

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГСПУ»)

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ,
УЧЕТА, НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ» (НИЭМУН)

УПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИКОЙ АПК В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО И ЦИКЛИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ПРОБЛЕМЫ

*Сборник статей
по итогам Всероссийского конкурса исследовательских работ*

ПРИ ГРАНТОВОЙ ПОДДЕРЖКЕ
РОССИЙСКОГО ФОНДА НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ (РФФИ)
№ 19-010-00985 А «РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ
КАК КОНЦЕПТА СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ
СОВРЕМЕННОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ»

с 3 апреля по 15 августа 2020 года

Волгоград 2020

УДК 631.1
ББК 40
У66

Ответственные редакторы:

к.э.н., доцент *Мельникова Юлия Васильевна*, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Институт «Технологии, экономики и сервиса»;

д.э.н., профессор *Шохнех Анна Владимировна*, профессор кафедры технологии, экономики образования и сервиса Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Институт «Технологии, экономики и сервиса»

Редакционная коллегия:

к.э.н., доцент *Гомаюнова Тамара Михайловна*, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Институт «Технологии, экономики и сервиса»;

к.э.н., доцент *Насонова Людмила Ивановна*, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Институт «Технологии, экономики и сервиса»

Барышникова Вера Витальевна, лаборант кафедры технологии, экономики образования и сервиса; Волгоградский государственный социально-педагогический университет
Институт «Технологии, экономики и сервиса»

У66 Управление политикой АПК в условиях инновационно-инвестиционного и циклического развития: теория, практика, проблемы: сборник статей по итогам Всероссийского конкурса исследовательских работ преподавателей, студентов, аспирантов и докторантов (с 3 апреля по 15 августа 2020 года г. Волгоград). – Волгоград: Сфера, 2020. – 276 с.

Настоящий сборник составлен по итогам Всероссийской конференции и Всероссийского конкурса исследовательских работ преподавателей, студентов, аспирантов и докторантов «Управление политикой АПК в условиях инновационно-инвестиционного и циклического развития: теория, практика, проблемы», проходившими с 3 апреля по 15 августа 2020 года. В статьях сборника рассматриваются научные подходы к управлению политикой АПК в условиях инновационно-инвестиционного и циклического развития, а также теория практика и проблемы применения результатов научных исследований и новаций.

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками научных, образовательных и предпринимательских социально-экономических проблем, научных и педагогических работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, магистров и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности инновационно-инвестиционного и циклического развития политики АПК.

Все статьи прошли рецензирование (экспертную оценку). Точка зрения организационного комитета не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Сборник статей постатейно размещен в научной электронной библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

ОГЛАВЛЕНИЕ

Секция 1. Инвестиционный потенциал рынка ценных бумаг в сфере АПК

(Руководитель: к.э.н., доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса
ВГСПУ Мельникова Ю. В.)

<i>Борисова Т. Б.</i> Перспективы компании «РУССКОЕ МОРЕ» на рынке ценных бумаг.....	7
<i>Галицын А. А.</i> Инвестиционные влияния на западных рынках ценных бумаг в сфере АПК.....	10
<i>Гордюшкина В. Ю.</i> Перспективы группы компаний «Вимм-Билль-Данн продукты питания» на рынке ценных бумаг АПК.....	13
<i>Демьяненко С. Ю.</i> Перспективы группы компаний «РУССКОЕ МОРЕ» на рынке ценных бумаг АПК.....	15
<i>Коверченко А. А.</i> Перспективы пивоваренной компании «Балтика» на рынке ценных бумаг АПК.....	20
<i>Коновалова Я. А.</i> Риски в инвестиционных проектах российских сельхозпроизводителей.....	22
<i>Макшаева И. А.</i> Создание продовольственного фонда в системе банковского управления.....	24
<i>Харченко Е. В.</i> Перспективы группы компаний «РУСАГРО» на рынке ценных бумаг АПК.....	27
<i>Хачикян М. П.</i> Перспективы вложений в ценные бумаги сельхозпроизводителей.....	29

Секция 2. Финансовые новации в сфере АПК

(Руководитель: к.э.н., доцент кафедры технологии, экономики образования
и сервиса ВГСПУ Мельникова Ю. В.)

<i>Бардецкий Н. А.</i> Сельское хозяйство и его перспективное развитие в России.....	32
<i>Бахмудова А. М.</i> Усиление сельскохозяйственных мощностей в период кризисных явлений.....	35
<i>Васильева В. Р.</i> Бюджетные гарантии сельскохозяйственных производителей.....	38
<i>Верхолётова В. К.</i> Ценообразование на рынке продовольственных товаров.....	40
<i>Колесникова В. А.</i> Проблемы и перспективы рыболовства Волгоградской области.....	44
<i>Зайцева Т. Ю.</i> Фермер в России как предпринимательская единица.....	47
<i>Копылова Ю. Ю.</i> Кредитование малого бизнеса.....	50
<i>Марусич И. А.</i> Проблемы и перспективы овцеводства Волгоградской области.....	54
<i>Рулева А. Р.</i> История развития коллективного сельского хозяйства и перспективы его сегодня.....	57
<i>Самойлова А. Ф.</i> Проблемы перерабатывающих отраслей сельского хозяйства сегодня и на перспективу.....	60
<i>Сапельникова О. Н.</i> Финансовая стабильность как главное условие устойчивого развития.....	63

<i>Сорокина К. С.</i> Продвижение образовательных организаций в условиях цифровой экономики: коммуникации и стимулирование	66
<i>Тюганова А. А.</i> Проблемы и перспективы пищевой промышленности в Волгоградской области	69
<i>Шипилова П. С.</i> Проблемы и перспективы птицеводства региона	73
<i>Ягунова Д. А.</i> Инновационный путь развития сельского хозяйства.....	76

Секция 3. Адаптация агропромышленного комплекса к условиям настоящего экономического положения

(Руководитель: к.э.н., доцент кафедры технологии, экономики образования
и сервиса ВГСПУ Гомаюнова Т. М.)

<i>Бондарев А. В.</i> Комплекс маркетинга при разработке стратегии развития предприятий агропромышленного комплекса в современных условиях хозяйствования	80
<i>Бунина А. В.</i> Адаптация предприятий агропромышленного комплекса к современным экономическим условиям хозяйствования	82
<i>Галицын А. А.</i> Форсайт-развитие инновационно-инвестиционной политики сельскохозяйственных организаций	85
<i>Жутова В. А., Гомаюнова Т. М.</i> Решение проблем экономической безопасности предприятий агропромышленного комплекса средствами инновационной политики	89
<i>Застрогин Н. В.</i> Контроль при реализации маркетинговой стратегии сельскохозяйственных организаций в условиях современной пандемии COVID19.....	93
<i>Зудин Е. В.</i> Классификация инноваций при формировании стратегии развития сферы АПК до и после современной пандемии.....	97
<i>Коновалова Я. А.</i> Обеспечение продовольственной безопасности при реализации стратегии развития в современных условиях хозяйствования.....	100
<i>Кузьмин А. Ю.</i> Обеспечение реализации стратегии развития агропромышленных предприятий в современных условиях хозяйствования	102
<i>Маркелова Е. В.</i> Организация работы предприятий АПК в условиях современной пандемии COVID-19.....	105
<i>Михеева А. И.</i> Маркетинг сельскохозяйственных организаций при разработке инновационно-инвестиционной политики в условиях роста COVID-19	108
<i>Паршина М. В., Гомаюнова Т. М., Шохнех А. В.</i> Стратегические проблемы развития предприятий агропромышленного комплекса до и после современной пандемии	112
<i>Нестерова В. Д.</i> Особенности учета факторов внешней и внутренней среды предприятий сферы АПК при разработке маркетинговой стратегии в условиях всемирной пандемии.....	116

Секция 4. Цифровизация российской экономики для развития инноваций в АПК

<i>Абраменко О. В., Жадаева А. В.</i> Методика проведения профессиональных проб в процессе технологического образования.....	120
<i>Алатерцева А. А., Зудина Е. В.</i> Проблемы подбора персонала и его обучения в российских компаниях с использованием цифровой экономики.....	125
<i>Байбакова Т. В.</i> Предпосылки формирования агропромышленного кластера в молочном подкомплексе АПК Кировской области	128
<i>Белиндир А. В.</i> Особенности налогообложения в сельскохозяйственном производстве	133
<i>Бондаренко А. В., Латышев Д. В.</i> Система связей с общественностью образовательного учреждения в условиях цифровой экономики	135
<i>Бурова Е. В., Сырбу А. Н.</i> Направления налоговой политики и налоговых реформ сельскохозяйственной отрасли на примере Российской Федерации	138
<i>Водолазкина А. И., Ефремова А. В., Кисляков В. В.</i> Роль рекламы в оформлении предприятий общественного питания.....	142
<i>Волгапкина А. А., Глебова А. Г.</i> Влияние экономических кризисов на взаимоотношение стран.....	146
<i>Глебова А. Г.</i> Последствия цифровизации российской экономики для мирохозяйственных связей.....	153
<i>Зайцева Н. И., Жук С. А.</i> Национальное государство в концепции «Конца истории» Ф. Фукуямы.....	160
<i>Зинченко В. О., Журавлева Е. А.</i> Дидактический инструментарий формирования готовности к маркетинговой деятельности будущих специалистов сферы экономики и управления	171
<i>Кайль Я. Я., Ламзин Р. М.</i> Инновационные методы отбора и подбора персонала в условиях цифровизации	174
<i>Кайль Я. Я., Ламзин Р. М., Зудина Е. В.</i> Региональные подходы к оценке эффективности программ социально-экономического развития территорий	178
<i>Кайль Я. Я., Кательянцева И. А.</i> Использование инновационных технологий при формировании системы управления персоналом в организации.....	182
<i>Коткова К. И., Кисляков В. В.</i> Особенности работы малого предприятия по фитодизайну помещений.....	186
<i>Кочеткова А. Г., Кайль Я. Я.</i> Инновационные методы анализа влияния внешней среды на деятельность организации.....	190
<i>Кузнецов С. А., Жадаев Ю. А.</i> Формирование ценностных ориентаций обучающихся в процессе технологической подготовки	195
<i>Лифанов П. А., Сырбу А. Н.</i> Инновации в агропромышленном комплексе: состояние и перспективы.....	199
<i>Манченко И. П.</i> Актуализация проблемы формирования профессиональных ценностей личности будущих специалистов сферы экономики и управления.....	205
<i>Помазкова И. А., Жадаева А. В.</i> Трудовое воспитание в процессе технологической подготовки	208

<i>Пономарева В. С.</i> Маркетинговые стратегии в АПК: реалии и перспективы	214
<i>Саакян Н. С., Жадаева А. В.</i> Технологии художественной обработки материалов в технологическом образовании школьников	220
<i>Селезнев В. А., Голованева М. В.</i> Принципы формирования экологической культуры школьников в системе технологической подготовки.....	226
<i>Семенова К. М.</i> Цифровизация экономики в аграрном секторе	230
<i>Сердюков Э. В., Зинченко В. О.</i> Развитие профессионально значимых качеств у будущих специалистов государственной службы в процессе магистерской подготовки: результаты исследования.....	234
<i>Тищенко А. В.</i> Специфика управления персоналом в среднем бизнесе	237
<i>Харченко Л. В., Жадаева А. В.</i> Применение нестандартных уроков в системе технологического образования.....	241

Секция 5. Особенности трансформации агропромышленного комплекса в современных условиях хозяйствования

(Руководитель: к.э.н., доцент кафедры технологии, экономики образования
и сервиса ВГСПУ Насонова Л. И.)

<i>Бондарев А. В.</i> Разработка стратегии развития предприятий агропромышленного комплекса в современных условиях хозяйствования	247
<i>Булнина А. В., Застрогин Н. В.</i> Перспективы развития национальной системы сельскохозяйственного консультирования в условиях цифровизации экономики.....	250
<i>Гайнеева Л. А.</i> Роль петровских реформ в активизации торговли России на внутреннем и внешних рынках	254
<i>Жутова В. А.</i> Решение проблем экономической безопасности предприятий агропромышленного комплекса средствами инновационной политики и дистанционных технологий	256
<i>Заплетина В. В.</i> Земельная рента как экономическая категория	261
<i>Зудин Е. В.</i> Управление инновациями и рисками при формировании стратегии развития сферы АПК.....	264
<i>Ким А. И.</i> Совершенствование системы подготовки кадров для предприятий АПК.....	266
<i>Паршина М. В., Насонова Л. И., Шохнех А. В.</i> Особенности цифровой трансформации агропромышленного комплекса России.....	269
<i>Петерс А. А.</i> Земля как фактор производства	273

10. Worldwide Governance Indicators (WGI) // The World Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx#reports> – Date of access: 12.11.2018.

11. Фукуяма, Ф. Угасание государственного порядка / Ф. Фукуяма; пер. с англ. К.М. Королева. М.: АСТ, 2017. – 702 с.

12. Хантингтон, С. Политический порядок в меняющихся обществах / С. Хантингтон. М.: Прогресс-Традиция, 2004. – 480 с.

13. GDP per capita, PPP (current international \$) // The World Bank [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD> – Date of access: 12.11.2018.

14. Хайек, Фридрих Август фон. Дорога к рабству / Пер. с англ. М.: Новое издательство, 2005. 264 с.

УДК 338.43

Зинченко В. О.

доктор педагогических наук, профессор кафедры педагогики
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»

Журавлева Е. А.

ассистент кафедры маркетинга и менеджмента
ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет
имени Тараса Шевченко»

ДИДАКТИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ФОРМИРОВАНИЯ ГОТОВНОСТИ К МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассмотрена значимость формирования для эффективной работы специалиста сферы экономики и управления готовности к маркетинговой деятельности. Авторами акцентировано внимание на недостаточности требований образовательных стандартов к маркетинговой подготовке специалистов разных экономических профилей. На основе анализа подходов исследователей и собственного опыта подготовки специалистов сферы экономики и управления предложены методы обучения, способствующие эффективному формированию готовности к маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: специалисты сферы экономики и управления, маркетинговая деятельность, готовность к маркетинговой деятельности, методы активного и интерактивного обучения.

Деятельность отечественных предприятий в последние годы находится в условиях значительных ограничений и необходимости более глубоко изучать возможности и потребности рынка, находить своего потребителя, мобильно реагировать на технологические новации и искать пути эффективного импортозамещения, как с точки зрения замены сырья, материалов, оборудования и технологий, так и возможности

производства необходимых групп продовольственных и непродовольственных товаров для отечественных потребителей. В этих условиях возрастает роль специалистов в сфере экономики и управления, готовых к компетентному решению различных задач профессиональной деятельности, способных видеть и реализовывать направления инновационного развития предприятий. Как указано в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации именно подготовка в системе высшего профессионального образования конкурентоспособных и компетентных специалистов является «основой динамичного экономического роста и социального развития общества, фактором благополучия граждан и безопасности страны», а также «необходимым условием для формирования инновационной экономики» [1].

Среди различных видов деятельности специалиста в сфере экономики и управления в последнее время возрос спрос на квалифицированную деятельность в области маркетинга, для чего необходим профессионал, обладающий системным видением управленческих проблем, как на уровне частных предприятий, так и на уровне государственных; способный анализировать возможности развития компании, организации, территории, обосновывать и принимать решения тактического и стратегического характера по их управлению.

Потребность рынка труда в маркетологах нашла свое отражение в соответствующем профессиональном стандарте [2], где описаны три группы обобщенных трудовых функций, связанных с реализацией технологии маркетинговых исследований с помощью комплекса маркетингового инструментария; разработки и реализации маркетинговых программ, управлением маркетинговой деятельностью организации. Все это предполагает формирование у будущих специалистов сферы экономики и управления готовности к маркетинговой деятельности, что, фактически, выходит за рамки требований образовательных стандартов по направлениям подготовки укрупненной группы 38.00.00 «Экономика и управление», только отдельные из которых предполагают аспектное формирование маркетинговых компетенций.

Готовность к маркетинговой деятельности специалистов сферы экономики и управления мы рассматриваем как интегративное личностное образование, объединяющее знания, умения и навыки в сфере маркетинга, профессионально значимые для ведения маркетинговой работы качества, мотивационную и эмоционально-волевую установку на осуществление эффективной маркетинговой деятельности.

Считаем важным очертить основные пути формирования у студентов экономических специальностей готовности к маркетинговой деятельности. В этом аспекте мы опираемся на работы Ю. Ануфриевой, Г. Багиева, Т. Дюбковой, Н. Зайцевой, С. Максимовой, О. Сагиновой, Г. Сулеймановой и других ученых, для которых главным условием формирования маркетинговой компетентности является активизация процесса обучения, его индивидуализация и дифференциация. При этом конкретизации необходимых для этого методов и технологий практически не происходит, а речь идет о решении учебных ситуаций, моделирующих реальную профессиональную деятельность, что логично выводит на необходимость использования методов активного и интерактивного обучения, в том числе кейсов, проектов, деловых игр.

Собственный опыт подготовки студентов экономических специальностей свиде-

тelleствует о необходимости использования методов активного и интерактивного обучения, способствующих развитию у студентов не только маркетинговых знаний и умений, но и профессионально значимых для маркетинговой деятельности качеств, а также мотивов и интересов к осуществлению маркетинговой деятельности. Эффективными считаем лекции-беседы, лекции-дискуссии, лекции с разбором конкретных ситуаций; при изучении практического учебного материала рекомендуем применять различные формы деловых игр («Выбор поставщика материальных ресурсов», «Управление цепочками поставок», «Спасение» и др.), метод проектов («Создай свой бизнес», «Создание приюта для бездомных животных» и др.), мозговой штурм («Реклама по-русски» и др.), кейс-метод («Золотые орехи», «Волшебная обезьяна» и пр.), метод проблемных ситуаций («Оценка возможностей фирмы», «Выбор провайдера логистики» и др.), мастер-классы, производственные экскурсии и др. Все это может сопровождаться использованием Интернета, электронных учебных пособий, мультимедийных средств, компьютерных обучающих программ, видеофильмов и т.д.

Отдельно укажем на обязательное вовлечение в учебный процесс представителей работодателей, маркетологов-практиков, которые на конкретном материале при проведении мастер-классов могут показать особенности сегментирования рынка, поведения потребителей; проведение маркетинговых исследований; особенности формирования ассортимента, сложность процесса ценообразования; формирование собственной торговой сети, продвижение торговой марки и пр.

Эффективным инструментом развития мотивации к овладению маркетинговыми компетенциями и последующей реализации в сфере маркетинговой деятельности являются студенческие общественные объединения, как формы организации внеучебной деятельности студентов – клубы, научные кружки, лектории, бизнес-лаборатории и т.д. В ГОУ ВПО ЛНР «Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко» успешно функционирует на базе кафедры маркетинга и менеджмента студенческий клуб «Маркеториум», основная деятельность которого направлена на выявление приоритетных направлений развития предприятий производственной и непроизводственной сфер разных форм собственности, изучение современных тенденций развития маркетинга, таких его форм как event-маркетинг, smm-маркетинг и др. Интересной формой работы для студентов стало выполнение серии плакатов, посвященных популяризации университета и его структурных подразделений; продвижения отечественных товаров на зарубежных рынках.

Важным результатом использования указанного дидактического инструментария является не только формирование и развитие маркетинговых компетенций, но и профессионально значимых качеств маркетолога, таких как коммуникабельность, клиентоориентированность, инициативность, стремление к саморазвитию и самообразованию, эрудированность, способность эффективно работать в команде, анализировать большие объемы информации, прогнозировать результаты деятельности.

Однако выбор конкретных методов и средств будет зависеть от направления и профиля подготовки студентов экономических специальностей, того места, которое занимают дисциплины маркетинговой направленности в образовательной программе.

При этом, именно подбор дидактического инструментария студентов экономических специальностей считаем важнейшим условием практико-ориентированной подготовки будущих специалистов и формирования их готовности к реальной маркетинговой деятельности.

Список использованной литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р «О принятии Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527/

2. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 3664 от 04.06.2018 г. «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог». Режим доступа: <http://fgosvo.ru/uploadfiles/profstandart/08.035.pdf>

УДК 331

Кайль Я. Я.

д.э.н., профессор (kailjakow@mail.ru)

Ламзин Р. М.

старший преподаватель (rom.lamzin@yandex.ru)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет
институт технологии, экономики и сервиса

кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования
Россия, г. Волгоград

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ОТБОРА И ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются способы формирования кадрового состава организации путем использования современных цифровых технологий на основе электронного анализа информации о кандидатах на вакантные должности. Авторы приходят к выводу о том, что электронно-цифровые технологии позволяют в ускоренном режиме собирать, обобщать и анализировать сведения об отдельных лицах, способных пополнить персонал организации.

Ключевые слова: информационные ресурсы, кадровый состав, отбор персонала, подбор персонала, цифровые технологии.

Формирование кадрового состава организации во многом происходит путем реализации двух функций управления:

1. Отбор персонала – всестороннее рассмотрение психологических и профессиональных качеств кандидатов с целью установления степени их соответствия специфике выполнения обязанностей на определенном рабочем месте с последующими вы-

Научное издание

**УПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИКОЙ АПК В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННО-
ИНВЕСТИЦИОННОГО И ЦИКЛИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ:
ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА, ПРОБЛЕМЫ**

*Сборник статей
по итогам Всероссийского конкурса исследовательских работ*

Подписано в печать 25.09.2020. Формат 60x84/8.
Бумага офсетная. Печать трафаретная. Гарнитура Таймс.
Физ. печ. 17,25 л. Тираж 500.

Отпечатано в типографии ООО «Сфера»
Волгоград, ул. Менделеева 43, оф. 2/1
sphere-vlg@mail.ru