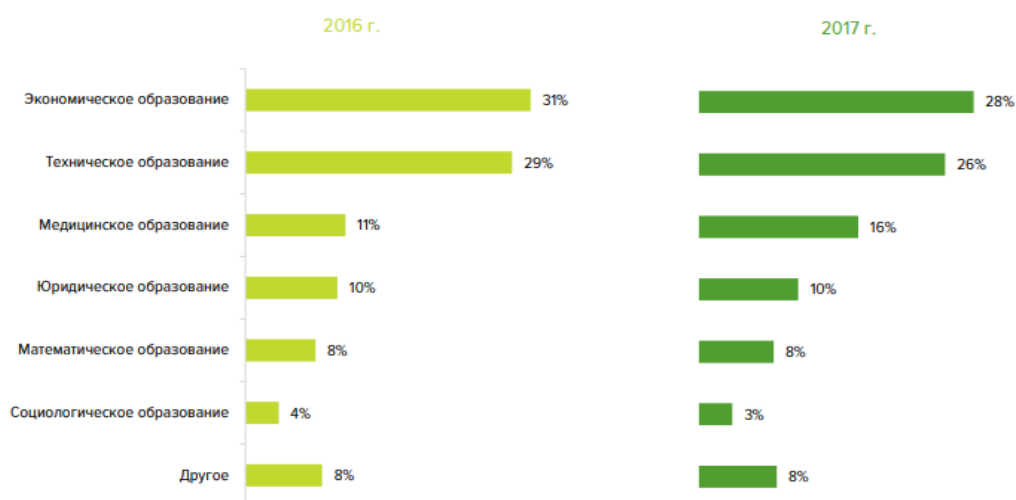


Рисунок 5 – Образование, необходимое молодым специалистам в России в 2016 году и 2017 году

Можно сделать вывод о том, что работодателям необходимы среди молодежи будущие сотрудники с экономическим и техническим образованием, а также медицинским и юридическим.

Требования современных работодателей не ограничиваются лишь инициативностью, высокой ответственностью и умению работать в команде. Не менее важное место часто отводится и личным качествам соискателя на должность. По результатам исследований HeadHunter, современного сервиса для поиска работы, удалось определить – какие навыки работников важны работодателям в различных сферах (рисунок 6, 7).



Рисунок 6 – Основные требуемые навыки в вакансиях для молодых специалистов в России, 2017 год

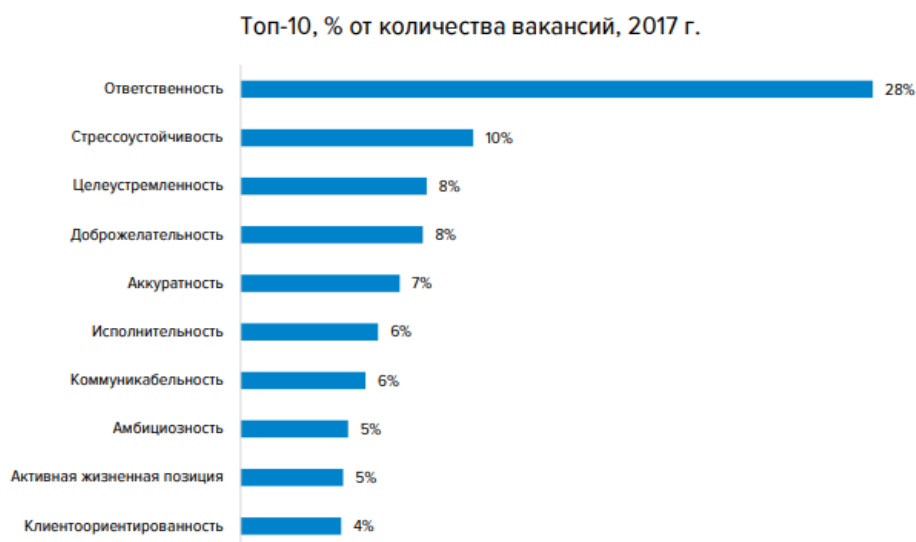


Рисунок 7 – Основные требуемые личные качества в вакансиях для молодых специалистов в России, 2017 год

Если говорить о тенденциях развития рынка труда, то, в первую очередь, стоит говорить о потребности в квалифицированных специалистах.

На рынке труда России по-прежнему остро стоит проблема дефицита квалифицированных рабочих. Низкий престиж данных специальностей в глазах современной молодёжи, недостаточное количество выпускников вузов – всё это определяет нехватку кадров и, как следствие, высокий спрос на них со стороны работодателей [63].

На российском рынке труда, по данным Минтруда, самыми востребованными специалистами в конце 2017 года стали различные инженеры: инженеры-технологи, инженеры контрольно-измерительных приборов (КИП), техники-технологи, специалисты по станкам в промышленности. Крайне высок спрос на IT-специалистов различных направлений — разработчиков мобильных приложений, JAVA-программистов, менеджеров IT-проектов. Интерес компаний к таким сотрудникам возрастает год от года. В частности, сейчас очень активно привлекают программистов и разработчиков банки [10].

Также на рынке труда присутствует автоматизация профессий: роботы и сервисы выполняют простейшие операции вместо специалистов начального

звена (это работа на производственных линиях, юридическая помощь, турбизнес и т.п.). Получаем «умирание» профессий, которые можно автоматизировать (юрист, курьер, бухгалтер и т.п.). То есть компании стремятся как можно лучше и рациональней автоматизировать рабочий процесс. При такой тенденции необходимо создавать и новые способы поиска работников и работодателей [10].

Существует множество сайтов по подбору персонала и поиска работы. Сайты для «классического» поиска работы сделаны по одному принципу. Есть два главных раздела: первый – вакансии, поступающие от работодателей; второй – резюме, написанные соискателями. На больших порталах по трудоустройству работодатели обязаны подтвердить свой официальный статус во избежание мошенничества. Для соискателей существуют специальные электронные формы, которые помогают быстро заполнить необходимые поля и загрузить фотографию. Такие резюме зачастую являются полноценными, их можно распечатать при надобности.

Перечень лидирующих сайтов такого направления:

- 1) Hh.ru;
- 2) Superjob.ru;
- 3) Zarplata.ru;
- 4) Rabota.ru;
- 5) Job.ru;
- 6) Trud.com;
- 7) Vakant.ru

Отдельно можно выделить большую биржу объявлений Avito.ru. На ней есть отдельный раздел под названием «Работа». Плюсом такого сайта является большое количество вакансий, а также их актуальность. Минусом – отсутствие возможности проверки потенциального работодателя.

Топ – 3 сайта по поиску работы по количеству посетителей за месяц май 2018 год:

- 1) Hh.ru – 1 306 959 посетителей;

2) Superjob.ru – 373 704 посетителей;

3) Zarplata.ru – 232 611 посетителей

Конкурентным преимуществом hh.ru является уникальная гибкая система настройки конфиденциальности резюме, что позволяет сайту привлекать лучших кандидатов, а работодателям – быстро и качественно осуществлять поиск персонала.

Основная деятельность ресурса Superjob.ru – предоставление вакансий от ведущих компаний, полезные статьи по профильным темам, самая актуальная информация о рынке труда, обзор зарплат, тесты для соискателей, помощь при составлении резюме.

Портал Zarplata.ru, сотрудничающий со всем известным журналом «Работа и Зарплата», предлагает соискателям более 40 000 предложений. Ежедневное число посетителей – более 200 000, в Сети – более 12 лет. На сайте есть удобный и быстрый поиск вакансий, обновляющихся ежедневно, новости рынка труда, обзоры кадровой сферы и аналитика, возможность подписаться на рассылку свежих объявлений и разместить резюме.

На основании вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что на Российском рынке труда существуют как положительные, так и отрицательные тенденции, которые подвержены влиянию политических событий и экономических явлений, происходящих в стране.

С одной стороны, ситуация с безработицей в России неплохая – меньше 6%. Однако, низкая безработица может отрицательно влиять на экономику. В условиях дефицита рабочей силы снижается конкуренция на рынке труда, компании вынуждены увеличивать доходы сотрудников, что повышает инфляцию и отражается на конечной стоимости продукции и делает ее неконкурентоспособной на мировом рынке.

Проблема безработицы среди молодежи в настоящее время является ключевым вопросом в российской экономике, и, не решив его невозможно наладить эффективную деятельность экономики всей страны. Ведь главным механизмом в современном обществе является молодежь, способная

качественно и быстро, благодаря своим умениям и навыкам и умениям быстро схватывать и перерабатывать информацию, поднять экономику любого государства и вывести её на более высокий уровень развития.

1.2 Анализ особенностей развития предприятий работающих на рынке труда

В разных странах модели занятости и рынка труда имеют свои специфические особенности. И это не случайно, поскольку в каждой конкретной экономической ситуации на формирование и динамику рынка труда оказывает влияние целый комплекс факторов, воздействующих на спрос (состояние экономической конъюнктуры, научно-технический прогресс) и предложение (демографические процессы, потребности личности, степень и особенности трудовой экономической активности социально-демографических и этнических групп населения) рабочей силы, а также на функционирование рынка труда в целом. [54].

Сложная экономическая ситуация вызывает множество проблем и противоречий на современном российском рынке труда, в частности продолжается рост безработицы, вызванный, прежде всего структурной перестройкой экономики.

Как уже отмечалось ранее, особенностями рынка труда в России являются:

- увеличение потребности в высококвалифицированных и творческих работниках;
- наличие скрытой безработицы;
- потребность в рациональном использовании рабочей силы среди молодежи;
- автоматизация рабочих мест, развитие предприятиями IT-инфраструктуры

Молодежь составляет важную часть человеческого капитала страны и определяет потенциальное предложение рабочей силы. С экономической точки

зрения молодежь является фактором производства, а от уровня ее квалификации зависит продуктивность национальной экономики [27].

Недоиспользование трудового потенциала молодежи приводит к снижению темпов обновления трудовых ресурсов, особенно в наименее привлекательных для молодых людей отраслях, что в конечном итоге негативно отражается на развитии всей экономики и общества в целом.

Поскольку молодежь реже обращается с целью поиска работы в центры занятости населения, чем люди в других возрастных группах возникает достаточно сложная проблема анализа и сопоставления данных, реально показывающих положение молодежи на рынке труда. Кроме того, официальный учет ведется в основном в государственном секторе экономики и никак не регистрируется скрытая безработица, которая в условия спада производства значительно возрастает. Поэтому данные предоставляемые Росстатом и Федеральной службой по труду и занятости в полном объеме не отражают сложившуюся ситуацию на рынке труда [27].

Проблемы в трудоустройстве молодежи усугубляются вследствие недостатка квалификационных навыков и профессионального опыта, так анализ данных Росстата показывает, что среди безработной молодежи доля лиц, не имеющих опыта работы, составляет порядка 79% [69]. Поэтому работодателю часто приходится осуществлять дополнительную подготовку молодых специалистов, адаптировать их под свою деятельность, что влечет за собой определенный риск и дополнительные финансовые вложения.

Эта проблема актуальна не только в нашей стране, но и на Западе, что активно обсуждается в ежегодных докладах Международной конференции труда. [63].

Если говорить об уровне образования молодых людей, то самыми уязвимыми для безработицы оказываются лица с начальным профессиональным образованием [69]. Обучение в системе среднего профессионального образования обеспечивает определенную защиту от безработицы, которая возрастает у лиц с высшим образованием. Низкие

образовательные ресурсы рано выходящих на рынок труда молодых людей являются причиной попадания, на вторичный рынок труда, характеризующийся нестабильной, малоквалифицированной, низкооплачиваемой работой (рисунок 8).

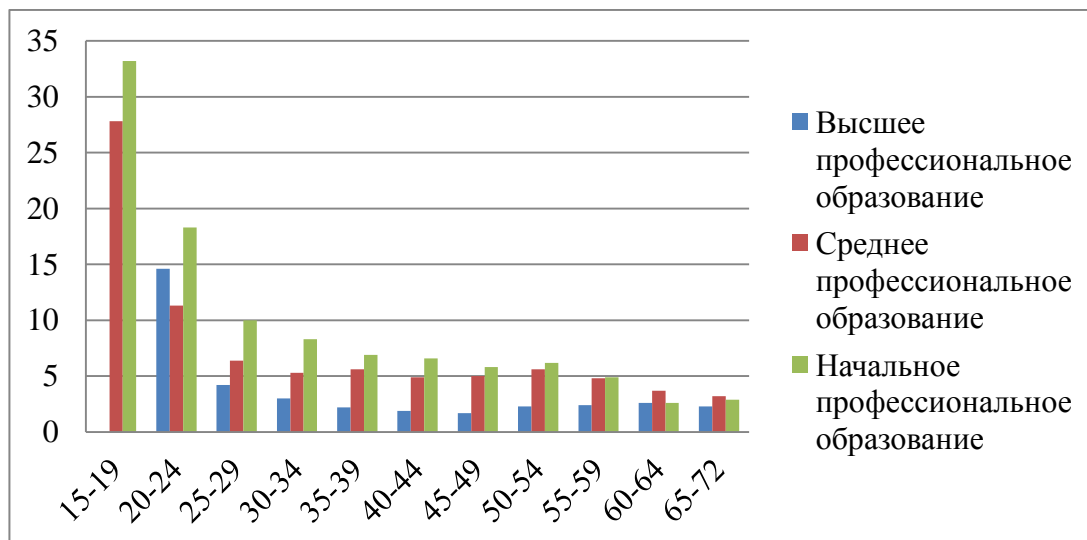


Рисунок 8 – Уровень безработицы населения РФ в отдельных возрастных группах по уровню профессионального образования в 2016 году, в процентах

Уровень безработицы у молодежных групп, имеющих начальное профессиональное образование, составляет 33,2% в группе до 20 лет, 18,3% в группе от 20 до 24 лет и 10% в группе от 25 до 29 лет. В средней молодежной группе уровень безработицы среди лиц с высшим образованием составляет 14,6%, что во многом объясняется отсутствием опыта при трудоустройстве у большинства соискателей. Практически во всех возрастных группах безработных с высшим образованием меньше, так в старшей молодежной группе уровень безработицы у лиц с высшим образованием имеет минимальное значение – 4,2%. Это демонстрирует преимущественное положение на рынке труда наиболее образованной части трудовых ресурсов [69].

В Красноярске же наблюдается следующая ситуация: за последние 15 лет в два раза уменьшилась доля молодежи и возникла потребность в квалифицированных специалистах. По опросам, работодатели г. Красноярска более 35% потребности в новых кадрах готовы замещать за счет выпускников ВУЗов, которые не имеют опыт. Причиной этого является то, что молодые

специалисты легко адаптируются к появлению новых профессий и запросам работодателей к новым профессиональным и дополнительным навыкам [43].

В г. Красноярске высок процент безработных, которые несколько лет состоят на учете на бирже труда, несмотря на большое количество крупных предприятий. Данная проблема характерна для многих крупных городов. Общая же ситуация на рынке труда является довольно стабильной и медленными темпами улучшается с каждым годом [43].

Помимо необходимости в задействовании молодежи на рынке труда, наблюдается следующая особенность. Основным направлением развития Российской Федерации на данный момент является постепенный переход к эпохе ИТ, а это подразумевает повсеместное использование разного рода информационных технологий, технических новшеств, с целью снизить затраты энергии и материалов. [10].

Действуя в современных реалиях, практически каждой организации становится понятно, что эффективность ее работы во многом зависит от уровня развития ИТ-инфраструктуры. Правильно подобранные инструменты для работы помогают своевременно и обоснованно принимать управленческие решения, для чего необходимо, чтобы разработкой и поддержкой инфраструктурой занимались высококвалифицированные профессионалы. [10].

В условия жесткой конкуренции товаропроизводители вынуждены интенсивно заниматься внедрением новых технологий и методов организации труда, что приводит к повышению рентабельности производства, но с другой стороны – к сокращению рабочих мест.

Стремительно развивающиеся автоматизация, роботизация и искусственный интеллект существенно преобразуют качество и количество доступных рабочих мест. Технологии способны облегчить нам жизнь, повысить производительность, уровень и продолжительность жизни, позволяют сосредоточиться на личностной самореализации.

Потенциальное влияние цифровых технологий и искусственного интеллекта на рынок труда безгранично. В будущем, они могут оказывать

значительное влияние на развитие рынка труда, обеспечивая баланс между квалификациями и работодателями, капиталом и инвесторами, потребителями и продавцами.

Технологии открыли небольшим компаниям доступ к огромному количеству информационных, профессиональных и финансовых ресурсов, которые раньше были доступны только крупному бизнесу. Благодаря использованию технологий малый бизнес сможет становиться всё сильнее. Крупные компании при этом смогли значительно снизить внутренние и внешние затраты. Организации получили возможность повысить производительность, привлекая меньшее количество сотрудников и не делая значительных капиталовложений для расширения своей деятельности (например, используя аутсорсинг или труд временных работников). При этом человеческий фактор играет свою роль [10].

На бурно развивающемся рынке труда сотрудники и работодатели находятся в непрерывном поиске. Сотрудникам предлагаются финансовые стимулы и участие в перспективных проектах. Всё чаще организации конкурируют за перспективных сотрудников и используют разнообразные приемы поиска и подбора будущего персонала.

Работники, выполняющие задачи, которые не под силу машинам, становятся особо ценными, следовательно, креативность, хорошее воображение, инновационность и дизайнерские способности в первую очередь востребованы работодателями.

По результатам исследования рекрутинговой компании Antal, чаще всего участники исследования находили работу в прошедшем году (2017 год), воспользовавшись сайтами по поиску работы, услугами рекрутинговых агентств или получив прямое приглашение от работодателя.

Людей, трудоустроившихся с помощью сайтов по поиску работы, становится с каждым годом больше (40% в 2017 против 37% в 2016 году). В то время как тех, кому помогли найти работу профессиональные и личные контакты, становится меньше. Хотя традиционно именно эти инструменты

воспринимаются респондентами как самые эффективные способы поиска работы.

Сейчас найти сотрудника с подходящей квалификацией – наибольший вызов для бизнеса. Показательно, какие навыки работодатели считают востребованными сейчас: решение проблемных вопросов, гибкость, умение договариваться, лидерские качества, креативность и новаторство фигурируют вверху списка.

2 Обоснование целесообразности диверсификации ООО «Объемный мир» в области поиска работы для молодежи

2.1 Анализ экономической и управленческой деятельности предприятия

Компания ООО «Объемный мир» основана в 2006 году, зарегистрирована 24 октября 2006 г. регистратором Межрайонная инспекция федеральной налоговой службы № 23 по Красноярскому краю. Юридический адрес ООО "Объемный Мир" - 660021, Красноярский край, город Красноярск, улица Богграда, 128, 408.

Категория субъекта – Малое предприятие. Количество сотрудников от 16 человек.

Основным видом деятельности является «Виды издательской деятельности прочие», а также зарегистрированы 4 дополнительные вида деятельности.

Дополнительные виды деятельности:

- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;
- прочие виды полиграфической деятельности;
- деятельность агентств по временному трудоустройству;
- деятельность по подбору персонала прочая.

Компания «Объемный мир» предлагает следующие продукцию и услуги:

- наружная реклама;
- вывески, таблички, стенды;
- интерьерная реклама;
- полиграфия;
- календарная продукция;
- фотокниги;
- сувенирная продукция

Выбранное предприятие ООО «Объемный мир» специализируется на изготовлении наружной, интерьерной рекламы, сувенирной продукции, полиграфии. Основной деятельностью является производство объемных и стерео-варио изображений. Вариоизображения – несколько изображений, последовательно сменяющие друг друга в зависимости от угла наблюдения. Помимо этого компания изготавливает вывески, стенды, таблички, баннера, календари и фотоальбомы. А также предлагает готовые решения, такие как: танцующие витрины, световые короба, левитроны, светящиеся доски и т.п. [57].

На рынке с 2006 года, предоставляет полный комплекс услуг, начиная от идеи и дизайна проекта заказчика, до полной его реализации и монтажа.

Цель данной компании – решать задачи клиентов, обеспечивая индивидуальный подход. Компания придерживается идеи о том, что рекламная концепция каждого проекта оригинальная и не терпит шаблона [57].

Юридический адрес компании: ул. Богграда, 128, Красноярск, Красноярский край, 660021. Также компания работает в 19 городах России: Москва, Воронеж, Уфа, Иркутск, Новокузнецк, Кемерово и т.д.

Компания имеет собственную производственную базу и оборудование, которое отличается высокой производительностью и технологичностью, а квалифицированные специалисты осуществляют самые разнообразные проекты и решают сложные задачи.

Потребителями полиграфической продукции предприятия являются как отдельная компания, так и физические лица (предприниматели, топ-менеджеры, менеджеры и специалисты местных компаний, заинтересованные в развитии бизнеса и личном росте). Причем для всех основными показателями и критериями оценки типографии являются следующие показатели: соотношение качества и цены выпускаемой продукции, короткие сроки изготовления.

Основными заказчиками цветных и черно-белых листовок, визиток, фирменных бланков, рекламных плакатов, брошюр и конвертов, а также блокнотов являются предприятия сферы услуг.

Организация ООО "Объемный Мир" являлась поставщиком в 71 государственном контракте на сумму 8 476 622,20 руб. (рисунок 9). [57].



Рисунок 9 – Участие в государственных закупках ООО «Объемный мир», основные контракты

Ниже в таблице 4 приведены основные финансовые результаты деятельности ООО «Объемный мир» в течение анализируемого периода (2014-2016 год).

Таблица 4 – Структура имущества и источники его формирования

Показатель	Значение показателя					Изменение за анализируемый период	
	в тыс. руб.			в % к валюте баланса		тыс. руб. (гр.4-гр.2)	± % ((гр.04-гр.2) : гр.2)
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	на начало анализируемого периода (31.12.2014)	на конец анализируемого периода (31.12.2016)		
1	2	3	4	5	6	7	8
Актив							
1. Внеоборотные активы	–	–	–	–	–	–	–

Окончание таблицы 4

в том числе: основные средства	–	–	–	–	–	–	–
нематериальн ые активы	–	–	–	–	–	–	–
2. Оборотные, всего	1 709	1 811	1 595	100	100	-1 833	-53,5
в том числе: запасы	571	769	926	74	58,1	-1 610	-63,5
дебиторская задолженност ь	709	193	363	19,3	22,8	-300	-45,2
денежные средства и краткосрочн ые финансовые вложения	429	849	306	6,7	19,2	+77	+33,6
Пассив							
1. Собственный капитал	150	222	281	2,9	17,6	+182	+183,8
2. Долгосрочны е обязательства , всего	–	300	703	50,4	44,1	-1 025	-59,3
в том числе: заемные средства	–	300	703	50,4	44,1	-1 025	-59,3
3. Краткосрочн ые обязательства *, всего	1 559	1 289	611	46,7	38,3	-990	-61,8
в том числе: заемные средства	1 439	962	417	18,8	26,1	-228	-35,3
Валюта баланса	1 709	1 811	1 595	100	100	-1 833	-53,5

Активы по состоянию на 31.12.2016 характеризуются отсутствием внеоборотных средств при 100% текущих активов. Активы организации за весь период уменьшились на 1 833 тыс. руб. (на 53,5%). Хотя имело место значительное уменьшение активов, собственный капитал увеличился на 183,8%, что, в целом, свидетельствует о положительной динамике имущественного положения организации.

На диаграмме ниже наглядно представлено соотношение основных групп активов организации (рисунок 10):

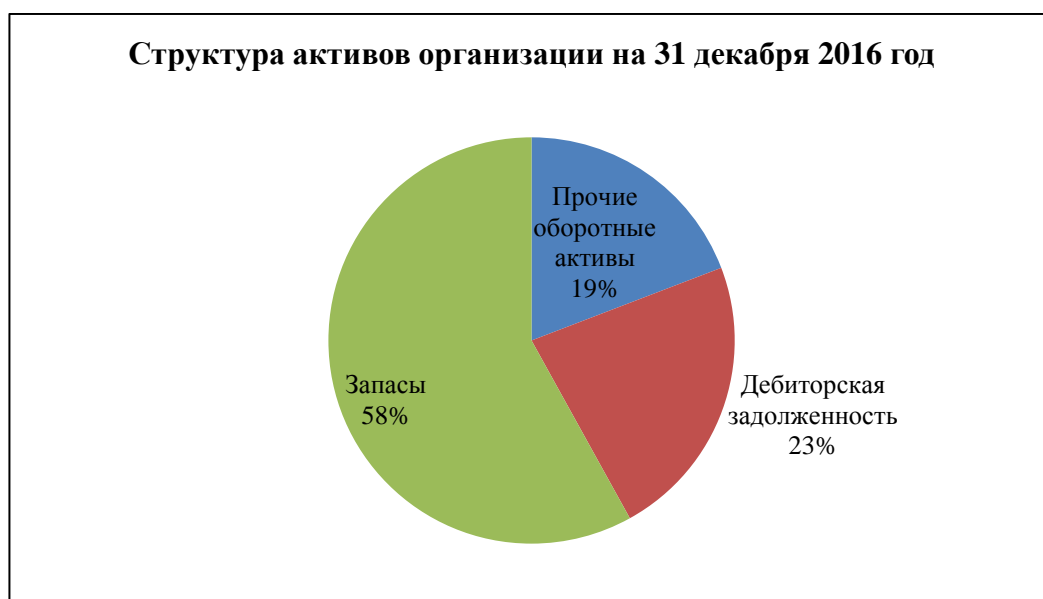


Рисунок 10 – Структура активов организации на 31 декабря 2016 года

Снижение величины активов организации связано со снижением следующих позиций актива бухгалтерского баланса (в скобках указана доля изменения статьи в общей сумме всех отрицательно изменившихся статей):

- запасы – 1 610 тыс. руб. (84,3%);
- дебиторская задолженность – 300 тыс. руб. (15,7%);

Одновременно, в пассиве баланса снижение наблюдается по строкам:

- долгосрочные заемные средства – 1 025 тыс. руб. (50,9%);
- кредиторская задолженность – 762 тыс. руб. (37,8%);
- краткосрочные заемные средства – 228 тыс. руб. (11,3%).

Среди положительно изменившихся статей баланса можно выделить "денежные средства и денежные эквиваленты" в активе и "уставный капитал

(складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)" в пассиве (+77 тыс. руб. и +182 тыс. руб. соответственно).

Собственный капитал организации на последний день анализируемого периода (31.12.2016) равнялся 281 тыс. руб. В течение анализируемого периода наблюдался весьма значительный рост собственного капитала – на 183,8%.

Таблица 5 – Обзор результатов деятельности организации ООО «Объемный мир»

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Изменение показателя		Средне-годовая величина, тыс. руб.
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	тыс. руб. (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)	
1	2	3	4	5	6	7
1. Выручка	7 200	8 117	7 792	+592	+8,2	7 703
2. Расходы по обычным видам деятельности	6 931	7 640	7 422	+491	+7,1	7 331
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	269	477	370	+101	+37,5	372
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	-215	-383	-288	-73	↓	-295
5. Прибыль до уплаты процентов и налогов (3+4)	54	94	82	+28	+51,9	77
6. Проценты к уплате	–	–	–	–	–	–
7. Налоги на прибыль (доходы)	3	22	23	+20	+7,7 раза	16
8. Чистая прибыль (убыток) (5-6-7)	51	72	59	+8	+15,7	61

За последний год годовая выручка составила 7 792 тыс. руб. Это на 592 тыс. руб., или на 8,2% выше значения за 2014 год.

За 2016 год прибыль от продаж составила 370 тыс. руб. За рассматриваемый период финансовый результат от продаж вырос на 101 тыс. руб., или на 37,5%.

Ниже на графике наглядно представлено изменение выручки и прибыли ООО «Объемный мир» в течение всего анализируемого периода (рисунок 11).

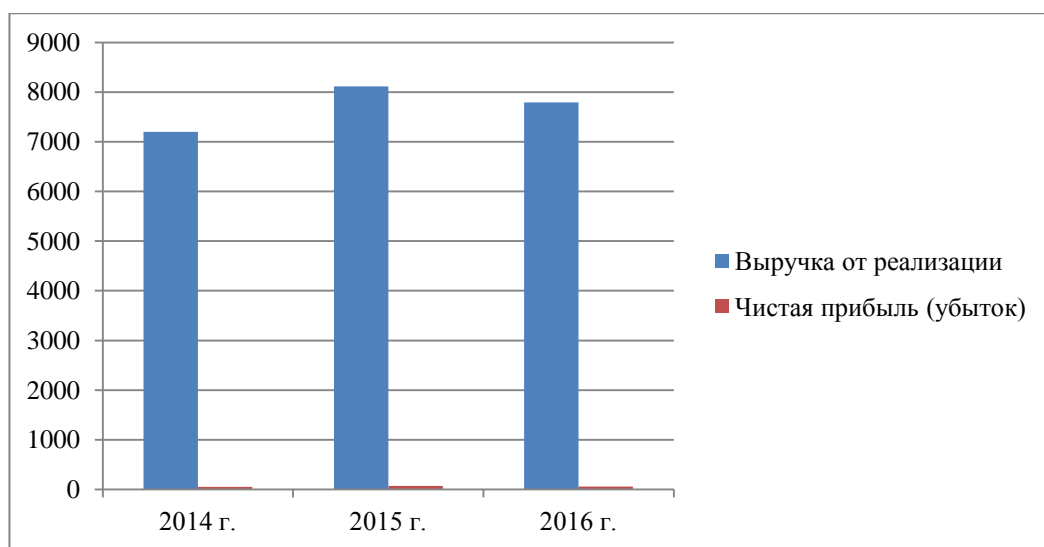


Рисунок 11 – Динамика выручки и чистой прибыли за период 2014-2016 год

Проведем анализ рентабельности данной компании за период с 2014 года по 2016 год. Результаты данного анализа представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ рентабельности организации ООО «Объемный мир»

Показатели рентабельности	Значения показателя (в %, или в копейках с рубля)			Изменение показателя	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	коп., (гр.4 - гр.2)	± % ((4-2) : 2)
1	2	3	4	5	6
1. Рентабельность продаж (величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной сферы деятельности: 5% и более.	3,7	5,9	4,7	+1	+27,1
2. Рентабельность продаж по ЕВИТ (величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки)	0,8	1,2	1,1	+0,3	+40,3
3. Рентабельность продаж по чистой прибыли (величина чистой прибыли в каждом рубле выручки). Нормальное значение для данной отрасли: не менее 3%.	0,7	0,9	0,8	+0,1	+6,9
Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции (работ, услуг)	3,9	6,2	5	+1,1	+28,4
Коэффициент покрытия процентов к уплате (ICR), коэфф. Нормальное значение: 1,5 и более.	–	–	–	–	–

За последний год организация получила прибыль, как от продаж, так и в целом от финансово-хозяйственной деятельности, что и обусловило

положительные значения всех трех представленных в таблице показателей рентабельности.

Рентабельность продаж за 2016 год составила 4,7%. К тому же имеет место рост рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за 2014 год (+27,1%).

Рентабельность, рассчитанная как отношение прибыли до налогообложения и процентных расходов (ЕВИТ) к выручке организации, за 2016 год составила 1,1%. Это значит, что в каждом рубле выручки ООО «Объемный мир» содержалось 1,1 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

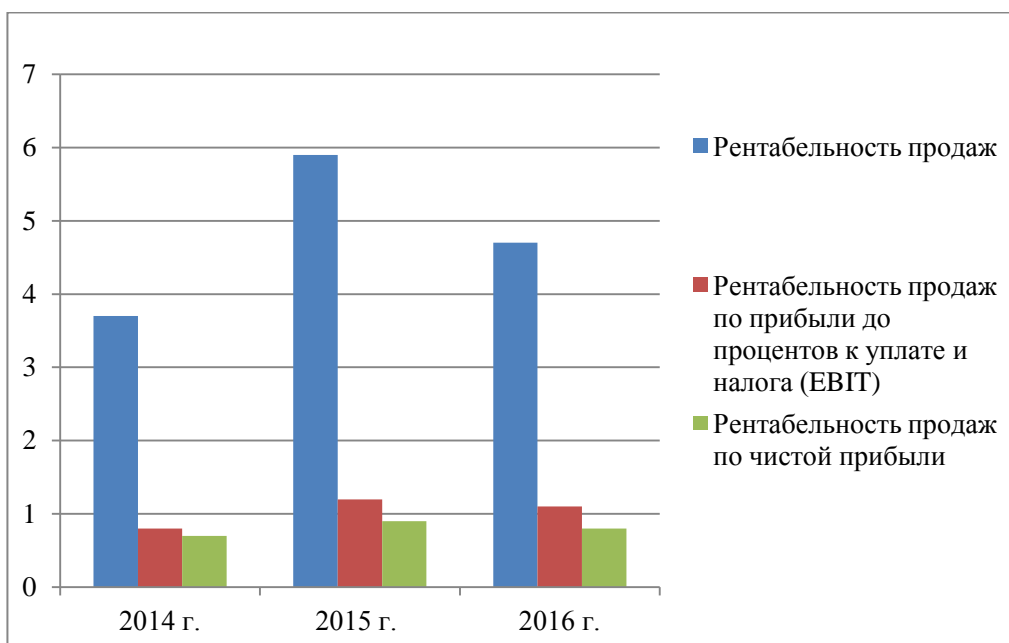


Рисунок 12 – Динамика показателей рентабельности продаж

Рассчитаем основные показатели финансовой устойчивости организации в таблице 7. К основным факторам, определяющим финансовую устойчивость предприятия, принадлежит финансовая структура капитала (соотношение заемных и собственных средств, а также долгосрочных и краткосрочных источников средств) и политика финансирования отдельных составляющих активов (прежде всего необоротных активов и запасов).

Таблица 7 – Основные показатели финансовой устойчивости организации

Показатель	Значение показателя			Изменение показателя (гр.4-гр.2)	Описание показателя и его нормативное значение
	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016		
1	2	3	4	5	6
1. Коэффициент автономии	0,09	0,12	0,17	+0,08	Отношение собственного капитала к общей сумме капитала. Нормальное значение: 0,45 и более (оптимальное 0,55-0,7).
2. Коэффициент финансового левериджа	10,3	7,2	4,7	-5,6	Отношение заемного капитала к собственному. Нормальное значение: 1,22 и менее (оптимальное 0,43-0,82).
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,09	0,12	0,18	+0,09	Отношение собственных оборотных средств к оборотным активам. Нормальное значение: 0,1 и более.
4. Индекс постоянного актива	0	0	0	–	Отношение стоимости внеоборотных активов к величине собственного капитала организации.
5. Коэффициент покрытия инвестиций	0,09	0,29	0,62	+0,53	Отношение собственного капитала и долгосрочных обязательств к общей сумме капитала. Нормальное значение для данной отрасли: не менее 0,7.
6. Коэффициент маневренности собственного капитала	1	1	1	–	Отношение собственных оборотных средств к источникам собственных средств. Нормальное значение для данной отрасли: 0,2 и более.

Окончание таблицы 7

7. Коэффициент мобильности имущества	1	1	1	–	Отношение оборотных средств к стоимости всего имущества. Характеризует отраслевую специфику организации.
8. Коэффициент обеспеченности запасов	0,26	0,29	0,3	+0,04	Отношение собственных оборотных средств к стоимости запасов. Нормальное значение: 0,5 и более.
9. Коэффициент краткосрочной задолженности	1	0,81	0,46	-0,54	Отношение краткосрочной задолженности к общей сумме задолженности.

Коэффициент автономии организации по состоянию на 31.12.2016 составил 0,17. Полученное значение показывает, что ввиду недостатка собственного капитала организация в значительной степени зависит от кредиторов. За анализируемый период коэффициент автономии вырос на 0,08.

Структура капитала организации представлена ниже на диаграмме (рисунок 13):



Рисунок 13 – Структура капитала организации ООО «Объемный мир»

На последний день анализируемого периода коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами равнялся 0,18, что незначительно (на 0,09) больше, чем на 31 декабря 2014 г. По состоянию на 31.12.2016 значение коэффициента можно характеризовать как вполне соответствующее нормальному. Несмотря на то, что в начале рассматриваемого периода значение коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами не соответствовало норме, в конце периода оно приняло нормальное значение.

Коэффициент покрытия инвестиций за весь рассматриваемый период вырос на 0,53 и составил 0,62. Значение коэффициента на 31 декабря 2016 г. ниже нормы. В течение анализируемого периода коэффициент покрытия инвестиций изменялся разнонаправлено.

Коэффициент обеспеченности материальных запасов на 31.12.2016 составил 0,3. За весь анализируемый период прирост коэффициента обеспеченности материальных запасов составил +0,04, кроме того, тенденцию на рост подтверждает и линейный тренд. Значения коэффициента в течение всего периода не укладывались в установленный норматив. По состоянию на 31.12.2016 коэффициент обеспеченности материальных запасов имеет неудовлетворительное значение.

Коэффициент краткосрочной задолженности организации показывает на практически равное соотношение краткосрочной и долгосрочной задолженности.

Динамика основных показателей финансовой устойчивости организации (коэффициент автономии, коэффициент покрытия инвестиций, доля краткосрочной задолженности в общей сумме обязательств) представлена на следующем графике (рисунок 14):

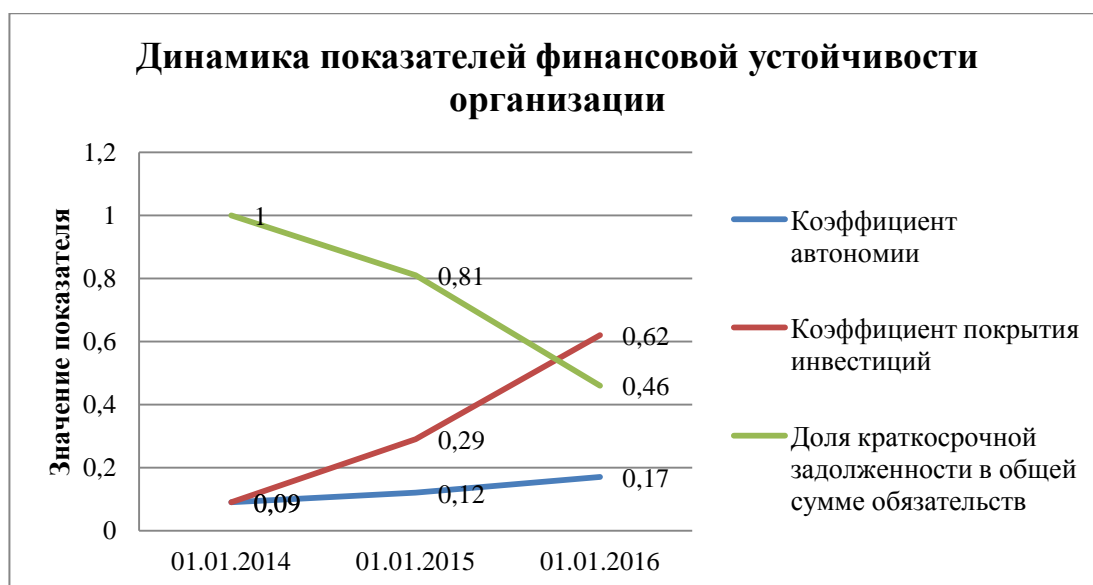


Рисунок 14 – Динамика показателей финансовой устойчивости

Показатели финансового положения и результатов деятельности организации, имеющие хорошие значения:

- нормальная финансовая устойчивость по величине собственных оборотных средств;
- за последний год получена прибыль от продаж (370 тыс. руб.), однако наблюдалась ее отрицательная динамика по сравнению с предшествующим годом (-107 тыс. руб.);
- прибыль от финансово-хозяйственной деятельности за последний год составила 59 тыс. руб.

Таким образом, проанализировав основные финансовые показатели данной компании, можно отметить, что ООО «Объемный мир» имеет относительно стабильную выручку от реализации и стабильную прибыль за анализируемый период, а также неплохие показатели рентабельности и финансовой устойчивости, однако на данном предприятии уже давно стоит вопрос о максимизации прибыли и увеличении выручки, но, как было выявлено, предприятие не может выбраться из данного «кризиса финансовой стабильности».

Проведем анализ конкуренции на рынке с помощью модели пяти конкурентных сил Майкла Портера. Данная модель наглядно покажет

конкуренцию на рынке, с помощью неё можно провести подробную оценку и анализ конкурентных преимуществ продукта компании, оценить угрозы конкуренции для товара компании, определить необходимые важные стратегические решения для сохранения и укрепления конкурентоспособности компании в долгосрочном периоде [54].

Анализ конкурентных сил по Портеру удобнее всего проводить с помощью таблиц, присваивая каждому параметру балл, отражающий низкую, среднюю или высокую степень угрозы для компании. Оценим уровень внутриотраслевой конкуренции по следующим параметрам:

- количество игроков;
- темп роста рынка;
- уровень дифференциации продукта на рынке;
- ограничения в повышении цен.

Таблица 8 – Уровень внутриотраслевой конкуренции

Параметр оценки	Оценка параметра			Балл
	3	2	1	
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка (3-10)	Небольшое количество игроков (1-3)	3
Темп роста рынка	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий	2
Уровень дифференциации продукта на рынке	Компании продают стандартизированный товар	Товар на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	Продукты компаний значительно отражаются между собой	2
Ограничение в повышении цен	Жесткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствуют возможности повышения цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цен для покрытия роста затрат и повышения прибыли	2
Итоговый средний балл				2,25

Уровень угрозы внутриотраслевой конкуренции находится на среднем уровне. Для улучшения своей позиции относительно конкурентов необходимо снизить влияние наиболее значимых параметров соперничества между предприятиями, таких как количество предприятий на рынке (3 балла).

Оценим угрозу входа на рынок новых игроков с помощью оценки высоты входных барьеров (таблица 9).

Таблица 9 – Угроза входа на рынок новых игроков

Параметр оценки	Оценка параметра			Балл
	3	2	1	
Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	Отсутствует	Существует только у нескольких игроков рынка	Значимая	1
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	Отсутствуют крупные игроки	2-3 крупных игрока держат около 50% рынка	2-3 крупных игрока держат более 80% рынка	2
Дифференциация продукта	Низкий уровень разнообразия товара	Существуют микро-ниши	Все возможные ниши заняты крупными игроками	3
Уровень инвестиций и затрат для входа в сферу деятельности	Низкий (окупается за 1-3 месяца работы)	Средний (окупается за 6-12 месяца работы)	Высокий (окупается более чем за 1 год работы)	1
Доступ к каналам распределения	Доступ к каналам распределения полностью открыт	Доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	Доступ к каналам распределения ограничен	1
Политика правительства	Нет ограничивающих их актов со стороны государства	Государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	Государство полностью регламентирует сферу деятельности и устанавливает ограничения	2
Готовность существующих игроков к снижению цен	Игроки не пойдут на снижение цен	Крупные игроки не пойдут на снижение цен	При любой попытке ввода более дешевого предложения существующие игроки снижают цены	3

Окончание таблицы 9

Темп роста сферы деятельности	Высокий растущий	и	Замедляющийся	Стагнация или падение	2
Итоговый средний балл					1,87 5

Угроза входа на рынок новых игроков находится на среднем уровне. Для улучшения своей позиции относительно конкурентов необходимо снизить влияние наиболее значимых параметров соперничества между предприятиями таких как дифференциация продукта (3 балла) и готовность существующих игроков пойти на снижение цен.

Оценим рыночную власть покупателей на рынке (таблица 10). Данный шаг показывает, насколько клиенты привязаны к товару и насколько высок риск потери текущей клиентской базы.

Таблица 10 – Оценка угрозы потери потребителей

Параметр оценки	Оценка параметра			Балл
	3	2	1	
Доля покупателей с большим объемом продаж	Более 80% продаж приходится на нескольких клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределен между всеми клиентами	2
Склонность к переключение на товары-субституты	Товар компании не уникален, существуют полные аналоги	Товар компании частично уникален, есть отличительные характеристики, важные для клиентов	Товар компании полностью уникален, аналогов нет	2
Чувствительность к цене	Покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	Покупатель будет переключаться только при значительной разнице в цене	Покупатель абсолютно не чувствителен к цене	2
Удовлетворенность качеством товара	Неудовлетворенность ключевыми характеристиками товара	Неудовлетворенность второстепенными характеристиками товара	Полная удовлетворенность качеством	1
Итоговый балл				1,75

Оценка угрозы потери потребителей находится на среднем уровне. Для улучшения своей позиции относительно конкурентов необходимо снизить влияние параметров таких как доля покупателей с большим объемом продаж (2 балла), склонность к переключению на товары-субституты (2 балла) и чувствительность к цене (2 балла).

Оценим поставщиков с точки зрения стабильности, надежности и способности к повышению цен (таблица 11).

Таблица 11 – Угроза со стороны поставщиков

Параметр оценки	Оценка параметра		Балл
	3	1	
Количество поставщиков	Незначительное количество поставщиков или монополия	Широкий выбор поставщиков	1
Ограниченность ресурсов поставщиков	Ограниченность в объемах	Неограниченность в объемах	1
Издержки переключения	Высокие издержки к переключению на других поставщиков	Низкие издержки к переключению на других поставщиков	1
Приоритетность направления на поставщиков	Низкая приоритетность сферы деятельности для поставщика	Высокая приоритетность сферы деятельности для поставщика	3
Итоговый средний балл			2

Угроза входа на рынок новых игроков находится на среднем уровне. Для улучшения своей позиции относительно конкурентов необходимо снизить влияние наиболее значимого параметра соперничества между предприятиями таким как приоритетность направления на поставщиков (3 балла).

Представим обобщающую оценку степени влияния 5 конкурентных сил в данной сфере деятельности в таблице 12. В данной таблице нет оценки такой конкурентной силы как товары – заменители, так как угрозы с этой стороны не существует.

Таблица 12 – Оценка степени влияния 5 конкурентных сил в издательской сфере деятельности

Конкурентные силы	Итоговый средний балл
Уровень внутриотраслевой конкуренции	2,25
Угроза входа на рынок новых игроков	1,875
Оценка угрозы потери потребителей	1,75
Угроза со стороны поставщиков	2

На основе данных таблицы 12 можно сделать вывод о том, что в наибольшей степени на деятельность компании влияет уровень внутриотраслевой конкуренции. В наибольшей степени это происходит за счёт высокого уровня насыщения рынка.

В наименьшей степени на предприятие влияют такие конкурентные силы как угроза потери потребителей и угроза входа на рынок новых игроков.

Количество игроков на рынке высокое, поэтому необходимо повышать качество продаваемой продукции. Дифференциация продукции низкая, поэтому необходимо увеличивать ассортимент, что в свою очередь повышает себестоимость продукции. Для сведения к минимуму повышения себестоимости продукции необходимо внедрять новые технологии производства.

Основными конкурентами в данной сфере деятельности по главному виду деятельности в Красноярском крае являются:

- ООО «Солнцеград»;
- ООО «Серебро»;
- ООО «АЛЬЯНС КОНСАЛТИНГ»;
- ООО «Производственная фирма-Линия рекламы»;
- ООО «ЛЮКС-ФОТО»;
- ООО «ПрофПринт»;
- ООО «ПЕЧАТНАЯ МАНУФАКТУРА»;
- ООО «СТУДИЯ РЕМАРКА»

Рейтинг организаций, занимающихся различными видами издательской деятельности в Красноярском крае, по выручке за 2016 год представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Рейтинг организаций по выручке за 2016 год

Место	Организация	Показатели, млн. руб.	
		выручка	активы
1	ООО "Солнцеград"	38,0	20,6
2	ООО "ОБЪЕМНЫЙ МИР"	7,7	1,5
3	ООО "Серебро"	4,0	0,65
4	ООО "АЛЬЯНС КОНСАЛТИНГ"	2,7	0,027
5	ООО "Производственная фирма-Линия рекламы"	1,7	0,262
6	ООО "ЛЮКС-ФОТО"	1,2	0,01
7	ООО "ПрофПринт"	0,817	0,539
8	ООО "ПЕЧАТНАЯ МАНУФАКТУРА"	0,655	1,7
9	ООО "СТУДИЯ РЕМАРКА"	0,62	0,037

Из данной таблицы видно, что компания ООО «Объемный мир» занимает второе место по рейтингу выручки среди конкурентов по Красноярскому краю, это говорит об эффективном функционировании данного предприятия.

Однако если посмотреть на объем продаж данного предприятия по месяцам, можно наблюдать сезонный характер спроса на предоставляемую продукцию и услуги [57]. Объем продаж по месяцам за 2015-2016 год представлен на рисунке 15.

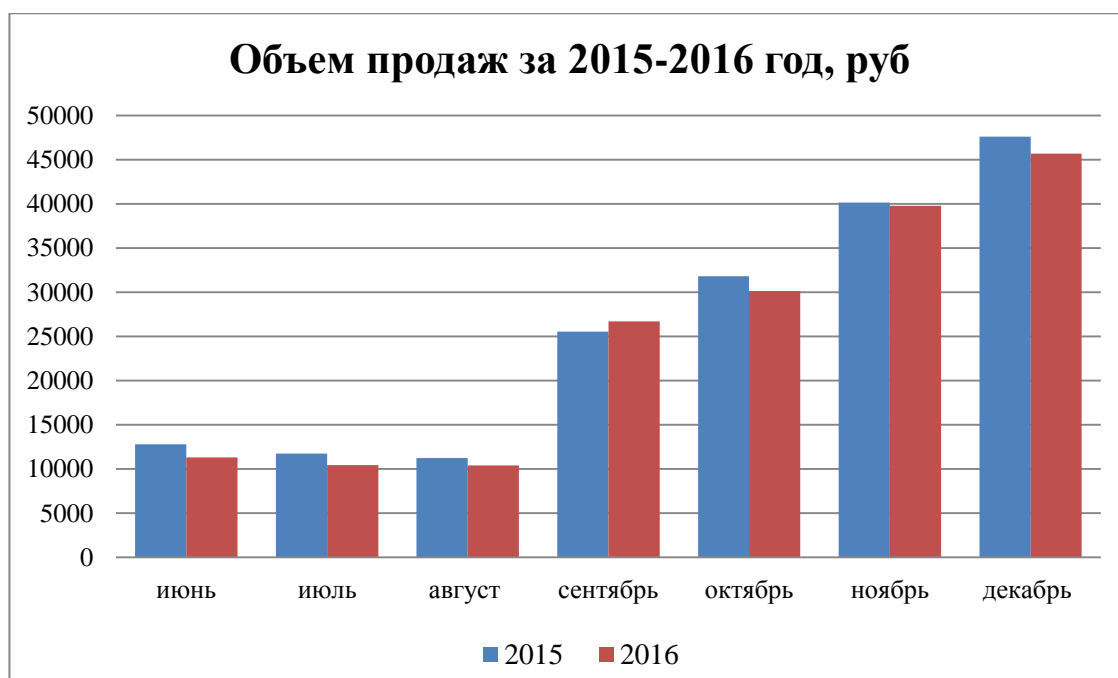


Рисунок 15 – Объем продаж за 2015-2016 год с июня по декабрь

На диаграмме заметно, что объем продаж постепенно начинает увеличиваться только после летнего периода. За период июнь-август компания теряет выручку из-за сезонного спроса на продукцию и услуги предприятия. Лишь в зимний период, а конкретно, ближе к ноябрю и декабрю компании удастся получить как можно больше выручки, так как это праздничные месяцы и спрос на издательскую продукцию возрастает. Это объясняется сезонностью спроса в данном бизнесе. Основной доход предприятия – это изготовление наружной, интерьерной рекламы, сувенирной продукции, полиграфии. Как мы видим на диаграмме, в течение данного периода планка продаж находится примерно на низком уровне в летний период, тем не менее, в декабре и ноябре наблюдается больший уровень продаж. Основными заказчиками в этот период времени являются государственные и муниципальные предприятия. В декабре сезон полиграфической продукции в преддверии нового года, как можно проследить по диаграмме, спад активности приходится на лето, это может быть связано с сезоном отпусков.

Таким образом, экономический анализ и анализ внешней среды предприятия показал, что, во-первых, данное предприятие работает эффективно, конкурентоспособно, по рейтингу выручки среди конкурентов

занимает второе место по Красноярскому краю. Также имеет опыт заключения контрактов с множеством известных компаний при участии в государственных закупках. Однако имеет слабые стороны в виде влияния фактора сезонности на продажи продукции и услуг предприятия.

2.2 Обоснование целесообразности диверсификации компании в области поиска работы для молодежи

На рынке рекламных услуг и полиграфии присутствует такая особенность как сезонность. Маркетологи на различных предприятиях решают: давать рекламу на пике торговли, или наоборот, использовать рекламные ролики или наружную рекламу во время спада продаж. Средства массовой информации, по определению, являются “все сезонными” - реклама одних товаров сменяет рекламу других. Однако, взяв за основу количество и частоту рекламных сообщений, можно и здесь выделить спады и подъёмы. Декабрь, например, самый “рекламонасыщенный” месяц. В этот период активность со стороны рекламодателей просто поражает: начинают обращаться за услугами даже “случайные” рекламодатели. Такие, кто весь год раздумывает: давать или не давать рекламу, а в конце года пытаются наверстать упущенное. Летний период можно образно назвать “сонно-знойным”, так как во время отпускного сезона – июнь, июль, август – снижается просмотр телевидения, радио слушание и чтение газет.

Сезон заказов в издательской сфере деятельности, как правило, открывается в сентябре, и уже к ноябрю типографии переходят на круглосуточный режим работы. Заказчики, как правило, предпочитают в основном тратиться на новогодние сувениры, чтобы обеспечить себя рекламой на весь последующий год.

Проблема сезонности носит общий характер для экономики нашей страны. Как правило, сезонность отрицательно влияет на результаты работы, поскольку приводит к неравномерному использованию рабочей силы, производственных мощностей, материальных ресурсов. В данной связи

большинство предприятий стараются принимать меры для смягчения сезонности, воздействуя на спрос путем проведения маркетинговых мероприятий, которые не всегда эффективно решают задачи регулярной загрузки.

Сезонный спрос отражается на всей деятельности предприятия, ухудшает его текущую ликвидность, увеличивает оборачиваемость материалов, запасов, капитала в целом, а также вызывает неравномерность поступления денежных средств, затрудняет финансовое и маркетинговое планирование, несет другие негативные последствия. В конечном счете, сезонный спрос приводит к неравномерной загрузке производственных мощностей, неполной занятости, скрытой безработице на предприятии.

Как было выявлено ранее, при анализе управленческой и экономической деятельности предприятия ООО «Объемный мир», в данной компании также присутствует такая особенность отрасли, как сезонный спрос на товары и услуги.

Для того чтобы смягчить сезонный характер спроса и тем самым улучшить распределение рабочей силы на предприятии, используем один из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие предприятия – SWOT-анализ.

Он используется для выявления сильных и слабых сторон предприятия, а также для выявления потенциальных возможностей и угроз. Такой способ эффективен и прост в применении, дает возможность устанавливать связь между потенциалом и проблемами предприятия, обеспечивает установление связи между сильными и слабыми сторонами компании, не требует для своего проведения обширной базы данных, позволяет найти варианты успешного существования организации, позволяет определить перспективы развития организации.

SWOT-анализ маркетинговой среды производственно-торговой компании ООО «Объемный мир» представлен в таблице 14.

Таблица 14 - SWOT-анализ маркетинговой среды производственно-торговой компании ООО «Объемный мир»

Аспект анализа	Содержание анализа
Внутренняя среда	
Сильные стороны (Strengths)	<ol style="list-style-type: none"> 1) наличие собственной производственной базы 2) небольшой штат сотрудников компании (сокращение затрат на представительские расходы и расходы, связанные с содержанием персонала); 3) сплоченный коллектив; 4) широкий ассортимент товаров и услуг; 5) широкая сбытовая сеть в школах и молодежных организациях; 6) наличие квалифицированного персонала торговых агентов, умеющего работать в молодежных коллективах.
Слабые стороны (Weaknesses)	<ol style="list-style-type: none"> 1) устаревающее оборудование по сравнению с рядом лидеров в данном сегменте рынка; 2) маленькое количество творческих работников; 3) низкая квалификация сотрудников; 4) сезонность спроса и постоянные финансовые проблемы в летний период.
Внешняя среда	
Возможности (Opportunities)	<ol style="list-style-type: none"> 1) спрос на полиграфическую и сувенирную продукцию достаточно высок и имеет устойчивую тенденцию к увеличению; 2) расширение номенклатуры; 3) увеличение разнообразия во взаимосвязанных продуктах; 4) диверсификация деятельности компании.
Угрозы (Threats)	<ol style="list-style-type: none"> 1) снижение общей платежеспособности предприятий; 2) уменьшение количества заказов в связи с экономическим кризисом и сезонности бизнеса; 3) появление сильных конкурентов 4) экономический спад

Таким образом, анализ маркетинговой среды производственно-торговой компании позволяет сделать ряд выводов:

- компания как участник рынка подвержена влиянию общероссийских и местных тенденций стагнации отрасли;
- на деятельность организации оказывает негативное влияние фактор сезонности, в связи с этим организации необходимо разнообразить экономическую и хозяйственную деятельность предприятия на период времени, когда нет спроса на продукты основной деятельности предприятия;
- несмотря на слабые стороны предприятия и угрозы внешней среды, у компании имеются возможности для развития деятельности, а также свои сильные стороны;
- для поддержания востребованного уровня услуг и получения экономической выгоды необходима диверсификация деятельности предприятия.

Для наиболее точной оценки перспектив развития компании был сделан SWOT-анализ, оценивающий основные сильные и слабые стороны предприятия на текущий момент, а также возможности и угрозы со стороны внешней среды, включая текущую экономическую ситуацию для регулирования разработки, производства, размещения рекламной и полиграфической продукции.

Таким образом, была выявлена необходимость создания плана диверсификации для данного предприятия. Так как основной вид деятельности предприятия – это издательская деятельность, печать и предоставление наружной, издательской рекламы, в период снижения спроса на основной вид деятельности следует сосредоточить внимание на дополнительном виде деятельности предприятия, а именно: ввести такой вид деятельности, который не будет обладать аналогичной сезонностью, и сможет использовать имеющиеся у компании компетенции. Таким видом деятельности является предоставление услуг в области трудоустройства молодежи.

Технологии поиска и подбора персонала не стоят на месте. Методы, отлично работавшие еще несколько лет назад, сегодня не дают желаемого результата. На это есть множество причин: демографическая ситуация, «сложный» рынок труда, изменение мотивации молодых специалистов и так

далее. Суть остается прежней. Найти подходящего кандидата становится все сложнее.

Если же говорить именно о современных методах поиска персонала, то можно выделить следующие:

- поиск кандидатов в социальных сетях – актуальный, недорогой, но трудоемкий метод привлечения персонала. Хорошо подходит для поиска молодых специалистов и специалистов среднего звена;

- поиск кандидатов в сети Интернет (форумы, специализированные сообщества), недорогой, но довольно трудоемкий метод. Позволяет обратиться к узкому кругу специалистов, а также получить рекомендации на интересных кандидатов;

- размещение объявлений о вакансиях в сети Интернет в формате видео – один из популярнейших методов на сегодняшний день. Стоимость создания ролика о компании/вакансии сопоставима со стоимостью традиционных методов привлечения персонала. Эффективность такого метода достаточно высока. Благодаря распространению в сети Интернет обеспечивается максимальное количество просмотров. Активное применение этих методов привлечения персонала связано с развитием глобальной паутины.

Также используются интернет ресурсы по подбору персонала. Чаще всего применяется публикация вакансий в специализированных порталах по поиску работы, например, avito.ru, hh.ru, superjob.ru, rabota.ru и др.

На подобных ресурсах необходимо зарегистрироваться на портале от лица организации, следуя предлагаемой инструкции. После подтверждения регистрации нужно разместить вакансии. Рекомендуется предварительно составить весь список вакансий в отдельном документе. Далее указать наименование должности, обязанности, требования к опыту работы и образованию соискателя, лучше прописать, на каких условиях предлагаете работу (заработная плата, график, место работы и т. п.), а также телефоны или адреса электронной почты. А затем уже копировать в форму на сайте.

Второй способ — анализ резюме соискателей на сайтах по трудоустройству. При использовании этого способа схема отбора соискателей такая. Сначала выбирают наиболее подходящих кандидатов по формальным признакам (соответствует квалификация заявленным требованиям или нет), проводят первичное интервью по телефону, по результатам которого приглашают на очное собеседование.

Преимущества таких интернет-ресурсов: оповещение о вакансии большого круга заинтересованных в работе соискателей, полная структурированная информация от соискателей, образование, опыт, достижения, личные качества — упрощает отбор и сужает количество кандидатов.

Но есть и недостатки: в последнее время порталы и сайты по поиску работы вводит платный сервис для организаций. Это либо взнос за регистрацию предприятия в системе, либо плата за снятие ограничения по количеству размещенных вакансий, или платный доступ к банку резюме соискателей. Можно подобрать специалиста любого уровня, но время поиска может затянуться.

Особенностями предлагаемого электронного ресурса будут являться:

- подбор сотрудников, в соответствии с запросами работодателей;
- ориентирование на молодежь — уязвимый сегмент на рынке труда;
- сайт федерального уровня, работающий во многих регионах страны;
- объективная оценка компетенций соискателей, с помощью внедрения истории отметок в течение обучения.

Создание электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта будет решать одновременно проблемы работодателей — поиск квалифицированных сотрудников, соискателей — предоставление надежных работодателей, существенно облегчая их поиск и связь между собой,

а также экономики труда в целом – содействие занятости молодых специалистов на рынке труда.

Поэтому диверсификацию компании в области поиска работы для молодежи можно считать целесообразной.

3 Разработка плана диверсификации ООО «Объемный мир»

3.1 Разработка плана диверсификации ООО «Объемный мир»

Анализ бухгалтерского баланса и финансовых показателей, а также внешней и внутренней среды производственно-торговой компании ООО «Объемный мир» позволяет сделать вывод, о том что, на исследуемом предприятии не смотря на все его достоинства и преимущества, наблюдается тенденция снижения рентабельности, а также снижения выручки из-за сезонного характера спроса. Поэтому основная проблема компании, на которую следует обратить особое внимание и предложить мероприятия по ее устранению – это отсутствие стабильного увеличения прибыли из-за сезонного спроса на продукцию и услуги основного вида деятельности предприятия.

Для устранения данной проблемы необходимо предложить эффективный план диверсификации производства.

Так как ООО «Объемный мир» имеет дополнительный вид деятельности по поиску и подбора персонала, предпочтительнее будет развиваться в данной сфере деятельности, так как фактор сезонности будет устранен.

Идея для диверсификации данной компании следующая: создание электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта.

На текущий момент сайты по поиску работы и сотрудников:

- в основной своей массе локальны;
- существуют такие сайты, как rosrabota.ru с претензией на федеральный уровень, но реально работающие в 1-5 регионах;
- не ориентированы на людей без опыта и студентов.

Существует самый мощный сайт федерального уровня www.hh.ru, но найти там нужного студента нереально, так как сайт не ориентирован на данный сегмент рынка труда, кроме того, студенты редко обращаются к данному электронному ресурсу. Структура сайта перспективна, но оценку компетенций производят сами соискатели, а это необъективно, кроме того,

студенты не умеют это делать и не знают своих компетенций, первое время их нужно "вести".

На многих ресурсах можно столкнуться с недостатками, затрудняющими процесс поиска работы, например, некоторые из них позволяют откликнуться на заявку только один раз в неделю.

Кроме того, на текущий момент:

- существуют регионы, где сотрудники предпочитают за умеренные деньги «ничего не делать», чем за высокую заработную плату работать (Москва);

- огромное количество неквалифицированной рабочей силы, которая готова делать за умеренные деньги простую работу, а развиваться эта масса не имеет желаний и возможностей;

- низкий уровень управленческой культуры и навыков в РФ в целом, который не позволяет грамотно использовать такую рабочую силу;

- квалифицированные сотрудники в регионах готовы выполнять работу только в удобных условиях и с зарплатой больше, чем её реальная стоимость. Поэтому работодателю проще самому подготовить и доучить «вчерашнего» студента, у которого пока нет амбиций, но имеются много сил, энергии и высокие способности к обучению.

Все это тормозит развитие экономики, делает квалифицированных специалистов недоступными малому бизнесу, и создает предпосылки к кризису на рынке труда.

Решать вопросы обеспечения квалифицированным персоналом предприятия вынуждены самостоятельно. Для этого они создают учебные центры, разрабатывают программы и курсы обучения на рабочих местах и т.д. Есть еще альтернатива, которая позволяет подготовить специалистов, – система наставничества. Она выгодна предприятию, поскольку предполагает малые финансовые вложения и имеет максимальную практическую направленность подготовки кадров исходя из потребностей конкретного предприятия.

Под современной системой наставничества понимается форма профессиональной адаптации нового сотрудника, направленная на передачу необходимых ему знаний и опыта по основной специальности и закрепление сотрудника на предприятии.

Важно, чтобы у компании была система оценки персонала и система мотивации, которая бы стимулировала сотрудников учиться и повышать квалификацию. Оценка лучше осуществлять до и после обучения. Только тогда компания сможет понять, чему нужно учить конкретного работника и каких результатов он достиг после обучения.

Для получения высококлассного специалиста необходим соответствующий процесс обучения. К сожалению, современное образование основывается на создании общетеоретической платформы у будущего специалиста. Поэтому, выпускники учреждений высшего профессионального образования часто не соответствуют ожиданиям работодателя. Работодатели отмечают нехватку практических знаний у выпускников вузов, а четверть обладателей дипломов устраиваются на должности, не требующие их уровня образования.

Работодатели предъявляют высокие требования и к специальным, и к общим компетенциям выпускников профессиональных учебных заведений (вузов, ссузов, ПУ). Причем это запрос не просто на высокую квалификацию, но и на особые личностные качества работника (высокий уровень ответственности, самомотивация к повышению образования и профессионального мастерства и др.).

Для того чтобы человек после окончания вуза имел, кроме теоретических знаний, еще и практические, необходимо принимать студентов, начиная с третьего курса, на работу (неполный рабочий день), где он получал бы практические знания и к завершению обучения уже являлся специалистом.

Наибольший интерес на рынке труда у молодежи вызывают проблемы трудоустройства. Молодое поколение сталкивается с такими острыми проблемами как низкая заработная плата, тяжелые и неприемлемые условия

труда, отказ в работе из-за отсутствия опыта и другие факторы. Многие потенциально перспективные молодые люди, «задыхаясь» от своих знаний, не зная, где их правильно применить, или же сталкиваясь с низким уровнем оплаты труда, уезжают за границу. Происходит так называемая «утечка кадров».

В нашей стране существует ряд регионов, в которых высокий уровень производства и денежного дохода соседствует с выгодным географическим положением. На сегодняшний день эти регионы чувствуют острую потребность в высококвалифицированных рабочих и специалистах для осуществления множества проектов, поддерживаемых и финансируемых государством. Но люди очень неохотно меняют постоянное место жительства, а если и меняют, то едут в Москву или Санкт-Петербург. Хотя на самом деле, работа в других регионах нашей страны есть, поэтому важно организовать такой механизм, который бы связывал молодых специалистов с работодателями, которые нуждаются именно в их профессиональной подготовке.

Поскольку сайтов поиска работы в России достаточно много и на фоне их нужно как-то выделяться, иначе он не станет популярным и прибыльным, и затеряется навсегда в глубинах интернета, необходимо сделать сайт – уникальным продуктом. Нужно его выделить из серой однородной массы аналогичных сайтов.

Сайт будет ориентирован на:

- рекомендации по подготовке специалистов в соответствии с потребностями экономики;
- содействие трудоустройству молодых граждан на постоянную и временную работу;
- удовлетворение потребности работодателей в рабочей силе и содействие занятости населения страны.

Основной принцип функционирования сайта в некотором смысле будет копировать работу агентства по трудоустройству:

- поиск и отбор требуемых специалистов;

– постоянное расширение собственной базы данных претендентов на работу;

– привлечение вероятных клиентов за счёт популяризации предоставляемых услуг.

Проще говоря, создаётся определённая база данных о молодых специалистах, которые предлагают свои услуги. По другую сторону находятся клиенты, желающие воспользоваться услугами некоторого специалиста.

Сайт по подбору персонала в подобном случае представляется в роли некоего связующего звена, осуществляя двухстороннюю работу, преследуя при этом максимальное удовлетворение интересов соискателей и потенциальных работодателей. Клиенты оплачивают данному электронному ресурсу услуги предоставления необходимого персонала, а соискатели оплачивают услугу трудоустройства по факту.

Сайт будет направлен на молодежь, студентов. Особенностью такого электронного ресурса будет являться система поиска и подбора персонала с помощью сбора информации о соискателе в течение его учебного процесса, начиная к примеру с третьего курса. К третьему курсу уже накапливается история оценок по предметам, практикам.

Данная система поможет работодателю в полной мере оценить будущего сотрудника-студента, все его достижения и становление как специалиста. По результатам обучения студента можно выявить необходимого специалиста-сотрудника для будущей организации.

Рекрутинговый рынок расширяется стремительными темпами. Компании ищут как можно более быстрые и удобные методы, которые помогут им укомплектовать штат в кратчайшие сроки. Предлагаемый им способ оценки персонала не требует участия дорогостоящих специалистов и размещения печатной рекламы. Он прост и эффективен одновременно.

Чтобы студенты Российской Федерации имели достойную возможность устроиться в хорошие компании, опыт работы в которых в будущем поможет им развиваться профессионально сразу после окончания ВУЗа, необходимо

иметь веб-систему, в которой была бы собрана информация об открытых вакансиях в различных компаниях.

Если данная веб-система будет существовать, то у студентов появится возможность найти подходящие по специальности и интересам места работы, в то же время компании, заинтересованные в молодых специалистах, смогут найти новых сотрудников.

Данная веб-система будет предназначена для студентов, желающих найти работу. Также сервис будет предоставлен для компаний, которые заинтересованы в найме молодых сотрудников – студентов и недавних выпускников. Система пользователей представлена в таблице 15:

Таблица 15 – Система пользователей электронного ресурса

Пользователь	Функциональные требования к ресурсу
Студент	<ul style="list-style-type: none">– регистрация в роли соискателя;– занесение информации о себе в резюме;– поиск вакансии;– просмотр списка вакансий;– просмотр объявления о вакансии;– отклик на вакансию;– просмотр календаря событий.
Компания	<ul style="list-style-type: none">– регистрация в роли работодателя;– занесение информации о компании;– занесение информации о вакансии;– поиск студентов с помощью фильтров;– просмотр отклика и резюме студента.

Если говорить о наполнении сайта и его возможностях, то стоит отметить, что на сайте будут вноситься данные от желающих студентов, а также будет просматриваться история оценок и достижений студента во время обучения. Можно начать с 3 курса – за это время у студентов уже накапливается история оценок по предметам, практик.

Информацию могут предоставлять они сами, а также будет предоставлена возможность заключать договора с институтами или кафедрами на полное внесение всех по умолчанию. Если законодательство против такой

обязательности – студент пишет заявление отказ (по аналогии как с прививками).

Для студентов – это реальный выбор работодателя по окончании обучения, постоянные предложения по подработке во время обучения, без опасений, что работа не будет оплачена.

Для ВУЗов – решение проблемы с трудоустройством по окончании обучения (повышение рейтинга и увеличение количества поступающих), существенное повышение мотивации студентов на учебу (выбирать будут по отметкам).

Для работодателей – быстрый поиск дешевой рабочей силы (для подработки), безошибочный подбор специалистов на предприятия по тем параметрам, что реально требуются.

Для социума в широком смысле – формируется человек с ответственностью за свои поступки и дела, который знает, что его трудовая биография будет работать на него.

Проект необходимо сделать федеральным, так как студенты – самая мобильная категория населения.

Таким образом, примерно через 5 лет нарабатывается трудовая биография выпускников, на основании которой можно рассматривать специалиста как квалифицированного.

К сайту могут присоединяться организации, которые берут на себя обязательство оставлять рекомендации о сотрудниках, которые у них работали. Рекомендации хранятся в базе данных и передаются только определенным лицам при определенных условиях. Те организации, кто таким образом присоединились к сайту получают скидку при покупке доступа к данным.

Плюсом для соискателя будет его востребованность. Прозрачного сотрудника с хорошими рекомендациями будут приглашать на самую высокооплачиваемую работу.

Также этой системе присуще: при рассмотрении трудовой биографии соискателя зачастую бывает так, что его рекомендателя уже не найти, так как он может сменить работу, уехать в другой город или страну, или же фирма обанкротилась. Работодатель же в свою очередь не принимает такого человека, чтобы не рисковать, не вкладывать силы и средства в непроверенного специалиста. В этом смысле такая система незаменима. Ведь данные о рекомендациях при уходе сотрудника из компании сохраняются.

Система сможет частично сформировать «черный» список соискателей. Сейчас такого сервиса нет, но это действительно полезная услуга для работодателей. Так как существуют работники, которые могут негативно влиять на общую рабочую атмосферу в коллективе, а так же на деятельность фирмы, где он работает. Это разрушает и так неустойчивую экономику и негативно сказывается на рынке труда в целом.

Поэтому можно встраивать оценку релевантности отзывов работодателей, чтобы было понятно отзывам кого можно доверять, а кого – нет. Также можно формировать трудовую рекомендацию от обратного, например, раньше работал человек неважно, а теперь улучшил свое положение в глазах работодателя.

Таким образом, определены потребности работодателей и молодых специалистов на рынке труда, а также возможности их удовлетворения с помощью данного электронного ресурса (таблица 16).

Таблица 16 – Потребности работодателей и молодых специалистов на рынке труда, возможности их удовлетворения с помощью электронного ресурса

	Потребности	Возможности
Работодатель	<ul style="list-style-type: none"> – квалифицированные специалисты; – творческие работники, готовые обучаться; – специалисты с опытом работы; 	<ul style="list-style-type: none"> – возможность найма подготовленного сотрудника; – возможность просмотра достижений студента по окончании обучения; – возможность выбора специалиста по отзывам работодателей (если такие имеются); – поиск нужного специалиста по регионам страны.

Окончание таблицы 16

Молодые специалисты	– предоставление рабочих мест организациями; – соответствие зарплатных ожиданий реальному уровню оплаты труда; – дополнительные курсы обучения; – дополнительное образование; – возможность должностного роста и личностного развития.	– возможность устроиться как на постоянную, так и на временную работу; – рекомендации студентам о получении дополнительных навыков на курсах обучения и пр.; – предоставление надежных работодателей.
---------------------	--	---

Все это формирует очень перспективную систему для рынка труда, работающую несколько по иным, более полезным принципам. Данные особенности сайта будут делать его уникальным среди подобных электронных ресурсов.

3.2 Оценка целесообразности предложенного плана

Оценивая эффективность диверсификации в целом, с социально-экономической точки зрения, можно выделить ряд ее положительных и отрицательных сторон [62]. К преимуществам относится следующее:

- экономия на масштабах деятельности, расширение ассортимента продукции, работ, услуг;
- вовлечение в оборот незанятых ресурсов;
- снижение степени риска, повышение финансовой стабильности и общей устойчивости деятельности;
- приобретение новых знаний, навыков, универсальной квалификации;
- снижение уровня безработицы и пр.

Издержками диверсификации являются:

- потери времени на поиск лучших вариантов;
- необходимость переподготовки и обучения специалистов;

- потери, связанные с изменением структуры производства и управления;
- появление новых видов рисков;
- вероятность возникновения структурной безработицы, социально напряженности;
- изменение стиля работы, психологическая напряженность.

Для осуществления проекта по диверсификации деятельности, потребуются достаточно значительные финансовые вложения. Это расходы на оборудование, квалификационный персонал, а также, на рекламные мероприятия. Сайт – это ресурс, который требует хорошей рекламы, и, если недостаточно вложиться в данный пункт издержек, сайт может просто затеряться в большом пространстве сети Интернет и не оправдать себя.

Расходы предложенного плана создания электронного ресурса предполагают затраты на:

- рекламу;
- интернет, телефон;
- закупку оборудования (компьютеры, телефон, факс, ксерокс);
- закупку мебели.

Так как компания уже осуществляет свою деятельность, то есть имеется офис, где работают сотрудники, на аренду помещения не потребуются затрат.

На услуги телефонной связи, а также интернет-услуг будет затрачено не больше 4000 рублей за первый месяц использования.

Что касается закупки необходимого оборудования и мебели, все необходимые данные приведены в таблице 17.

Таблица 17 – Закупка оборудования и мебели

№ п/п	Наименования	Кол-во	Цена за единиц у, руб	Сумма, руб.
1	Компьютер «Acer Veriton S2710G»	4	35000	140000
2	Телефон стационарный «RITMIX RT-440»	1	3000	3000

Окончание таблицы 17

3	Факс офисный «Panasonic KX-FT982RU-B»	1	8000	8000
4	Ксерокс «Xerox WorkCentre 3215NI»	1	15000	15000
5	Стол офисный «Консул»	4	2000	8000
6	Стул «Изо хром»	4	1250	5000
	ИТОГО			179000

На первом этапе организация рекламных мероприятий, направлена на информирование потенциальных клиентов о создании данного электронного ресурса. Основные требования к этим мероприятиям – целевая направленность рекламы при минимуме затрат. Это можно достичь путем размещения рекламных листовок, проведения презентаций, аренда баннера, размещения объявления в газете. Однако для достижения наиболее эффективной рекламы следует заказывать её в интернете, а это требует существенных затрат. Данные о затратах на рекламу представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Расходы на рекламу

№ п/п	Описание расходов	Сумма за 1 месяц, руб.	Сумма за год, руб.
1	Рекламные листовки	1500	18000
2	Презентация по случаю открытия	15000	15000
3	Реклама в сети-интернет (использование не каждый месяц)	50000	500000
	ИТОГО	66500	533000

Не стоит забывать о найме сотрудников, которые будут создавать и развивать данный электронный ресурс (таблица 19).

Таблица 19 – Расходы на персонал

№ п/п	Наименование должности	Кол-во человек	Оклад в мес., руб.	Итого затрат в месяц, руб.
1	Программист	1	35000	35000
2	Веб-администратор	3	30000	90000
2	Веб-дизайнер	1	29000	29000
	ИТОГО	5	94000	154000

Без учета премирования персонала и налогов, затраты по оплате труда составят 154000 руб. в месяц.

Издержками диверсификации производственно-торговой компании ООО «Объемный мир» в стоимостном выражении будут являться:

- издержки на оборудование: 179000 руб;
- издержки на рекламу: 533000 руб;
- издержки на персонал: 154000 руб. в месяц.

Примерная сумма издержек на первый год: 866000 руб. Не учитывая дополнительных переменных затрат. Если округлить затраты на данный проект, то получим 1000000. Достаточно большая сумма, но учитывая финансовые возможности ООО «Объемный мир», компания способна на данный проект.

Развитие сайта – достаточно непростая работа, поэтому на раскрутку понадобится примерно 1,5-2 года, прежде чем получится получить с этого ресурса реальную прибыль.

Доходная часть бизнеса по подбору персонала весьма интересная, и пропорциональна количеству выполненных заказов. Зарабатывать деньги можно предоставляя доступ к контактам студентов. Кроме того, ресурс может зарабатывать на размещении рекламы, информации о грантах и т.д.

Осуществление проекта можно начать, к примеру, с Красноярского края. А уже в дальнейшем вывести сайт на федеральный уровень.

Примерный прайс-лист услуг сайта представлен в таблице 20.

Таблица 20 – Прайс-лист услуг сайта по поиску работы молодежи для Красноярского края.

Предоставляемые услуги	Период	Цены	Описание
Доступ к базе резюме	1 контакт	300 руб.	Возможность открыть контактные данные в резюме региона или есть возможность связаться с соискателем через внутреннюю почту сайта
	1 день	1200 руб.	
	7 дней	1900 руб.	

Окончание таблицы 20

Размещение вакансий	1 день	1 вакансия: 200 руб.	Размещение от 1 до 10 вакансий.
	30 дней	1 вакансия: 640 руб. 2 вакансии: 1000 руб. 5 вакансий: 2100 руб. 10 вакансий: 5000 руб.	
Автообновление вакансий	1 раз в сутки	200 руб.	Обновление одной ранее размещенной вакансии 1 раз в день.
	30 дней	1200 руб.	
Реклама вакансий	1 день	150 руб.	Вакансия закрепляется наверху списка, выделяется цветом, тем самым получает в три раза больше откликов.
	7 дней	1350 руб.	
	30 дней	2900 руб.	

В дальнейшем, можно создать пакеты услуг, которые будет включать в себя: размещение вакансий, доступ к резюме, автообновление и вывод вакансии в топ, на разные временные периоды. Также стоимость размещения вакансии будет зависеть от города размещения.

По данным статистики сайта HeadHunter, в Красноярском крае за месяц май 2018 года было размещено 9192 вакансии и 37174 резюме на сайте hh.ru. Но это самый популярный сайт в данной сфере, поэтому на начальных этапах такого количества вакансий проекту не добиться. В лучшем случае, если за месяц будет размещено до 1500 вакансий. Тогда рассчитаем примерное количество вакансий, размещенных в сети, за год: $1500 \text{ вакансий} * 12 \text{ месяцев} = 18000 \text{ вакансии}$.

Для размещения такого количества вакансий организации будут использовать разные пакеты услуг размещения на сайте по поиску работы. Возьмем среднее количество размещений на нашем сайте: 50 вакансий в день. Из этого количества, 30 вакансий будет размещено на месяц. Тогда по ценам нашего ресурса: 10 вакансий – 5000 руб, отсюда следует, 30 вакансий – 15000 руб. Приблизительно 10 вакансий воспользуются рекламой и также будут размещены на месяц: 5000 руб. (размещение) + 2900 руб. (реклама). Остальные же 10 вакансий будут размещены на день: $10 * 200 = 2000 \text{ руб}$. Итого примерный

доход за месяц может равняться 22900, а также ежедневные доходы за размещение рекламы на один день: около 35000 руб.

В месяц приблизительная выручка на данном ресурсе составит: 57900 руб., за год – 694800 руб.

Нельзя точно рассчитать, сколько будет заказов на данном ресурсе, так как необходимо сначала прорекламирровать сайт, а также обеспечить сайт необходимыми функциями, поэтому расчеты приблизительные, исходя из статистики посещений и размещений вакансий на подобных сайтах.

При хорошей организации и быстром выходе на стабильно высокие объемы работы, сайт по подбору персонала и трудоустройству окупает первоначальные вложения уже в течение первого года. В дальнейшем хороший бизнес имеет возможность выйти на доход свыше 200 000 рублей в месяц. Выручка за год при этом составит: 2 400 000 руб. То есть при хорошей организованности и развитии сайта можно полностью оправдать вложения в данный электронный ресурс.

Предложенный ранее план диверсификации производственно-торговой компании ООО «Объемный мир» решает проблему не только самого предприятия, но и также социально-экономические проблемы общества.

Актуальность поиска работы в наше время не только не снижается, если сравнивать с предыдущими десятилетиями, но, наоборот, становится всё выше. Одни люди увольняются, других увольняют, одни хотят сменить место работы по какой-то причине, другие просто встают перед необходимостью перемен. Но если раньше все использовали, так сказать, классический метод: покупка газеты – поиск объявлений – телефонные звонки – назначение собеседований; то сегодня два, а чаще всего, даже три первых пункта этого метода можно смело вычёркивать, ведь в распоряжении людей есть Интернет. Это подтверждают данные опроса рекрутинговой компанией Antal представленные на рисунке 16.

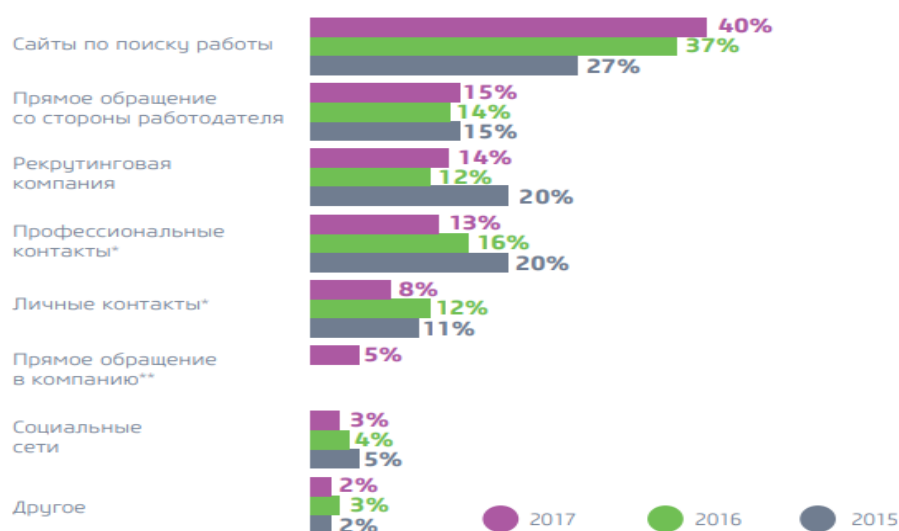


Рисунок 16 – Результаты опроса «Как было найдено текущее место работы?»

Для респондентов разных уровней эффективность инструментов поиска работы различается. Топ-менеджеры намного чаще соискателей других уровней находят работу с помощью рекрутинговых компаний, прямого обращения работодателей и профессиональных контактов. А для специалистов более полезными оказываются сайты по поиску работы: с их помощью трудоустроились 47% специалистов и только 26% топ-менеджеров. При этом и среди менеджеров среднего звена и среди топ-менеджеров частота нахождения работы с помощью сайтов по сравнению с предыдущим годом возросла.

Поиск работы через Интернет позволяет многократно сократить время, избежать простоя в очередях и подготовки документов, ведь можно просто найти интересующую вакансию и откликнуться на неё или же написать письмо в организацию, отправив по E-Mail резюме и коротко рассказав о себе. Причём сделать это можно, сидя у себя дома за компьютером, существенно сокращая тем самым свое время.

Однако особое внимание в этом вопросе должно быть уделено поиску наиболее подходящего сайта для поиска работы, ведь вариантов можно найти много, но далеко не все ресурсы могут оказать профессиональные услуги и помочь трудоустроиться.

Для работодателей данный электронный ресурс будет являться возможностью быстрого нахождения сотрудника по предъявленным компанией параметрам, а также это быстрый поиск дешевой рабочей силы, если говорить о подработке.

Особенности сайта помогут работодателю без проблем найти сотрудника, который необходим, а также при поиске работника будут исключены некомфортные условия и недостатки, как на других подобных интернет-ресурсах по поиску работы.

Поэтому предложенная бизнес-идея создания электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта, как никогда актуальна и целесообразна. Данный электронный ресурс поможет решить не только проблему выбранного предприятия, но и глобальную социальную проблему общества, а также экономики России в целом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение работы представим основные выводы, сформированные в процессе реализации поставленной цели работы, и решения необходимых для ее достижения задач.

Ситуация, складывающаяся на российском молодежном рынке труда в последние годы, является достаточно напряженной и характеризуется тенденциями к ухудшению. Растут масштабы регистрируемой и скрытой безработицы среди молодежи, увеличивается ее продолжительность. Между тем возможности трудоустройства молодых людей и без того ограничены в силу их более низкой конкурентоспособности по сравнению с другими категориями населения.

Такие проблемы необходимо решать незамедлительно. И так как со стороны государства уделяется по минимуму внимания к данной проблеме, существуют пути решения этой проблемы со стороны организаций.

Целью данного дипломного исследования была разработка плана диверсификации для улучшения деятельности ООО «Объемный мир».

В процессе написания данной работы в соответствии с поставленной целью и задачами были получены следующие результаты:

В первой главе был проведен анализ рынка труда, выявлены проблемы рынка труда молодежи и особенности предприятий, работающих на рынке труда.

Было выявлено, что на рынке труда молодежь занимает большую долю рабочей силы (27%), и является уязвимой группой. Необходимость задействования молодежи на данном рынке – социально-экономическая проблема, требующая внимания к этой проблеме и её решения.

Особенности рынка труда в России:

- увеличение потребности в высококвалифицированных и творческих работниках;
- наличие скрытой безработицы;

- потребность в рациональном использовании рабочей силы среди молодежи;
- автоматизация рабочих мест, развитие предприятиями ИТ-инфраструктуры

Во второй главе был проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Объемный мир». На его основании можно сделать ряд выводов: у предприятия наблюдается снижение краткосрочных обязательств; по расчетам показателей финансовой устойчивости можно сказать, что: ввиду недостатка собственного капитала организация в значительной степени зависит от кредиторов; выручка и прибыль предприятия остается стабильной. Несмотря на положительные моменты, деятельность ООО «Объемный мир» менее активна. Основной причиной этого обстоятельства является отсутствие темпов роста прибыли из-за сезонного характера спроса на продукцию и услуги основного вида деятельности предприятия.

Для более эффективной работы предприятия было предложено создание электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта.

В третьей главе был разработан план диверсификации в сфере деятельности по поиску работы студентам на ООО «Объемный мир».

Для этого были подробно рассмотрены составляющие данного проекта. Реализация выбранной стратегии происходит путем добавления нового вида деятельности ООО «Объемный мир», а именно создание электронного ресурса, предоставляющего услуги поиска работы молодежи без опыта. Для реализации проекта необходимо закупить оборудование, нанять квалифицированных сотрудников и заняться развитием и продвижением сайта, то есть проведением рекламных мероприятий.

Создание такого электронного ресурса будет решать сразу несколько проблем: проблема увеличения прибыли для ООО «Объемный мир», проблема занятости молодежи на рынке труда, а также проблема поиска квалифицированных сотрудников для предприятий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адаптация молодых специалистов. – Режим доступа: http://www.otiss.ru/txts/07_11/SK07_11_55.htm
2. Анализ рынка труда молодежи. – Режим доступа: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/>
3. Апенько, С. Н. Стратегическое управление персоналом в динамичной среде функционирования организаций: монография / С. Н. Апенько, А. Ю. Коньшунова. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2013. – 292 с.
4. Артеменков, В. Г. Финансовый анализ / В. Г. Артеменков. – Москва: ДИС, 2015. – 128 с.
5. Андрейчиков, А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: учебник / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – Москва: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 396 с.
6. Базылев, Н. И. Экономическая теория: учебное пособие / Н. И. Базылев. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 672 с.
7. Безработица в России: молодежь в группе риска. – Режим доступа: <http://pan.md/news/Bezrobotitsa-v-Rossii-molodeji-v-gruppe-riska/33536>
8. Беглова, Е. И. Безработица молодежи: первоочередная проблема современного рынка труда / Е. И. Беглова. – Москва: Экономические науки, 2013. – 172-176 с.
9. Блинов, А. Блинов А. Мотивация персонала корпоративных структур: монография / А. Блинов. – Москва: МитэМ, 2013. – 152 с.
10. Бобков, В. Н. Российская молодежь на рынке труда: экономическая активность и проблемы трудоустройства в мегаполисе: монография / В. Н. Бобков. – Санкт-Петербург: Русайнс, 2016. – 152 с.
11. Брехес, Е.В. Труд становится престижным / Е.В. Брехес. Москва: ПромТ, 2009. – 74 с.
12. Буганова, А. В. Безработица в современной России: Наука и жизнь: экономический журнал / А. В. Буганова. – Москва: МосАП, 2012. – 76 с.

13. Будущее рынка труда. Противоборство тенденций, которые будут формировать рабочую среду в 2030 году. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/workforce2030>
14. Буров, В. П. Бизнес-план. Методика составления / В. П. Буров. – Москва: ЦИПКК АП, 2011. – 262 с.
15. Васильева, В.Н. Занятость населения и ее регулирование: правовые, экономические, социальные аспекты проблемы занятости: монография / В. Н. Васильева, Н.П. Фофанова, Л.П. Костюкевич. – Москва: Мнемозина, 2011. – 253 с.
16. Виханский, О. Д. Стратегическое управление: учебник / О. С. Виханский. – Москва: Гардарика, 2015. – 296 с.
17. Волков, Б.С. Основы профориентации: учебное пособие для вузов / Б.С. Волков – Москва: Академический Проект, 2012. – 333 с.
18. Вольшнок, Е.М. Особенности реализации стратегий диверсификации производства [Электронный ресурс] / Е.М. Вольшнок. – Режим доступа: http://www.cis2000.ru/publish/books/book_56/ch19.shtml
19. Гарифуллина, Н. Ю. Трудоустройство выпускников: методология, мониторинг и анализ: монография / Н. Ю. Гарифуллина. – Москва: Экономика, 2015. – 363 с.
20. Галиева, Р. К вопросу о взаимодействии высшего образования и рынка труда: монография / Р. Галиева. – Москва: Пирс, 2012. – 18–20 с.
21. Генкин Б. М. Экономика и социология труда [Электронный ресурс]: учебник для вузов / Б. М. Генкин. – Режим доступа: <http://www.al-leng.ru/d/econ/econ044.htm/>
22. Глобальные тенденции молодежной занятости в 2017 году [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.ilo.org/public/russian/region/2010/0127.htm>
23. Гневашена, В. А. Особенности молодежного рынка труда в России: монография / В. А. Гневашина. – Омск: Гумзнат, 2014. – 214 с.

24. Горбунова, Н. В. Стратегии поведения молодого специалиста на рынке труда в условиях конкуренции: монография / Н. В. Горбунова. – Москва: Экономика, 2012. – 145 с.
25. Грант, Р. М. Современный стратегический анализ: учебнику / Р. М. Грант. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. — 560 с.
26. Данько, Т. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: учебник / Т. П. Данько, М. П. Голубев. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 416 с.
27. Друкер, П. Ф. Эффективный управляющий./ П. Ф. Друкер, Пер. с англ. — Москва: «Вильямс», 2014. — 115 с.
28. Дунаева, Н. Эффективная занятость российской молодежи – стратегическая проблема / Н. Дунаева. Москва: ПРИОР, 2010. – 23 с.
29. Жилкин, И. В. Динамика развития рынка труда: монография / И. В. Жилкин. – Москва: Инфра-М, 2010. – 233 с.
30. Захаров, М. И. Управление трудовыми ресурсами: учебное пособие / М. И. Захаров. – Москва: ПРИОР, 2014. – 467 с.
31. Иванов, И. Н. Экономика промышленного предприятия: учебник / И. Н. Иванов. – Москва: Инфра–М, 2013. – 393 с.
32. Иванова, С. В. Как найти своих людей: искусство подбора и оценки персонала для руководителя: монография / С. В. Иванова. – Самара: Паблицер, 2016. – 173 с.
33. Ильенкова, Н. Д. Спрос: анализ и управление : учебное пособие / Н. Д. Ильенкова. – Москва: Финансы и статистика, 2000. – 256 с.
34. Ильясов, Е. Как устроится на работу / Е. Ильясов // Вестник молодежной политики. – 2004. – № 4. – 26-30 с.
35. Империя бизнеса [Электронный ресурс]: Бизнес в России, 2014. – Режим доступа: <http://www.7220000.ru/marketing/1164.html>
36. Интерактивный портал агентства труда и занятости населения Красноярского края. – Режим доступа: <https://www.trud.krskstate.ru>

37. Испулова, С. Н. Безработица молодежи: социально-экономический аспект: монография / С. Н. Испулова, Ю. Д. Янсарина, Ю. Н. Михайлова. – Новосибирск: СибАк, 2017. – 102 с.
38. Как адаптироваться специалисту [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://bdam.by/educational_activities/vosp_kurat/kak_adaptirovatsya_molodomu_spe_tsialistu.php
39. «Какие перспективы у молодежи в России?» – Режим доступа:
<http://droplak.ru/>
40. Калибеков Д. Современные проблемы молодежи: научная статья / Д. Калибеков. – Москва: Вопросы экономики, 2015. – 185 с.
41. Калыгин, В. Г. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В. Г. Калыгин. – Москва : Академия, 2013. – 431 с.
42. Капелюшников, Р. И. Российская модель рынка труда: что впереди?: монография / Р. И. Капелюшников. – Новосибирск: Вопросы экономики, 2013. – 100 с.
43. Караваева, Е. А. Проблемы трудоустройства молодежи: монография / Е. А. Караваева. – Москва: МГУ, 2012. – 234 с.
44. Карпенко, О. В. Диверсификация как способ сохранения экономической устойчивости компании: науч. изд. / О. В. Карпенко. – Москва: Научный вестник, 2010. – 315 с.
45. Касаткина, Л. П. Диверсификация производства: теоретико-методологические основы и эффективность: монография / Л. П. Касаткина, А. Г. Кокорин. – Москва: Прогресс, 2001. – 245 с.
46. Кашепов, А. В. Россия в 2020 году: прогнозы численности населения и рабочей силы: научный журнал / А. В. Кашепов. – Москва: Вестник Российского нового университета, 2012. – 127 с.

47. Козлов, А. В. Проблемы управления устойчивостью развития и функционирования предпринимательских организаций: монография / А. В. Козлов, Л. А. Данченко. – Москва: МЭСИ, 2012. – 118 с.
48. Колесникова, Ю.С. Пути решения проблем молодежного рынка труда: монография / Ю. С. Колесникова, А.В. Камашева. – Новосибирск: Наука, 2012. – 47–50 с.
49. Колосницына, М. Г. Экономика труда: учебное пособие для студентов бакалавриата экономических вузов / М. Г. Колосницына. – Москва: Магистр, 2013. – 148 с.
50. Конкурентоспособность экономики России: проблемы и пути повышения: сборник научных статей. – Санкт-Петербург: Институт бизнеса и права, 2012. – 432 с.
51. Константиновский, Д.Л. Молодежь России на рубеже XX–XXI веков: образование, труд, социальное самочувствие / Д. Л. Константиновский, Е. Д. Вознесенская, Г.А. Чередниченко. – Москва: ЦСП и М, 2014. – 548 с.
52. Киряков, А. С. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: учебник / А. С. Киряков, М. П. Голубев. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 416 с.
53. Коровкин, А. Г. Динамика занятости и рынка труда в Российской Федерации: вопросы макроэкономического анализа и прогнозирования: научный журнал / А. Г. Коровкин. – Москва: МАКС Пресс, 2011. – 329 с.
54. Кому нужны молодые специалисты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://career.ru/article/21513>
55. Кужева, С. Н. Теоретические и методологические основы управления развитием субъектов хозяйствования: монография / С. Н. Кужева. – Омск: ОмГУ, 2013. – 228 с.
56. Куликов В. В. Современная экономика труда: монография / В. В. Куликов, Г. Э. Слезингер, А. А. Никифорова. – Москва: Финстатинформ, 2012. – 660 с.

57. Лебедева, Д. В. Особенности рынка труда и проблемы безработицы в современной России: науч. изд. / Д. В. Лебедева. – Москва: Лаборатория книги, 2012. – 135 с.
58. Лыков, А. В. Безработица: виды, причины, последствия, способы борьбы: науч. изд. / А. В. Лыков. – М.: Лаборатория книги, 2011. – 143 с.
59. Лунев, В. П. Тактика и стратегия управления фирмой / В. П. Лунев. – Москва: ДИС, 2012. – 254 с.
60. Макаров, А. В. Диверсификация как инструмент развития современного предприятия: научное издание / А. В. Макаров, А. Р. Гарифуллин. – Москва: Известия УрГЭУ, 2013. – 273 с.
61. Малка, А. А. Проблемы трудоустройства молодых специалистов: монография / А. А. Малка, Я. Ю. Чуева. – Ярославль, 2011. – 122 с.
62. Мальцев, И. О. Трудовая мобильность на российском рынке труда: научное издание / И. О. Мальцев, С. Ю. Рощин. – Москва: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006. – 145 с.
63. Махов, Е. Н. Система оценки кадров и кадрового потенциала организации, учреждения. Методика и технология определения профессионально личностного соответствия занимаемой должности: учеб. Пособие / Е. Н. Махов. – Москва: РАГС, 2003. – 321 с.
64. Минцберг, Г. В. Стратегический процесс: учебное пособие. / Г. В. Минцберг, Дж. Б. Куини, С. Б. Гошал. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. - 617 с.
65. Молодежь новой России: ценностные приоритеты. Аналитический доклад института социологии РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/analyticalreportYouth13.html>
66. Молодежный рынок труда: проблема трудоустройства . – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/molodyozhnyy-rynok-truda-problema-trudoustroystva>

67. Мотивация деятельности молодых специалистов на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sukhoi.org/company/people/policym/mdmcp/>
68. Мухаровский, Н. В. Экономическая теория фирмы: учебное пособие для студентов экономических специальностей / Н. В. Мухаровский. – Омск: ОмГУ, 2012. – 287 с.
69. Надеева, Н. А. Предложения по улучшению занятости населения / Н. А. Надеева, А. Б. Надеева. – Москва: Экономика, управление, финансы, 2014. – 160-163 с.
70. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>
71. Научный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/35/3723/>
72. Нехватка квалифицированного рабочего персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://delovoymir.biz/nehvatka-kvalificirovannogo-rabochego-personala.html>
73. Нехватка квалифицированных кадров: как исправить ситуацию? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://restoranoff.ru/solutions/management/Nehvatka_kvalificirovannieh_kadrov_kak_ispravit_situaciu/
74. Нехланова, А.М. Стратегический менеджмент в АПК: учебник / А. М. Нехланова, М. Б. Туманова. – Москва: Колос, 2012. – 312 с.
75. Никулина, Ю. Рынок труда и система содействия занятости молодежи в Красноярском крае: учебное пособие / Ю. Никулина, А. Матюшко. – Оренбург: ОГУ, 2014. – 117 с.
76. Орлова, О. В. Молодежь на рынке труда: сборник научных трудов / О. В. Орлова. – СПб: Питер, 2015. – 256 с.
77. Официальный портал Красноярского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krskstate.ru/>

78. Официальный сайт поиска работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hh.ru/>
79. Официальный сайт поиска работы студентам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://career.ru/>
80. Официальный сайт «Работа в Красноярске» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.krasrabota.ru/>
81. Павленко, В. А. Рынок труда: монография / В. А. Павленко. – Москва: Прогресс, 2013. – 123 с.
82. Павленков, В.А. Рынок труда: занятость, безработица / В. А. Павленков. – Москва: Издательство Московского университета, 2004. – 366 с.
83. Парягина, О. А. Занятость населения: теория и законодательство: учебное пособие / О.А. Парягина. – Иркутск: Иркутский университет, 2015. – 209 с.
84. Пирс П, Д. Стратегический менеджмент: учебник / Д. Пирс П, Р. Робинсон, Е. Милютин. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 560 с.
85. Попович Д.А. Молодежь на предприятии: поиск, отбор, прием и адаптация: монография / Д. А. Попович. – Омск: Прогресс, 2009. – 42 с.
86. Причины безработицы: каталог [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.macro-econom.ru/economics-36-1.html>
87. Программа повышения трудовой мобильности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://trudvsem.ru/mobility>
88. Рабочая сила переходит в дефицит [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/02/14/5a83045e9a794738ceae972>
89. Разработка конкурентной стратегии организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wiseowl.ru/showwork/1303>
90. Рофе, А. И. Экономика труда: учебник / А. И. Рофе, Е. В. Галаева, А. С. Лавров, В. Т. Стрейко. – Москва: Изд-во «МИК», 2015. – 231 с.
91. Рыжиков, И.В. Отдельные аспекты занятости и безработицы среди молодежи / И.В. Рыжиков. – Москва: Вопросы статистики, 2006. – 78-87 с.

92. Рынок труда и молодежь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-truda-i-molodezh>
93. Рынок труда – 2017: ожидания и прогнозы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pro.rabota.ru/pro/document/view/30956>
94. Руденко, Е.Г. Специфика положения молодежи на рынке труда / Е.Г. Руденко. – Москва: СОЦИС, 2013. – 102 – 107 с.
95. Сайт предприятия ООО «Объемный мир» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.3d-future.ru/>
96. Сетков, В.И. Основы общего менеджмента (краткий курс): учебное пособие / В. И. Сетков. – Москва.: ИНФРА-М, 2013. – 245 с.
97. Сигаев, В. Г. Молодежь России. Социальное развитие: монография / В. Г. Сигаев. – Москва: Флинта-Наука, 2016. – 83 с.
98. Сигова, С.В. Восполнение кадрового дефицита на рынке труда Российской Федерации: монография / С. В. Сигова. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2014. – 188 с.
99. Современные способы поиска и подбора персонала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-elearning.ru>
100. Спрос и предложение по профессиям, востребованным на рынке труда на 01.12.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrud.gov.by/ru/rynok/>
101. Статистические данные по Красноярскому краю [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.krasstat.gks.ru/>
102. Тавокин, Е. П. Российская молодежь на рынке труда в оценках экспертов / Е. П. Тавокин. – Владивосток: Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены, 2016. – 175-184 с.
103. Тебекин, А. В. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / А. В. Тебекин. – Москва: Юрайт, 2012. – 320 с.
104. Тренды развития рынка труда для молодежи. – Режим доступа: <https://czmol.ru/#/meetings/detail/1117>

105. Токарская, Н. М. Социология труда: учебное пособие для вузов по направлениям и специальностям в области социологии, экономики и менеджмента организаций / Н. М. Токарская, И. С. Карпикова. – Москва: Логос, 2012. – 205 с.
106. Топ-10 лучших сайтов по поиску работы в России. – Режим доступа: <https://4brain.ru/blog>
107. Тоскунина, В. Э. Рынок труда и рынок образовательных услуг в субъектах Российской Федерации: монография / В. Э. Тоскунина. – Москва: Техносфера, 2012. – 680 с.
108. Турусин Ю. Д. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Ю. Д. Турусин, С. Ю. Ляпина, Н. Г. Шаламова. – Москва: ИНФРА-М, 2013. – 232 с.
109. Уорд, К. Стратегии диверсификации [Электронный ресурс]: учебное пособие / К. Уорд. – Режим доступа: <http://www.middleclass.ru/free/introduction/part7>
110. Федеральная служба государственной статистики, раздел труд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru>
111. Флоринская, Ю. Ф. Миграция и рынок труда: научное издание / Ю. Ф. Флоринская, Н. В. Мкртчян, Т. М. Малева, М. К. Кириллова. – Москва: Издательский дом «Дело», 2015. – 109 с.
112. Франц, О. Б. Проблемы и возможности развития региональной инфраструктуры трудоустройства молодежи: монография / О. Б. Франц, Е. В. Лобова, В.С. Харченко. – Москва: Пункт, 2012. – 53 с.
113. Чистяков, И. М. Стратегия поведения молодежи на рынке труда: монография / И. М. Чистяков. – Москва: Экономика, 2012. – 76 с.
114. Чеботарева, М. С. Анализ и оценка ликвидности баланса и платежеспособности предприятия (на примере ОАО Молочного комбината «Воронежского») / М. С. Чеботарева. – Самара: Молодой ученый, 2012. – 186 с.

115. Чередниченко, Г. А. Российская молодежь: от образования к труду (на материалах социологических исследований образовательных и профессиональных траекторий): монография / Г.А. Чередниченко. – СПб: Издательство РХГА, 2016. – 392 с.
116. Черкасова, О. В. Разработка стратегии развития предприятия [Электронный ресурс] / О. В. Черкасова – Режим доступа: <http://economy-lib.com/razrabotka-strategii-razvitiya-predpriyatiya>.
117. Чернышева, Н. И. Пути решения проблемы молодежной безработицы в современном обществе / Н. И. Чернышева // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2014. – 155– 160 с.
118. Швец, Ю. А. Понятие «стратегическое управление» в философском контексте: подходы к пониманию: научный сборник / А. Ю. Швец. – Москва: Молодой ученый, 2014. – 606 с.
119. Шендлер, П. Э. Экономика труда: учебник / П. Э. Шендлер, Ю. П. Кокин. – Москва: Юрист, 2011. – 592 с.
120. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент: учебник / М.Б. Шифрин. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 240 с.
121. Шуклин Н. Н. Экономика и социология труда: учебное пособие / Н. Н. Шуклин. – Киров: ВИТГУ, 2016. – 212 с.
122. Экономика труда и социально-трудовые отношения: научный сборник / Московский Университет ; ред. Г. Г. Меликьян, Р. П. Колосова. – Москва: Издательство Московского Университета, 2012. – 354 с.
123. Яковлева, Е. Б. Рынок труда: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Б. Яковлева. – Москва: Юрайт, 2016. – 219 с.
124. Ясонова, В. Проблемы и возможности развития региональной инфраструктуры трудоустройства молодежи: монография / В. Ясонова. – Москва: Пункт, 2012. – 53 с.
125. Ярохин Д. Д. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д. Д. Ярохин. – Москва: ИНФРА-М, 2013. – 232 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс предприятия за 2014-2016г, в тыс.руб

Наименование показателя	Код	31.12.16	31.12.15	31.12.14
Запасы	1210	926	769	571
Дебиторская задолженность	1230	363	193	709
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	306	849	429
Итого по разделу II	1200	1 595	1 811	1 709
БАЛАНС	1600	1 595	1 811	1 709
Итого по разделу III	1300	281	222	150
Заемные средства	1410	703	300	0
Итого по разделу IV	1400	703	300	0
Заемные средства	1510	417	962	1 439
Кредиторская задолженность	1520	194	327	120
Итого по разделу V	1500	611	1 289	1 559
БАЛАНС	1700	1 595	1 811	1 709

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о прибылях и убытках за 2014-2016гг, в тыс. руб

Наименование показателя	Код	2016	2015	2014
Выручка	2110	7 792	8 117	7 200
Себестоимость продаж	2120	(7 422)	(7 640)	(6 931)
Валовая прибыль (убыток)	2100	370	477	269
Прибыль (убыток) от продаж	2200	370	477	269
Прочие расходы	2350	(288)	(383)	(215)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	82	94	54
Текущий налог на прибыль	2410	(23)	(22)	(3)
Чистая прибыль (убыток)	2400	59	72	51

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Результаты анкетирования при анализе пяти конкурентных сил по модели Портера

Опрос был проведен среди 5 специалистов в данной сфере деятельности.

Результаты анкетирования по уровню внутриотраслевой конкуренции

Номер анкеты	Количество игроков	Темп роста	Уровень дифференциации продукта на рынке	Ограничение в повышении цен
Баллы				
№1	3	2	2	2
№2	3	2	2	1
№3	2	2	2	2
№4	3	2	2	2
№5	3	2	2	2

Результаты анкетирования по уровню угрозы входа на рынок новых игроков

Номер анкеты	Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	Дифференциация продукта	Уровень инвестиций и затрат для входа в сферу деятельности	Доступ к каналам распределения	Политика правительства	Готовность существующих игроков к снижению цен	Темп роста сферы деятельности
Баллы								
№1	1	2	3	1	1	3	3	2
№2	2	2	3	1	1	2	3	2
№3	1	2	3	1	1	2	3	2
№4	1	3	3	1	1	2	2	2
№5	1	2	2	1	2	2	3	2

Результаты анкетирования по оценке угрозы потери потребителей

Номер анкеты	Доля покупателей с большим объемом продаж	Склонность к переключению на товары-субституты	Чувствительность к цене	Удовлетворенность качеством товара
Баллы				
№1	3	2	2	1
№2	2	2	3	1
№3	2	2	2	1
№4	2	2	2	1
№5	2	2	2	1

Результаты анкетирования по уровню угрозы со стороны поставщиков

Номер анкеты	Количество поставщиков	Ограниченность ресурсов поставщиков	Издержки переключения	Приоритетность направления на поставщиков
	Баллы			
№1	1	1	1	3
№2	1	1	3	3
№3	1	1	3	3
№4	1	3	1	1
№5	1	1	1	3

Тема ВКР: Разработка плана диверсификации производственно-торговой компании (на примере ООО «Объемный мир»)

Группа: УБ14-01

ФИО: Ломова И.Ю.

Руководитель: Батукова Л.Р.

Администратор: _____ Мартынов А.В.

2018 год