

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КАЗАХСТАНСКО-АМЕРИКАНСКИЙ СВОБОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ДАРХАНСКИЙ ФИЛИАЛ МОНГОЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАН ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА: КУРС НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Сборник трудов
международной научно-практической конференции
в рамках международного научного форума

«ДНИ НАУКИ – 2019»

20-22 марта 2019 года
Новосибирск

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
МОГИЛЕВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОДОВОЛЬСТВИЯ
ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КАЗАХСТАНСКО-АМЕРИКАНСКИЙ СВОБОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ДАРХАНСКИЙ ФИЛИАЛ МОНГОЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАН
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА:
КУРС НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Сборник трудов
Международной научно-практической конференции
в рамках Международного научного форума
«ДНИ НАУКИ—2019»

20–22 марта 2019 г.

Новосибирск 2019

УДК 378
ББК 74.58
Д 668

Д 668 Состояние и перспективы инновационного развития стран Евразийского экономического союза: курс на конкурентоспособность : сборник трудов Международной научно-практической конференции в рамках Международного научного форума «Дни науки–2019», 20–22 марта 2019 г. / [под ред. Е. Н. Лишук]; Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». — Новосибирск, 2019. — 564 с.

ISBN 978-5-334-00203-6

В сборник вошли статьи участников Международной научно-практической конференции, проведенной в рамках Международного научного форума «Дни науки–2019».

Цель конференции — представление значимых достижений научных исследований в различных отраслях наук (экономических, юридических, технических, социологических); организация международного обмена научной информацией; обобщение научно-исследовательского и практического опыта.

УДК 378
ББК 74.58

- © Сибирский университет потребительской кооперации, 2019
- © Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2019
- © Могилевский государственный университет продовольствия, 2019
- © Институт предпринимательской деятельности, 2019
- © Казахстанско-Американский свободный университет, 2019
- © Дарханский филиал Монгольского университета гуманитарных наук, 2019

ISBN 978-5-334-00203-6

Содержание

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК ЕАЭС В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

<i>Бердибеков А. Б.</i> Последствия миграционных процессов в приграничных регионах России и Казахстана (на примере Восточно-Казахстанской области)	12
<i>Быков А. А., Щевьев А. Н.</i> Структурные совершенствования экономического механизма инновационного развития продовольственных систем регионов освоения, Севера и Арктики Сибири.....	18
<i>Дурцева А. Г., Сафонов Д. А., Симонов С. Г.</i> Диаспоральный бизнес юга Западной Сибири: становление и социальная направленность	24
<i>Иванова А. Д., Ильющенко А. М.</i> Уровень занятости населения Кыргызской Республики	41
<i>Колоскова Н. В.</i> Анализ структуры финансового результата банковского сектора на современном этапе развития финансового рынка.....	45
<i>Комиссаров А. Г.</i> Сравнительный анализ структуры валового внутреннего продукта по расходам ведущих экономических держав	53
<i>Костяк Р. Д., Карцева Н. С.</i> Малый бизнес и проблемы его развития в России	59
<i>Кузнецова И. Г.</i> Образование как форма инвестиций в будущее ..	63
<i>Мацкевич Л. И., Мойсеенок О. В.</i> Основные аспекты контрольной и надзорной функций органов государственного управления в условиях ведения бизнеса в республике Беларусь.....	68
<i>Петрушина Е. А.</i> К вопросу о миграции в рамках Евразийского союза	75

<i>Ридель Т. В.</i> Конверсионный подход к определению транзакционных издержек в цифровой экономике	80
<i>Рябушкин Н. Н.</i> Имущественное благосостояние в разрезе социально-демографических групп населения России.....	87
<i>Шахнович Р. М.</i> Влияние внешнеторговой интеграции на взаимную торговлю России, Беларуси и Казахстана	92
<i>Щевьев А. Н.</i> Стратегические тренды научно-технологической модернизации производства продовольствия северных зон Сибири.....	98

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛЕЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК ЕАЭС

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ И СФЕРЫ УСЛУГ

<i>Али-Аскяри С. А.</i> Риск-ориентированный подход: как инструмент управления бизнесом	103
<i>Бухгольц А. С.</i> «Живой» бренд — выше конкурентоспособность ..	109
<i>Гурская С. П.</i> Особенности коммерческой деятельности в сетевой торговле	115
<i>Кислая Т. И.</i> Система критериев устойчивого развития малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь	122
<i>Комиссаров В. В., Шаланов Н. В., Яковлева А. А.</i> Методика оценки эффективности использования производственных ресурсов	129
<i>Кондинская А. В.</i> Исследование наружной рекламы г. Новосибирска	133
<i>Кондратьева О. В., Мерзляков Д. Н.</i> Факторинг как инструмент увеличения оптовой продажи товаров	139

<i>Мейкшан Ю. В., Капелюк З. А.</i> , Состояние и перспективы развития потребительской кооперации в Новосибирской области	144
<i>Палехин А. В., Ширяева Т. Ю.</i> Организация и совершенствование клиентоориентированного менеджмента на предприятиях сферы услуг	148
<i>Петрова Н. Е.</i> Практическое применение метода опроса в маркетинговых исследованиях спроса	155
<i>Плотникова Т. В., Терехова А. К.</i> Анализ рынка логистических провайдеров г. Новосибирска.....	160
<i>Салий В. В., Стребкова Л. Н., Пайвин А. А.</i> Подходы к исследованию конъюнктуры потребительского рынка	165
<i>Стребкова Л. Н.</i> Методы оценки коммерческих рисков в торговле	172
<i>Трейго А. Е.</i> Разработка базовой стратегии организации	178
<i>Унарова Я. Н.</i> Потребительская оценка деятельности потребительской кооперации в Республике Саха (Якутия).....	182
<i>Чистякова О. А.</i> Страховые взносы: спорные вопросы налогообложения для субъектов малого предпринимательства...	187
<i>Шаланов Н. В., Шаланова О. Н., Пешкова М. Н.</i> Методика оценки налогового бремени предприятия	194
<i>Шмидт И. А.</i> Ценностно-ориентированное маркетинговое продвижение на рынке индивидуального жилья.....	198

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

<i>Балабанова Е. А., Веселкова А. С., Хлыбова А. А., Баркова С. А.</i> Анализ мотивации труда работников современной организации .	204
<i>Беликова Н. В.</i> Особенности обучения и развития персонала в банковской сфере	209

<i>Бурова Л. В., Беликова Н. В.</i> Обучение персонала на современном этапе развития организаций.....	217
<i>Вдовина Л. С.</i> Оценка персонала как инструмент обоснования кадровых решений.....	224
<i>Ким М. Д.</i> Определение эффективного метода стимулирования в лабораторных условиях.....	229
<i>Мөнхбаяр О.</i> Использование психологических методов при отборе персонала (на материалах Монгольских банков «Хаан банк» и «ХасБанк»).....	233
<i>Осипова Н. В.</i> Совершенствование системы мотивации и стимулирования труда в организации.....	238
<i>Русских В. А.</i> Совершенствование управления конфликтами в организации.....	244
<i>Сорокина Л. А.</i> Методы оценки персонала организации.....	249
<i>Филиппова Н. Е., Сорокина Л. А.</i> Управление морально-психологическим климатом в организации.....	255
<i>Ширяева Т. Ю.</i> Вовлеченность персонала как основа управления в современных организациях.....	261

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

<i>Балашова О. В., Русских В. А.</i> Исследование организации отдыха и развлечения в гостиницах г. Новосибирска.....	266
<i>Балашова О. В., Осипова Н. В.</i> Оценка эффективности работы служб гостиниц, на примере гостиницы «MARRIOTT HOTEL»..	270
<i>Васильева В. Б., Киянова М. В.</i> Природно-климатические ресурсы Новосибирской области для развития оздоровительного туризма.....	274
<i>Дуплинская Е. Б.</i> Развитие туризма как фактор повышения конкурентоспособности регионов.....	280

<i>Лоренц А. В., Пономарев Н. Н.</i> Инновации как фактор повышения конкурентоспособности субъектов индустрии гостеприимства	284
<i>Осипова Е. Н., Ридель Т. В., Салий В. В.</i> Туристический дауншифтинг как альтернатива бэкпэкингу	288
<i>Плотникова Т. В., Попова Е. Р.</i> Развлекательные услуги как фактор конкурентоспособности в гостиничном бизнесе	293
<i>Попкова Т. В.</i> Развитие внутреннего туризма в приоритетах национальных проектов Российской Федерации	298

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

<i>Агафонова В. Г., Зачесова И. А.</i> Оценка качества йогуртов, произведенных в условиях ООО «Эрманн»	303
<i>Алешков А. В., Новикова М. А.</i> Анализ структуры ассортимента и экспертиза кофе молотого, реализуемого в розничной торговой сети г. Хабаровска.....	307
<i>Алешков А. В., Подобрей А. А.</i> Анализ структуры ассортимента и экспертиза сладких настоек	314
<i>Бакайтис В. И., Табаторович А. Н., Степанова Е. Н.</i> Сырье и полуфабрикаты как факторы обеспечения качества сахаристых кондитерских изделий	320
<i>Баранская Е. В., Севостьянова М. В.</i> Оценка качества мужской кожаной обуви.....	328
<i>Богатырев А. В., Старцева А. В.</i> Оценка качества и анализ ассортимента бумаги туалетной	333
<i>Голуб О. В., Шабанова Т. А.</i> Исследование качества потребительской информации продукции «Аджика»	337
<i>Дерюшева Т. В., Фоминская И. В.</i> Анализ ассортимента чая как фактор совершенствования коммерческой деятельности (ИП Дошин В. Ю., с. Красноярское Поспелихинского района Алтайского края).....	345

<i>Дерюшева Т. В., Фоминская И. В.</i> Идентификация и экспертиза качества чая (ИП Дошин В. Ю., с. Красноярское Поспелихинского района Алтайского края)	354
<i>Жебо А. В., Серова Д. В.</i> Исследование ассортимента и потребительских свойств горького шоколада.....	359
<i>Жебо А. В., Шарко Е. О.</i> Исследование ассортимента и потребительских свойств оливок в заливке, реализуемых на рынке г. Хабаровска.....	364
<i>Земляк К. Г., Ковалева А. Д.</i> Характеристика качества ароматизированных молочных коктейлей, реализуемых в торговой сети г. Хабаровска.....	368
<i>Кирьянова И. Е., Сайфулина З. Р.</i> Товароведная характеристика и оценка качества маслин в заливке	374
<i>Кононова Д. М., Меркулова А. А.</i> Оценка потребительских свойств плавленых сыров, вырабатываемых разными производителями	379
<i>Сайфулина З. Р., Степанова Е. Н., Табаторович А. Н.</i> Исследование консервированных продуктов переработки плодов калины	385
<i>Табала Е. Б., Щербинина О. В.</i> Оценка качества мармелада, реализуемого на потребительском рынке г. Новосибирска	391

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

<i>Анохина А. А., Купчак Д. В.</i> Управление качеством в общественном питании (на примере цеха по изготовлению мясных полуфабрикатов)	396
<i>Березовикова И. П., Зырянова Е. Л., Сараханов А. Ю., Шомко В. Е.</i> Инновационные технологии хлебобулочных изделий с высоким содержанием пищевых волокон	401
<i>Жебо А. В., Федоренко М. С.</i> Разработка технологии и рецептуры и товароведная характеристика джина.....	407

<i>Крошина Л. Г., Малыхин Д. А.</i> , Использование пшеничных отрубей в технологии холодных железированных десертов	411
<i>Кулешова Д. С., Худякова Т. В., Варнавская О. Д.</i> Использование продуктов инновационных технологий в производстве десертов	415
<i>Любимова О. И., Степовая В. С.</i> Обоснование использования пищевых волокон для обогащения мучных кондитерских изделий	421
<i>Махачева Е. В.</i> Система управления вкусом в сетевых предприятиях общественного питания	426
<i>Миллер Ю. Ю., Попова Н. А.</i> Использование жмыхов из семян масличных растений в технологии производства пищевых концентратов	432

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА И ПЕРЕРАБОТКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ, ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

<i>Горбатенко Д. В.</i> Теоретические основы разработки инновационной стратегии сельскохозяйственных организаций по производству и переработке молока	437
<i>Деревянкин А. В., Захаров А. Ф., Якобчук К. А.</i> Анализ зернового производства Краснозерского района Новосибирской области	443
<i>Деревянкин А. В., Захаров А. Ф.</i> Анализ и оценка уровня технологического развития типичного зернового базового хозяйства южной лесостепи Новосибирской области	448
<i>Николаева Ю. С., Степанова Е. Н.</i> Ассортимент и оценка качества пищевых концентратов на основе зерна	453
<i>Суслов Я. О., Трунов С. И.</i> Современные технологии строительства зданий и сооружений сельскохозяйственного назначения	459

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ГАРМОНИЗАЦИИ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО И ЧАСТНОГО ПРАВА

- Барсукова М. А., Кулигин А. В.* Правовое регулирование общественных объединений в Российской Федерации.....464
- Думбадзе В. Б.* Экономическая основа местного самоуправления: некоторые вопросы правового регулирования .. 469
- Краснов С. В., Чупрова А. К.* Миграционный учет Российской Федерации и Республики Казахстан в условиях Евразийского экономического союза: сравнительно-правовая оценка474
- Линенко Л. А.* Понятие «конституция» в истории европейской и российской политико-правовой мысли XVIII — начала XX в. ... 480
- Липич О. А., Мальцева Е. Ю.* Правовое регулирование предоставления земельных участков в Забайкалье с 01.07.2019 г.: перспективы развития.....489

ПРОБЛЕМЫ УГОЛОВНОГО ПРАВА И ПРОЦЕССА

- Ансимов А. М.* Сравнительный анализ правового регулирования конфиденциального содействия гражданам органам, осуществляющим оперативно-розыскную деятельность Российской Федерации и Республики Армения493
- Еськов В. Д.* Особенности сбора доказательств при расследовании причинения тяжкого вреда здоровью, повлекшего по неосторожности смерть потерпевшего498
- Коровин Н. К., Чучин В. В.* Особенности расследования преступлений в сфере мобильных телекоммуникаций.....502
- Лебзак Е. В.* Особенности криминалистической характеристики несовершеннолетнего подозреваемого 507

<i>Мартыненко А. Б.</i> Тактические особенности осмотра места происшествия при расследовании кражи	511
<i>Мусаткин В. А.</i> Современные проблемы совершенствования законодательства по борьбе с коррупцией	515
<i>Самодуров Р. М.</i> К вопросу об особенностях методики расследования преступлений коррупционной направленности ...	521
<i>Трегубов В. С.</i> Сравнительная характеристика полномочий прокурора в части надзора за исполнением законов органами предварительного следствия в России и Казахстане	525
<i>Шмыгина О. В.</i> Имущественная угроза как способ совершения преступления против собственности	529
<i>Эйхлер Е. А.</i> К вопросу об использовании запаховых следов в расследовании преступлений.....	534
SUMMARY	539

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК ЕАЭС В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

УДК 331.556.4

ПОСЛЕДСТВИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ И КАЗАХСТАНА (НА ПРИМЕРЕ ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

А. Б. Бердибеков, докторант

Казахстанско-Американский свободный университет,
г. Усть-Каменогорск, Республика Казахстан

В статье на примере Восточно-Казахстанской области описаны предполагаемые последствия миграционных процессов в приграничных регионах Казахстана. Рассмотрены фактические данные, которые отражают миграцию населения Восточно-Казахстанской области. Вычислен прогнозный тангенциальный коэффициент, который характеризуется развитием миграционных процессов в Восточно-Казахстанской области.

Ключевые слова: миграция, анализ, прогноз, регион, тангенциальный коэффициент, тренд, сальдо.

Миграционные процессы — это постоянные явления на всех этапах истории и развития человечества. Миграция — это еще и один из способов общего реагирования населения на все изменения жизненной ситуации, которые отражают перемены, происходящие в жизни общества.

В связи с тем, что Казахстан — это страна с огромной, но слабо заселенной территорией, с разными темпами социально-экономического развития и соответственно уровня жизни населения, миграция играет огромную роль в жизни Казахстана.

В статье на основе фактических данных миграции населения Восточно-Казахстанской области мы постараемся дать прогнозную оценку численности населения на ближайшие 5 лет. Кроме того, рассмотрим пример расчета тангенциального коэффициента, который характеризует изменение миграционных процессов в данной области.

Согласно анализу данных предыдущих лет, в Восточно-Казахстанской области выделяется миграционный отток населения (рис. 1).

Так, сальдо миграции в 2018 г. имеет положительную динамику по отношению к двум предыдущим годам и составляет 10 756 чел., что в абсолютном выражении на 3200 чел. меньше, чем в 2017 г., и на 4224 чел. меньше, чем в 2016 г.

Используя вышеприведенные данные, построим математическую модель линейных трендов, которые и будут характеризовать динамику прибытия, выбытия населения в Восточно-Казахстанской области за 2014–2018 гг.

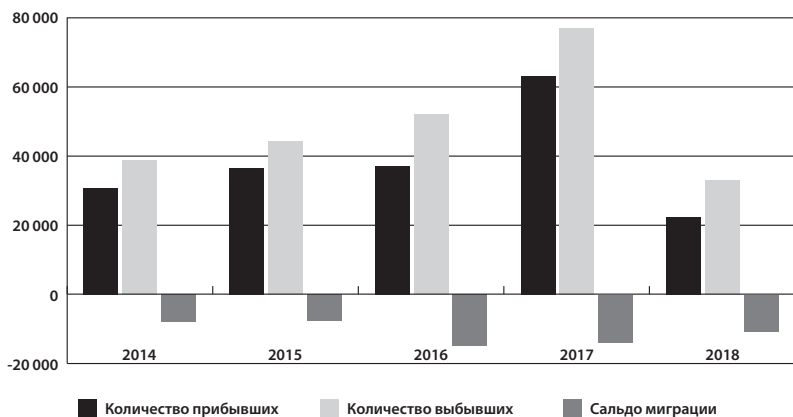


Рис. 1. Миграция населения Восточно-Казахстанской области за 2014–2018 гг., чел.

Математическая модель линейных трендов имеет следующий вид:

$$\hat{y} = a_0 + a_1 t \quad (1)$$

Для нахождения коэффициентов a_0 и a_1 , используя исходные данные таблицы, решим систему линейных алгебраических уравнений:

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum t = \sum y \\ a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 = \sum yt \end{cases} \quad (2)$$

Значение $\arctg(a_1)$ в уравнении (1) для динамики количества убывших или прибывших показывает угол наклона соответствующей функциональной зависимости. Тангенс разности между углами, находящимися между трендами, характеризующими динамику

прибытия и выбытия населения, будет являться приращением численности населения в результате миграционных процессов. Умножив значение данного тангенса на количество населения, на начало года, определим прогнозное значение данного показателя от влияния миграции [1].

$$кН_{n+1} = кнп(1 + \text{tg}(\alpha)) \quad (3)$$

где $кН_{n+1}$ — прогнозируемое количество населения в $(n+1)$ периоде;
 $кнп$ — количество населения в текущем году;
 $\text{tg}(\alpha)$ — рост количество населения в результате прибытия и выбытия населения.

Построив математические модели линейных трендов, увидим динамику прибытия и выбытия населения в Восточно-Казахстанской области за 2014–2018 гг.

Анализ данных для построения моделей линейных трендов (1), характеризующих динамику прибытия и выбытия населения в Восточно-Казахстанской области в 2014–2018 гг., и дополнительные расчеты приведены в табл. 1.

Таблица 1

Развитие миграции населения в Восточно-Казахстанской области за 2014–2018 гг.

Год, t		Прибывшие				Выбывшие			
		Количество у, чел.	t^2	ty	\hat{y}	Количество у, чел.	t^2	ty	\hat{y}
2014	1	30 854	1	30 854	36 068,4	38 922	1	38 922	44 848,4
2015	2	36 551	4	73 102	37 018	44 278	4	88 556	46 958,5
2016	3	37 053	9	111 159	37 967,6	52 051	9	156 153	49 068,6
2017	4	63 005	16	252 020	38 917,2	76 961	16	307 844	51 178,7
2018	5	22 375	25	111 875	39 866,8	33 131	25	165 655	53 288,8
Итого	15	189 838	55	579 010	189 838	245 343	55	757 130	245 343

Используя данные из табл. 1, составим систему уравнений по прибывшему населению:

$$\begin{cases} 5a_0+15a_1=189838 \\ 15a_0+55a_1=579010 \end{cases} \quad (4)$$

Решив систему, получаем коэффициенты для составления уравнения (1):

$$\begin{cases} a_0=35119 \\ a_1=950 \end{cases}$$

Модель тренда линейной функции (1), характеризующего динамику прибывшего населения в Восточно-Казахстанскую область, принимает следующий вид:

$$\hat{y}=35119+950t \quad (5)$$

Используя данные из табл. 1 составим систему уравнений по выбывшему населению:

$$\begin{cases} 5a_0+15a_1=245343 \\ 15a_0+55a_1=757130 \end{cases} \quad (6)$$

Решив систему, получаем коэффициенты для составления уравнения (1):

$$\begin{cases} a_0=42738 \\ a_1=2110 \end{cases}$$

Модель тренда линейной функции (1), которая характеризует динамику выбывшего населения из Восточно-Казахстанской области, примет следующий вид:

$$\hat{y}=42738+2110t \quad (7)$$

Графики, которые характеризуют миграционные процессы населения в Восточно-Казахстанской области, и линейные тренды (5) и (7) показаны на рис. 2 и 3.

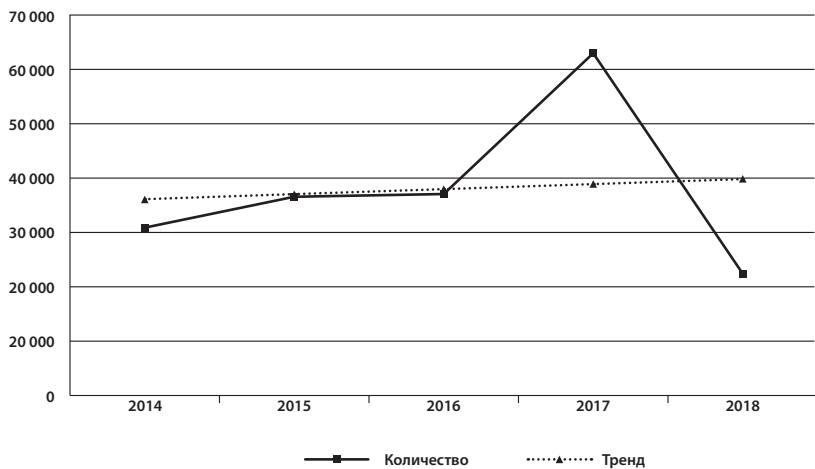


Рис. 2. Развитие прибывшего в Восточно-Казахстанскую область населения в 2014–2018 гг. и тренд линейной функции (5)

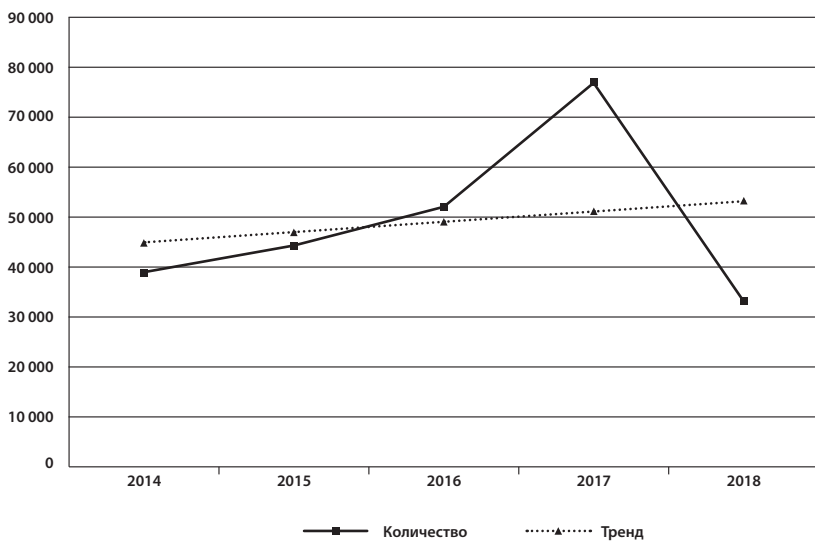


Рис. 3. Развитие выбывшего из Восточно-Казахстанской области населения в 2014–2018 гг. и тренд линейной функции (7)

На основе математических расчетов значений тангенциального коэффициента между математическими линейными трендами, которые характеризуют прибытие и выбытие населения в Восточно-Казахстанской области, равно $-0,0005787$.

Прогнозируемое количество населения Восточно-Казахстанской области на 2019–2023 гг. в результате миграционных процессов с применением формулы (3) показано в табл. 2.

Таблица 2

**Количество населения Восточно-Казахстанской области
в результате миграционных процессов в 2019 г.
и прогноз до 2023 г., чел.**

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Фактическое значение	1 378 504	—	—	—	—
Прогнозируемое значение	—	1 377 706	1 376 908	1 376 111	1 375 314

Соответственно, количество населения Восточно-Казахстанской области ежегодно уменьшается в среднем на 798 чел. Так, миграционные процессы на начало 2023 г. составят 1375 314 чел.

Анализы статистических данных, которые раскрывают состояние и развитие миграционных процессов населения, показывают, что региональным органам государственного управления нужно сделать акцент на социально-экономические последствия, которые могут быть разнообразными:

- убытие населения может привести к снижению рождаемости и уменьшению естественного прироста в регионе;
- убытие трудоспособной части населения вызовет изменение его половозрастной структуры, и приведет к старению трудовых ресурсов региона;
- уменьшение количества населения в трудоспособной части, может привести к снижению образовательного и профессионально-квалификационного уровней персонала предприятий, и уменьшению экономически активной части. Указанные аспекты неблагоприятно влияют на формирование и развитие регионального рынка труда.

Вышеназванные последствия могут негативно повлиять на производительность труда, снизить эффективность использования инвестиций, которые вкладывают в развитие предприятий, испытывают потребность в высококвалифицированных специалистах. Отток трудоспособного населения из региона — это негативное последствие, которое дестабилизирует воздействие на демографическую ситуацию и функционирование экономических систем.

На базе прогноза автора, возможно принятие рациональных управленческих решений со стороны органов государственного управления, которые позволят обеспечить параллельное развитие профессионально-квалификационного уровня трудовых ресурсов с технологическими и техническими критериями в производственной сфере.

Список литературы

1. Шайкин Д. Н. Особенности и возможные последствия миграционных процессов в приграничных регионах России и Казахстана (на примере Омской и Северо-Казахстанской областей). [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-vozmozhnye-posledstviya-migratsionnyh-protsessov-v-prigranichnyh-regionah-rossii-i-kazahstana-na-primere-omskoy-i-severo-kazahstanskoy-oblastey> (дата обращения: 05.03.2019).
2. Официальный сайт Министерства национальной экономики Республики Казахстан. Комитет по статистике. [Электронный ресурс]. — URL: <http://stat.gov.kz> (дата обращения: 05.03.2019).

УДК 631.158:658.3

СТРУКТУРНЫЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ СИСТЕМ РЕГИОНОВ ОСВОЕНИЯ, СЕВЕРА И АРКТИКИ СИБИРИ

А. А. Быков, канд. экон. наук, вед. науч. сотрудник
А. Н. Шевьев, канд. экон. наук, вед. науч. сотрудник
СибНИИЭСХ СФНЦА РАН, г. Новосибирск, Россия

В статье предложены направления структурных усовершенствований экономического механизма инновационного развития продовольственных систем регионов освоения, Севера и Арктики Сибири.

Ключевые слова: районы освоения и Север Сибири, инновационное развитие, экономический механизм, структурное совершенствование, продовольственные системы, продовольственная безопасность.

В предлагаемой статье впервые для регионов Севера Сибири предложена система структурных преобразований экономического механизма инновационного развития продовольственных систем, где в качестве главных трендов изменения экономического механизма предложены расширение охвата подсистем производства продовольствия, значительное увеличение числа экономических механизмов и регуляторов, воздействующих на соответствующие экономические процессы, создание и внедрение специального экономического механизма привлечения крупных финансовых и других видов ресурсов от промышленных компаний и др. На основе этого приведены семь основных блоков нового экономического механизма инновационного развития продовольственных систем Северов Сибири. В отечественных работах данные вопросы практически не рассматривались. Е. А. Борисовым рассматривались преимущественно проблемы увеличения бюджетных государственных вложений только в местное северное сельское хозяйство, и без рассмотрения целевой установки их на ускорение инновационных процессов не только в сельхозотраслях, а гораздо шире — в целом для всего комплекса отраслей и предприятий региона и входящих в системы производства продовольствия для Севера, обеспечивающие их население [1].

Местное сельское хозяйство районов освоения и Севера Сибири в 2006–2018 гг. значительно повысило производство сельскохозяйственной продукции. Однако рост явно недостаточен и принципиальных и необратимых процессов в экономиках агроотраслей и системах производства продовольствия пока нет. Это совершенно недопустимо, исходя из задач самообеспечения продовольствием и обеспечения высокого уровня потребления продуктов питания населением в исследуемых промышленных зонах Сибири [2; 3; 4].

Максимальное импортозамещение и переход к самообеспечению местными агропродовольственными продуктами и сырьем, с учетом привоза продуктов из своих собственных агропредприятий и их систем из удаленных аграрных областей и зон, в районах освоения, Севера и Арктики Сибири и внедрения основных ее постулатов

и идей в производственной деятельности аграрных предприятий и комплексов изучаемых ТПК возможно реально осуществить только через создание специальной комплексной и взаимоувязанной группы экономических и административных регуляторов, структурные трансформации, гарантирующие инновационное развитие ведущих сельхозотраслей и всех систем производства и доставки продовольствия в РОСАС [2; 3]. Для этого современный, фактически стихийно созданный механизм экономической работы и развития систем производства требуется перестроить и реформировать, чтобы ускоренно стимулировать внедрение инновационных комплексов машин системы производства продовольствия в РОСАС. Этот комплекс преобразований экономических и других регуляторов должен гарантированно обеспечить формирование новой инновационной технико-технологической основы систем производства продовольствия и обеспечить быстрый рост местного производства продовольствия и гарантировать продовольственную безопасность этих территорий.

Основополагающей идеей и главным приоритетом структурного усовершенствования формируемой новой системы экономического управления и стимулирования роста производства в системах производства продовольствия в РОСАС должна быть идея разработки и внедрения перспективной научно-технологической политики в агропромышленное производство, реализующей новые капиталоемкие методы улучшения работы продовольственных систем, которые требуют формирования принципиально новой инновационной технико-производственной основы.

Для более системного и комплексного усиления воздействия и регулирования процессов инновационного развития продовольственного производства РОСАС и для повышения качества, результативности и эффективности инновационного процесса необходимо усовершенствовать пропорции и соотношения блоков ОЭМ, ввести дополнительные экономрычаги и методы, усилить результативность и воздействие прежних рычагов и стимулов в ОЭМ.

Исходя из этого важнейшими перспективными трендами предлагаемых усовершенствований ОЭМ продовольственных систем в изучаемых промышленных зонах, являются:

1. Расширение охвата новым экономмеханизмом значительно большего числа подсистем и комплексов, регулируемых и управляемых предложенным ОЭМ, включением в него аграрных предприятий в удаленных тыловых агрозонах, основных категорий сельхозтоваро-производителей (АО, ООО, КФХ, ЛПХ и др.), переработки, транспортных предприятий, логистики, систем до реализационной доработки продовольствия и др.

2. Значительное расширение количества экономрегуляторов и стимулов общей системы экономмеханизмов, обеспечивающих резкое увеличение объемов, выделяемых и привлекаемых денежных и других ресурсов для развития агропроизводства и систем производства продовольствия РОСАС.

3. Внедрение специального экономического механизма привлечения крупных финансовых средств от промышленных, перерабатывающих и трубопроводных компаний, осваивающих минерально-энергетические природные кладовые в РОСАС для создания собственной продовольственной базы.

4. Перестройка существующих хозяйственных регуляторов и включения в них более эффективных рычагов и методов, стимулирующих внедрение инновационных технологий, систем машин, механизмов на уровне отдельных хозяйств агросферы, молочных, мясных предприятий, транспортных организаций, промышленных зон логистики, а также ряд других направлений целесообразных трансформаций [3; 5; 6].

Группы усовершенствованных хозяйственных регуляторов инновационного развития систем производства продовольствия должны иметь следующие блоки и звенья:

1. Организационно-экономический механизм формирования системы законодательных решений — законов и постановлений на общереспубликанском и областных уровнях, обеспечивающих их реализацию через группы специальных постановлений и решений по быстрому инновационному наращиванию производства агро- и продовольственной продукции, возрастанию конкурентоспособности на рынках и прибыльности собственных продовольственных товаров. Принятые законы и положения обязаны прописывать и раскрывать составляющие блоки, рычаги и методы хозяйственных регуляторов, их финансовые источники.

2. Экономический механизм мощной ресурсной общереспубликанской и областной и окружной поддержки инновационного развития отраслей Северного и тылового сельского хозяйства и систем производства продовольствия, современной инновационной перестройки их технико-технологические базы на основе инновационных машин и технологий, структурной перестройки отраслей для обеспечения самых высоких показателей и индексов роста производства.

3. Экономический механизм ускоренного внедрения новейших индустриальных систем технологий, индустриальных системных технологических комплексов и целых индустриальных предприятий, а также других новейших научно-технологических решений. Поэтому необходима реализация механизма стимулирования вложений средств в освоение новейших достижений научно-технического прогресса. Стимулирование возможно за счет освобождения от налогов данных сумм вложений, выделения беспроцентных или низкопроцентных долгосрочных кредитов, предоставления в аренду систем машин, оборудования, новых систем технологий и инновационных хозяйств и организаций и т. п.

4. Экономические и правовые регуляторы привлечения крупных денежных и всех других видов ресурсов от промышленных, нефтегазовых, перерабатывающих фирм и холдингов, осваивающих природные месторождения и минеральные природные запасы РОСАС, с целью формирования собственной базы продовольствия данных территорий.

5. Экономический механизм республиканского страхования аграрных и продовольственных отраслей и предприятий РОСАС позволит в экстремальные годы сохранять и поддерживать инновационное развитие продовольственных отраслей в РОСАС.

6. Группы регуляторов хозяйственного управления и формирования системы резервов и запасов требуемых ресурсов для РОСАС, которая также поможет обеспечить дополнительную устойчивость и сохранить требуемое ускорение инновационного роста систем производства продовольствия.

7. Система экономического управления и решений по рациональной организации специализации, размещению и формированию рациональной структуры и территориальной организации

инновационных комплексов агропредприятий, предприятий перерабатывающей промышленности и др. [7].

К 2025–2030 гг. инновационные производственные системы и технологии в животноводстве этих регионов должны положительно повлиять на производство (65–80 % от произведенной продукции) при производстве молока индустриальные технологии должны давать 77,5–80 %, яиц до 95–100 %. В растениеводстве они должны обеспечивать от 55 до 75 % от производства овощей, картофеля в кормопроизводстве 75–80, овощей закрытого грунта в индустриальных теплицах и 80–85 % — открытого грунта.

Реализация предлагаемого структурного совершенствования экономических систем и регуляторов для создания инновационного производства продовольствия РОСАС позволит решить главные вопросы ускоренного развития продовольственной базы, повышения уровня потребления собственного высококачественного и доступного по ценам продовольствия.

Список литературы

1. Борисов Е. А. На пике Арктического вектора // Экономические стратегии. — 2015. — Т. 17. — № 1 (127). — С. 50–61.
2. Щевьев А. Н. Стратегические направления научно-технологического обновления и перспективные параметры развития продовольственных систем районов освоения, Севера и Арктики Сибири / А. Н. Щевьев, А. А. Быков, И. В. Зяблицева // Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе: сборник III Международной научно-технологической и практической конференции. — 2018. — С. 225–228.
3. Щевьев А. Н. Приоритеты развития системы конкурентоспособных кластеров тыловых продовольственных баз районов освоения, Севера и Арктики Сибири и формирование общей системы тыловых продовольственных баз Азиатского Севера России / А. Н. Щевьев, И. В. Зяблицева, Е. В. Стрижкова // Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе: материалы II Международной очно-заочной научно-методической и практической конференции. — 2016. — С. 204–208.
4. Быков А. А. Принципы коммуникационного маркетинга на агропродовольственном рынке Сибири в условиях современного информационного общества // Информационные технологии в стратегии реиндустриализации АПК региона: материалы конф.; Пермский государственный аграрно-технологический университет им. академика Д. Н. Прянишникова. — 2018. — С. 56–62.

5. Быков А. А. Понятие и сущность маркетинговой деятельности организаций на агропродовольственном рынке Сибирского федерального округа // Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х ч. Под общ. ред. Т. А. Кутубаевой, А. В. Глотко. — 2018. — С. 331–335.
6. Щевьев А. Н. Специфические системы регуляторов и экономических механизмов формирования производственной инфраструктуры развития продовольственных систем регионов освоения, Севера и Арктики Сибири / А. Н. Щевьев, А. П. Задков, Я. Ю. Зяблицева, Е. В. Стрижкова // Формирование инфраструктуры развития регионального АПК: теория и практика: материалы научно-практической конференции. — 2015. — С. 99–102.
7. Щевьев А. Н. Научные основы формирования и функционирования и стратегические направления развития производства и обеспечения продовольствием районов освоения, Севера и Арктики Сибири / А. Н. Щевьев, А. П. Задков — Новосибирск, 2014.

УДК 316.3

ДИАСПОРАЛЬНЫЙ БИЗНЕС ЮГА ЗАПАДНОЙ СИБИРИ: СТАНОВЛЕНИЕ И СОЦИАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ

А. Г. Дурцева, канд. экон. наук, доцент

Д. А. Сафонов, аспирант

С. Г. Симонов, д-р с.-х. наук., канд. экон. наук, профессор

Тюменский филиал Сибирского университета потребительской кооперации, г. Тюмень, Россия

На материалах юга Западной Сибири обобщен опыт межэтнического взаимодействия, формирования и развития диаспорального бизнеса. Представлены результаты социологических исследований 2013–2018 гг. в рамках научного сообщества «Социальная ответственность бизнеса» (г. Тюмень). В исследовании приняли участие представители государственной службы и этнического бизнеса региона.

Ключевые слова: этническая общность, диаспора, межэтническое взаимодействие, диаспоральный бизнес, безопасность, социальная ориентированность, социальные эффекты.

Сегодня этнические общности более трех четвертей всех живущих на земле народов. Являясь неотъемлемой частью мирового сообщества, вместе с другими народами они образуют человечество как некоторую целостность, выражающую единство многообразия этнических укладов жизни [1]. Взаимодействие этносов формирует

сложную систему этнических отношений, затрагивающих все сферы общественной жизни. Обеспечение сожительства различных этносов в пределах единого социума и стабильности общественного развития в нем представляет определенную проблему для полиэтнических регионов, каковых в мире подавляющее большинство [2].

В ходе исследования проблем межэтнического взаимодействия, в т. ч. процесса формирования и развития диаспорального бизнеса в рамках крупного промышленного региона были использованы разнообразные методы (метод анализа и синтеза, метод аналогий, статистический метод, метод экспертной оценки, анкетирование и интервьюирование и др.). Перечисленными методами было охвачено свыше 600 человек, представляющих азербайджанскую, грузинскую, армянскую, ингушскую, чеченскую, дагестанскую, узбекскую, казахскую, киргизскую, таджикскую и другие диаспоры и этнические группы, проживающие на юге Западной Сибири.

Проведенное социологическое исследование в таком важнейшем регионе Западной Сибири, как Тюменская область показало мотивы, побуждающие этнические общности поддерживать социальную стабильность (рис.1). Первое место занимает определенное падение уровня жизни населения региона в условиях продолжающегося экономического кризиса и санкций Запада, коснувшихся не только России, но и стран всего Евразийского экономического союза (ЕАЭС: Россия — Беларусь — Казахстан — Армения — Киргизия), что отразилось на масштабах платежеспособного спроса регионального социума на продукцию малого и среднего бизнеса (22,5 %). Второе место отдано снижению интереса покупателей к продукции региональных производителей и повышению объема покупок аналогичной продукции, идущей из ближнего и дальнего зарубежья (18,0 %). Третьим по рангу значимости мотивом респонденты назвали девальвацию национальной валюты, повлекшую за собой повышение цен на импортное сырье и импортные товары и услуги в целом (15,2 %). На четвертое место вышло усиление диверсификации капитала стран ЕАЭС, в частности Казахстана, в Россию из приграничных областей (Северо-Казахстанской, Костанайской и Павлодарской), обусловившей опасность поглощения им отечественных бизнес-структур (11,8 %).



Рис. 1. Мотивы, побуждающие представителей этнических общностей юга Западной Сибири к поддержанию социальной стабильности в регионе

Пятое и шестое места респонденты ответили явно недостаточно, на их взгляд, содействию со стороны органов государственной власти привлечению инвестиций в сектор регионального бизнеса (10,5 %), а также отсутствию поддержки ими инновационной деятельности последнего, обеспечивающей формирование новых сегментов рынка в высокотехнологичных отраслях региона (8,6 %). Далее по мере убывания ранга значимости идут такие мотивы, как несформированность правовой среды функционирования бизнеса в рамках ЕАЭС (5,4 %), незавершенность создания институциональных механизмов по защите собственности субъектов российского бизнеса (4,1 %), рост информационного шпионажа и переманивание высококвалифицированных кадров фирмами-конкурентами (3,9 %).

Обострение социальной напряженности в некоторых регионах России вызывает необходимость изучения межэтнического взаимодействия в целом и такого его важного звена как диаспоральный

бизнес. В этой связи нами была изучена современная ситуация в жизнедеятельности диаспор Тюменской области, выявлен социальный и экономический потенциал их представителей.

Тюменская область — субъект Российской Федерации, где проживают свыше 125 народов общей численностью 3,1 млн человек [3]. Представители многих этнических общностей принимают активное участие в хозяйственном и социокультурном развитии региона. На постсоветском пространстве первые диаспоры (польская и корейская) в Тюменской области были зарегистрированы еще в 1993 году. Они стали организовываться у внешних мигрантов, что определяется внутренними и внешними причинами, поскольку географическая отдаленность от исторической родины способствует развитию более обостренного чувства этнической идентичности и памяти об историческом прошлом государства — исхода. Внешним фактором диаспоральности является пробуждающийся интерес и поддержка, оказываемые со стороны исторической родины, осознание значимости диаспоры для лоббирования государственных интересов, т. к. диаспора — это не только социокультурное явление, но и политико-экономический инструмент [4].

Диаспоры, представленные внутренними мигрантами (армянская и азербайджанская), начали активно функционировать с 1995 г. К этому времени прекратился основной поток мигрантов данных этнических групп, сформировались цели отдельного представителя и обозначились перспективы общности. Был найден механизм соединения разных по образованию, возрасту, целям приезда, полу всех представителей какой-либо этнической общности. Основными материалами стали культурные ценности, традиции этноса, навыки и способности, сферы приложения труда, предпринимательские способности и т. п.

Точкой отсчета оформления и обеспечения правовой стороны данного процесса следует считать 1997 год, когда при содействии региональных властей был создан новый общественный орган — Координационный Совет, объединивший на добровольной основе все национальные общественные объединения и национальные культурные автономии. При этом государство проявило заинтересованность в сохранении и развитии этнокультурных

особенностей народов, населяющих Российскую Федерацию, а принятие федерального закона «О национальной культурной автономии» в 1996 году послужило толчком в создании в области национальных культурных автономий и национальных общественных объединений. Важное значение в проведении государственной национальной политики в стране имел состоявшийся в апреле 1999 года первый съезд Ассамблеи народов России, на котором было принято постановление об организации Дома народов России в Москве и его филиалов в регионах Российской Федерации [5].

Представители этнических групп испытывали потребность в организации и функционировании культурно-национальных центров, как органа, занимающегося сплочением и поддержкой представителей различных диаспор. В начале двухтысячных годов в Тюмени был создан областной Дворец национальных культур «Строитель», в состав которого вошли 11 отделов, каждый из которых представлял свой этнос. Одобренная на расширенном заседании координационного Совета национальных общественных объединений региона программа «Основные направления концепции сохранения, возрождения и развития национальных культур Тюменской области на основе консолидации усилий государственных структур, национальных общественных движений и органов местного самоуправления» позволила планировать дальнейшую деятельность.

Важнейшими публичными формами работы Дворца стало проведение областных праздников «Мост дружбы» и «Радуга», традиционных национальных праздников, а также проведение Дней национальных культур в областном центре и в районах юга Тюменской области.

В настоящее время в регионе функционируют более 20 национально-культурных автономий, около 50 национальных общественных объединений, более 200 религиозных организаций и общин различных конфессий. Работают центры русской, татарской, чувашской, ингушской, немецкой, хантыйской, мансийской и ряда других культур. На русском, украинском, татарском, немецком, чувашском, немецком, хантыйском и мансийском языках издаются газеты, работают три редакции национального телерадиовещания.

Все это усиливает рост самосознания каждого этноса, проживающего в регионе, способствует развитию культуры, языка, обрядов, обычаев разных народов, содействует установлению гражданского согласия. Так, Н. К. Фролов, выделяя характерные особенности региона, отметил, что Тюменская область, как зона межэтнического взаимодействия, является не только моноэтническим субъектом Российской Федерации, но вместе с тем представляет собой результат многовековых трансформаций экономической и духовной культур исторически проживающих здесь народов [6]. После принятия ряда законодательных актов в 90-х г. прошлого века в области национальной политики в регионе стало функционировать свыше полутора десятка национальных центров и землячеств.

Возрождение экономической культуры этнических общностей в регионе обусловило широкое развитие диаспорального бизнеса. При этом каждая диаспора находила в бизнес-среде свою нишу, в которой наиболее полно могла раскрыть имеющийся потенциал, использовать многовековые традиции представляющего ее народа и успешно конкурировать на рынке с представителями других этносов [7]. Так, для азербайджанской диаспоры ею стала оптовая торговля продовольственными товарами, для армянской — непроизводственное строительство и ремонтные работы дорог и зданий, для казахской — заготовки сельхозпродукции и животноводство, для узбекской — розничная торговля овощами и фруктами, для киргизской и таджикской — сектор вспомогательных и обслуживающих работ и др. Интересно, что в одних сферах хозяйства региона диаспоральный бизнес органично вписался в рыночную среду деятельности давно функционирующих здесь бизнес-структур, в других явился для них хорошим «раздражителем» в плане конкуренции, а в-третьих — выступил в роли своеобразного монополиста.

В последнее десятилетие диаспоральный бизнес стал играть все более заметную роль в экономике региона. Это выражается, на наш взгляд, во-первых, в его диверсификации — способности быстрого перелива капитала из одной сферы деятельности в другую. Во-вторых, в росте доли диаспорального бизнеса в валовом региональном продукте Тюменской области. В-третьих, меняя векторы миграционных потоков рабочей силы стран ближнего зарубежья

и ряда трудоизбыточных республик России, он обеспечивает человеческими ресурсами практически все секторы региона и даже те, которые долгое время считались непрестижными ввиду низкой заработной платы, выполнения простой и неквалифицированной работы и т. п.

Сегодня региональный бизнес старается активно привлекать рабочую силу ряда диаспор (таджикской, киргизской, узбекской), относительно более дешевую и в основном используемую для выполнения тяжелого физического и обслуживающего труда [8]. Из заявленных 347 должностей, специальностей и профессий более 2/3 (67,2 %) приходится на рабочие профессии.

Представление о современном рынке труда региона в разрезе уровня квалификации, привлекаемой диаспоральной рабочей силы, дает табл. [9].

Удельный вес диаспоральной рабочей силы по сегментам рынка труда юга Западной Сибири

Сегменты рынка труда	Численность иностранной рабочей силы	
	чел.	%
Неквалифицированный труд	12 084	36,2
Малоквалифицированный труд	19 895	59,6
Квалифицированный труд	1403	4,2
Итого	33 382	100,0

Доля квалифицированной рабочей силы (специалистов, управленцев, руководителей и т. п.) в общем числе привлекаемых представителей диаспор составляет всего 4,2 %. Заявленная хозяйствующими субъектами региона потребность в диаспоральной рабочей силе в большей мере связана с необходимостью выполнения работ, не требующих квалификации [10]. Местные рабочие неохотно берутся за их выполнение по причине низкой оплаты, монотонности, тяжести и непрестижности неквалифицированного труда. Эту кадровую нишу призваны заполнить рабочие из Киргизии, Таджикистана и Узбекистана, которых вполне устраивают условия, содержание труда и трудовой заработок. В настоящее время 36,2 % всей численности иностранной рабочей силы, привлекаемой в южные районы

Западной Сибири, заявлено бизнесменами для привлечения по профессиям, не требующим особой квалификации. В первую очередь, это касается подсобных рабочих, грузчиков, уборщиков производственных помещений и территорий, дорожных рабочих, дворников, сторожей и охранников и др.

В общей численности иммигрантов, привлекаемых в регион, достаточно высок процент малоквалифицированных рабочих (15,3 %). Они составляют известную конкуренцию местной рабочей силе, правда, по определенному кругу рабочих профессий (продавцы, водители автомобилей, кладовщики, пекари). По остальным рабочим профессиям, не требующим высокой и средней квалификации, заявленная хозяйствующими субъектами юга Западной Сибири потребность в иммигрантах касается маляров, бетонщиков, монтажников, овощеводов, формовщиков железобетонных изделий и конструкций и пр.

В 2013–2018 гг. для изучения проблем формирования и развития бизнес-деятельности диаспор юга Западной Сибири нами было проведено социологическое исследование. В ходе него было опрошено более 600 человек, занятых в различных сферах бизнеса и представляющих десять наиболее крупных диаспор региона (азербайджанскую, армянскую, грузинскую, чеченскую, ингушскую, дагестанскую, казахскую, узбекскую, таджикскую и киргизскую).

По результатам социодиагностики оказалось, что 28,0 % диаспоральных предпринимателей начали свой бизнес в регионе со второй половины девяностых годов прошлого века, 45,6 % — в 2001–2008 гг., остальные — в 2009–2017 гг. Сферы приложения их капитала достаточно разнообразны, а его масштабы выросли за исследуемый период более чем у $\frac{2}{3}$ диаспоральных предпринимателей.

На начальном этапе большинство представителей диаспорального бизнеса сталкивалось с нехваткой денег, отсутствием нужных связей и испытывало давление со стороны рэкета (71 %). Решить последнюю проблему самостоятельно далеко не всегда удавалось, в силу чего в те годы приходилось обращаться за помощью в правоохранительные органы, к знакомым своей национальности и даже к «криминальным авторитетам» [11]. Надо отдать должное местным органам власти, что такая ситуация сохранялась относительно

недолго, и к концу первого десятилетия нового века на рынке Тюменской области она нормализовалась.

В настоящее время на первый план вышла проблема высокой конкуренции на региональном рынке, где наибольшее давление диаспоральный бизнес стал испытывать со стороны конкурентов — предпринимателей других этнических групп и местных предпринимателей, знакомых по бизнес-среде. Окрепнув, представители диаспорального бизнеса гораздо реже начали прибегать к чьей-либо помощи и во многом решали проблемы самостоятельно. При этом 15 % отметили, что как таковых проблем с давлением на их бизнес сегодня нет. Любопытно, что если вначале им помогали главным образом родные и друзья их национальности, то теперь еще и представители государственной власти на местах и знакомые других национальностей. Правда, государство оказывает помощь, как правило, в виде не госзаказов или льготных кредитов, а правовой поддержки и консультаций. Однако, и это уже хорошо — считают представители диаспор.

С этих позиций заслуживает внимания оценка субъектами диаспорального бизнеса деятельности чиновников региона. 20 % респондентов ответили, что чиновники работают хорошо, помогают моему бизнесу, 27 % — многие работают хорошо, но есть и плохие, 14 % — больше плохих, они мешают моему бизнесу, 35 % — работают хорошо, но могли бы и лучше, поддержка есть, но незначительная, 4 % затруднились ответить. Добавим, что потребность в услугах чиновников отмечается подавляющим числом этнических предпринимателей (90 %).

При выяснении, с кем удобнее заниматься бизнесом, предприниматели на первое место поставили членов своей диаспоры, а лишь затем проранжировали представителей других этносов. При этом важно заметить, что относительно высок процент тех, кому безразлично, с кем вести бизнес.

Определенный интерес вызывают ответы на вопросы: какие преимущества есть в регионе у бизнеса местных этносов (русских, татар и др.) и за счет чего диаспоральному бизнесу удастся с ним успешно конкурировать. По результатам нашего исследования к таким преимуществам, в первую очередь, отнесены: большой капитал (37 %),

больше связей (24 %) и больше покровительство со стороны чиновников (22 %). Что касается второй части вопроса, то в качестве главных факторов своего успеха среди конкурентов представители диаспорального бизнеса называют более высокое качество товаров, работ и услуг (33 %), более широкий их ассортимент (26 %) и лучшее (лояльное) отношение к клиентам (24 %).

По мнению самих представителей диаспорального бизнеса, на успешность последнего влияет, в основном, не сама национальность, а скорее, традиции национальной культуры: почитание старших, гостеприимство, уважение законов, корпоративная солидарность и честность, толерантность во взаимоотношениях с клиентами и т. д.

Говоря об изменении культуры бизнеса в целом, предприниматели-представители диаспор не так единодушны в своих мнениях. Четверть из них указала, что она незначительно изменилась в лучшую сторону (25 %); примерно столько же не увидели каких-либо в перемен (23 %); 21 % посчитал, что культура бизнеса несколько ухудшилась; еще меньше доля тех, кто отметил ощутимые положительные перемены в ней (18 %); наконец, оставшиеся 13 % пессимистичны в своей оценке, заявив о сильном изменении культуры бизнеса в худшую сторону.

Большой резонанс в ходе проводимого исследования вызвал вопрос: что надо сделать для более успешного развития бизнеса в целом и диаспорального бизнеса, в частности. Здесь, наряду с общими предложениями (создать благоприятный режим кредитования, снижающий уровень налогообложения, убрать коррупцию из органов власти и т. п.), представители диаспорального бизнеса отметили уменьшение числа контролеров (азербайджанская, узбекская, ингушская диаспоры), пересмотр в сторону сокращения правовых ограничений (таджикская, киргизская диаспоры), обеспечение честной конкуренции в проведении тендеров и торгов (армянская, грузинская диаспоры), оказание адресной финансовой поддержки диаспоральному бизнесу (казахская, дагестанская диаспоры) и др.

Но, пожалуй, принципиально новым предложением по развитию бизнеса, прозвучавшим в ответах практически всех диаспор, явилось их привлечение к процессу принятия региональных законов и их представительство в депутатском корпусе, органах законодательной власти.

В среднесрочном прогнозе относительно развития своего бизнеса в Тюменской области до 2022 года большинство представителей диаспорального бизнеса наиболее вероятными считает организационные и экономические изменения в лучшую сторону (48 %), что во многом связывают с созданием на постсоветском пространстве ЕАЭС и с присоединением к нему в ближайшей перспективе других стран. Вместе с тем остается еще целый ряд нерешенных или находящихся на стадии своего решения проблем, в числе которых создание равных по отношению к коренным этносам (русские и татары) стартовых возможностей «раскручивания» своего бизнеса, распространение на все региональное бизнес-сообщество, независимо от национальной принадлежности, единых методов управления бизнесом и оценки эффективности капитальных вложений, расширение практики предоставления хозяйствующим субъектам-выходцам из диаспор налоговых льгот, благоприятного режима кредитования и т. д. Это, по нашему мнению, еще более актуализирует проблему безопасности развития диаспорального бизнеса, принимающего деятельное участие в процессе расширения торговых связей и межэтнического взаимодействия.

В современной научной литературе, безопасность бизнеса в целом и диаспорального бизнеса в частности, рассматривается как состояние его защищенности от негативных факторов, обеспечивающее устойчивое функционирование и развитие. На наш взгляд, это отражает лишь экономическую сторону данного феномена, не касаясь непосредственно социальной стороны.

Вместе с тем деятельность субъектов средних и малых форм хозяйствования протекает в конкретной социальной среде и в определенное время. Она не может не принимать во внимание и не учитывать специфику интересов регионального социума, активно взаимодействуя с ним как с представителем общества и государства. Поэтому чтобы быть безопасной, деятельность диаспоральных бизнес-структур должна быть социально ориентированной [12]. Именно в осуществлении такой деятельности заключается социальное содержание общественных отношений по поводу обеспечения безопасности функционирования бизнес-структур.

В основе рассматриваемой социально ориентированной деятельности как социального процесса лежит определенный баланс интересов

диаспорального бизнеса и регионального социума. Первый, как никто другой, заинтересован в стабильном расширении предложения рабочей силы, качество которой обеспечивает государство, в росте доходов населения как потенциального совокупного потребителя, в снижении социальной напряженности и создании благоприятных условий для культурного развития региона. В свою очередь, региональный социум видит в диаспоральном бизнесе гаранта занятости, ухода от безработицы и бедности, наполнения бюджета территории средствами, необходимыми для реализации социальных программ и решения социально-экономических проблем.

Анализ предпринимательской деятельности как социального процесса был осуществлен на основании изучения работ классиков социологии. Была выявлена сущность и атрибутивные признаки социальных процессов (статистическая устойчивость, массовый характер, социальное содержание, самостоятельность участников социального процесса и др.), а также рассмотрена их классификация. В рамках нашего исследования была использована классификация, предложенная Л. фон Визе, как наиболее детальная и глубоко описывающая происходящие в период кризисов и кардинальных общественных изменений социальные процессы [13]. Действие последних находит свое выражение в глубоком расслоении общества, депривации населения, социальной незащищенности и т. п. [14]. Неоднородность рыночной среды обуславливает многообразие видов социальных процессов. В рыночной системе хозяйства к одному из важных социальных процессов, способствующих преодолению вышеназванных негативных общественных явлений, можно отнести социально ориентированную деятельность субъектов диаспорального бизнеса.

Следует отметить, что в краткосрочной перспективе представители диаспоральных бизнес-структур, впрочем, как и другие субъекты малых и средних форм хозяйствования, преследуют свои тактические цели, и такая деятельность не является в полной мере социальным процессом. В данном случае, стараясь не приближаться к критическому порогу безопасности, они лишь следуют конъюнктурным тенденциям изменения внешней среды. Однако в среднесрочном и долгосрочном периодах хозяйствующие субъекты, представляющие диаспоры, выражают свои стратегические цели, наполненные

социальным содержанием. Именно благодаря этому им удастся обеспечить необходимый уровень своей безопасности. Стратегические цели заставляют их вступать в разного рода ассоциации и объединения предпринимателей, вести активный диалог с местными органами власти как представителями интересов социума данной территории, принимать участие в социально направленных программах и др. Наличие ресурсной базы для их реализации дает диаспоральным бизнес-структурам возможность воздействия на социальный климат в регионе и на местах. Оно осуществляется как непосредственно — через улучшение ситуации на рынке труда, участие в совместном с органами власти проведении политики «полной занятости», благотворительность, оказание спонсорской поддержки, меценатство и т. п., так и опосредованно — через формирование доходной части местных бюджетов, идущей на решение неотложных социальных проблем территории, выполнение инвестиционных проектов непроездового характера, различные формы социального партнерства и т. д.

Ставя целью обеспечение своей безопасности, диаспоральный бизнес в современных условиях играет роль своеобразного «социального амортизатора», смягчающего влияние негативных факторов и процессов на жизнь российского общества посредством высокой эластичности своей социально ориентированной деятельности. В период экономического спада локализуется деструктивное влияние на уровень жизни регионального социума сокращения реального объема валового продукта, снижения деловой активности и заработной платы за счет вышеуказанных социальных компенсаторов. Во времена экономического подъема субъекты диаспоральных бизнес-структур способствуют усилению тенденции формирования «среднего класса» в регионах страны, делают доступными значительное число товаров и услуг для всех групп населения, сглаживают дифференциацию доходов различных социальных слоев, о чем свидетельствует снижение индекса Джини и децильного коэффициента.

В ходе проводимого социологического опроса были также установлены факторы внешней и внутренней бизнес-среды, влияющие на уровень безопасности субъектов средних и малых форм хозяйствования — выходцев из диаспор юга Тюменской области (рис. 2, 3).

В число факторов внешней бизнес-среды вошли (соответственно проценту опрошенных диаспоральных предпринимателей «второго эшелона»): неожиданные изменения рыночной конъюнктуры (18,1 %); уровень социальной напряженности в регионе и стране в целом (17,0 %); взаимоотношения с местными органами государственной власти (14,8 %); непредвиденные действия правительства страны в области антимонопольной, налоговой, денежно-кредитной и внешнеторговой политики (12,9 %); взаимодействия субъектов диаспорального бизнеса с региональным социумом (11,7 %); недобросовестная конкуренция на региональных рынках (9,5 %); динамика удельных весов экономически активного, незанятого (безработного) и социально незащищенного населения в регионе (9,4 %); взаимоотношения со смежниками, поставщиками сырья и торговыми посредниками (6,6 %). Как выявил социологический опрос субъектов средних и малых форм хозяйствования из числа представителей диаспор юга Западной Сибири, значимость социально ориентированных факторов среди общего числа, влияющих на уровень безопасности бизнеса «второго эшелона» достаточно велика (52,9 % респондентов).



Рис. 2. Факторы внешней бизнес-среды, влияющие на уровень безопасности субъектов средних и малых форм хозяйствования — представителей диаспор юга Западной Сибири

Иная ситуация сложилась во внутренней бизнес-среде субъектов средних и малых форм хозяйствования — выходцев из диаспор региона. Среди факторов внутренней бизнес-среды, влияющих на уровень безопасности диаспорального бизнеса, респонденты отметили: финансовое «здоровье» бизнес-структуры (20,5 %); текучесть кадров (10,9 %); физический и моральный износ основного капитала (10,4 %); качество наемной рабочей силы, которое во многом отражает профессионально-квалификационный состав (9,7 %); наличие и степень родственных связей внутри бизнес-ячейки (9,1 %); психологический климат в коллективе (8,6 %); уровень трудовой и исполнительской дисциплины (8,3 %); наличие кадрового резерва (8,0 %); состояние организации производства и нормирование труда (7,5 %); формы социального партнерства в бизнес-структуре (организация профкома, месткома и прочих форм социальной взаимопомощи) (7,0 %). Легко увидеть, что среди общего числа внутренних факторов, влияющих на безопасность функционирования диаспоральных бизнес-структур, значимость социально ориентированных факторов относительно невелика (35,6 % респондентов).



Рис. 3. Факторы внутренней бизнес-среды, влияющие на уровень безопасности субъектов средних и малых форм хозяйствования — представителей диаспор юга Западной Сибири

По результатам проведенного социологического исследования, кроме вышеназванных мотивов и факторов внешней и внутренней предпринимательской среды, были определены прямые и косвенные социальные эффекты обеспечения безопасности диаспорального

бизнеса региона. При этом стоит отметить, что если отечественные и зарубежные ученые в своих трудах уделяют много внимания определению экономических эффектов повышения уровня безопасности субъектов средних и малых форм хозяйствования, то этого нельзя сказать о социальных эффектах обеспечения их безопасности. Вместе с тем, по нашему мнению, последствия социальных эффектов являются не только трудно определяемыми, но и более масштабными и продолжительными.

Мы предлагаем разделить социальные эффекты обеспечения безопасности диаспорального бизнеса юга Западной Сибири на прямые и косвенные. По результатам социодиагностики данных бизнес-структур «второго эшелона» и представителей местных органов власти, прямые социальные эффекты нашли свое выражение (согласно проценту опрошенных) в росте занятости и самозанятости населения (30,5 %), снижении уровня институциональной, структурной и скрытой безработицы (24,4 %), активизации существующих и появлении инновационных форм социального партнерства на средних и малых предприятиях (17,1 %), ускорении вяло протекавших в предшествующие 5 лет процессов развития институтов благотворительности, меценатства и спонсорства со стороны предпринимателей-выходцев из диаспор юга Западной Сибири (10,7 %), улучшении социального самочувствия в регионе (5,2 %) и др. (2,1 %).

Не менее значимы, на наш взгляд, и косвенные социальные эффекты обеспечения безопасности диаспорального бизнеса (согласно проценту опрошенных субъектов предпринимательства «второго эшелона» и представителей местных органов власти) — совместная с государством борьба с бедностью (29,0 %); формирование в регионе как традиционного (коммерция, интрапренерство, лизинг, франчайзинг и т. п.), так и «нового» среднего класса (компьютерные технологии, нанотехнологии, электронный, рекламный и игровой бизнес, консалтинг, венчурный капитал и т. д.) (25,8 %); снижение уровня социального иждивенчества (23,3 %); повышение уровня жизни старших возрастных групп населения региона (пенсионеров), их «привязка» к отечественным средним и малым бизнес-структурам как постоянных потребителей товаров и услуг (18,7 %) и другое (3,2 %).

Подводя некоторые итоги, можно констатировать, что если проявления прямых социальных эффектов обеспечения безопасности диаспорального бизнеса можно наблюдать уже в краткосрочном периоде (как правило, в течение финансового года), то последствия косвенных социальных эффектов дают о себе знать чаще всего в долговременной перспективе (от трех до пяти лет и даже более). Это актуализирует их значимость для развития регионального пространства, но одновременно и затрудняет процесс социального прогнозирования.

Список литературы

1. Bernal M. E., Knight G. P. *Ethnic identity: Formation a. transmission among Hispanies a. other minorities*. Albany, 1993.
2. Okamura I. V. *Situational ethnicity*//*Ethnic and Racial Studies*, 1981, V. 4. № 4.
3. Симонов С. Г., Хаматханова М. А. Формирование диаспор и диаспоральной культуры в Тюменской области: социологический анализ // Омский научный вестник. — 2011. — № 4. — С. 37–40.
4. Кохен Р. *Глобальные диаспоры*. — Лондон, 1997.
5. Симонов С. Г., Хаматханова М. А. *Диаспоральная культура: теория и практика*. — Тюмень: Печатник. — 2007. — 184 с.
6. Фролов Н. К. *Взаимосвязи этнических культур в зеркале социо- и этнолингвистики* // *Национальные культуры региона*. Вып.2. — Тюмень: ТГУ. — 2003. — С. 6–8.
7. Hobsbawn E. *Nation und Nationalism: Mythos und Realitaet seit 1780*. — Frankfurt: Campus Verlag, 1989. — 240 p.
8. Махмудова М. М. *Миграционные процессы в Тюменской области: анализ современных тенденций*. // *Вопросы управления*. — 2015. — № 1. — С. 131–136.
9. Симонов С. Г., Кирина И. Л., Кайдаров М. К. *Перспективы развития рынка труда юга Тюменской области* // *Социум и власть*. — 2012. — № 3. — С. 72–75.
10. *Problems of the formation and development of diaspora business in the regions of Western Siberia* / S. G. Simonov, M. A. Khamatkhanova, I. V. Lysenko // *International Journal of Economics and Financial Issues*. 2015. — № 5 (Special Issue). — P. 287–291.
11. Бекряшев А. К., Лысенко И. В., Васильченко С. И. *Оценка дестабилизирующего влияния криминальной экономики на деятельность участников потребительского рынка в перестроечный период в России* // *Проблемы и перспективы развития регионального потребительского рынка*. — Тюмень: ТОГИРРО. — 2014. — С. 128–132.
12. Simonov S. G., Khamathanova M. A., Peshkova N. N. *Development of social entrepreneur ship on a given territory*. *Life Science journal* 2014. — 11 (7S). — P. 314–317. — URL: <http://www.Lifesciencesite.com>.66.
13. L. Wiese, *Soziologie. Geschichte und Hauptprobleme*, 8 Aufl., B., 1967.
14. L. Wiese, *Wandel und Beständigkeit im sozialen Leben*, B., 1964.

УРОВЕНЬ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

А. Д. Иванова, студентка

А. М. Ильющенко, студент

*Научный руководитель О. Г. Севостьянова, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассматриваются социально-экономические проблемы в сфере занятости населения Кыргызстана.

Ключевые слова: занятость населения, безработица, рынок труда.

Проблемы занятости населения и рынка труда Кыргызской Республики в последние годы стали особенно актуальны. Переход к рыночной системе хозяйствования обусловил возникновение изменений в сфере социально-трудовых отношений и обострение проблем занятости. Занятость населения страны определяет уровень её экономического развития, т. е. чем выше численность занятых, тем выше уровень экономического развития и благополучия республики.

Задачи исследования:

- 1) раскрыть социально-экономическую сущность занятости населения;
- 2) определить факторы занятости населения в современных условиях развития экономики;
- 3) проанализировать роль занятости населения в экономике современного Кыргызстана.

Проблема занятости населения является проблемой вовлечения людей в трудовую деятельность и создания достаточного числа рабочих мест. Изучением занятости активно занимаются ученые Кыргызской Республики. Среди них можно назвать такие имена как В. И. Гусева, Ж. Т. Иманалиева, Л. С. Крыжанова, О. Орозалиева [6–9].

Уровень занятости населения формируется под влиянием множества факторов. Для того чтобы более полно провести анализ проблем занятости, необходимо точно определить, кого следует

относить к категории занятых. Согласно закону Кыргызской Республики о содействии занятости населения, к «занятым гражданам, а также к гражданам страны, чья деятельность приравнивается к занятости», относятся:

- работающие по трудовому договору за определенную заработную плату на условиях полного или неполного рабочего времени, а также имеющие оплачиваемую работу, подтвержденную соответствующим договором, но временно незанятые в связи с болезнью, отпуском, временной приостановкой производства;

- занимающие муниципальную либо государственную должность в муниципальном, государственном органе и осуществляющие на постоянной основе за денежное вознаграждение профессиональную деятельность;

- обеспечивающие сами себя работой, в т. ч. и предприниматели среднего и малого бизнеса, граждане, занятые предпринимательской деятельностью, не имеющие юридического образования;

- занятые домашним хозяйством в сфере выполнения работ и услуг, в т. ч. и переработка продуктов;

- выполняющие работы в соответствии с договорами гражданско-правового характера;

- проходящие службу в органах внутренних дел, а также проходящие военную службу;

- учащиеся очного курса обучения в общеобразовательных организациях, высших учебных заведениях, организациях начального профессионального образования и т. д.;

- занятые в организациях некоммерческого плана, деятельность которых не нарушает законодательство Кыргызской Республики.

Факторы занятости можно объединить в группы: социальные, демографические, общемировые и экономические.

Демографические факторы напрямую связаны с воспроизводством населения. К таким относятся смертность, рождаемость, возрастная структура населения и миграция.

Экономические факторы занятости населения характеризуют развитие и размещение производственных сил. В число данных факторов входят: размещение производственных сил, отраслевая структура народного хозяйства и т. д.

Социальные факторы пересекаются с условиями для трудовой деятельности населения. К ним относятся национальные традиции, уровень образования, уровень здравоохранения, уровень развития сферы обслуживания и др.

Общемировые факторы связаны с производством материальных благ. В их состав входят: характер объединения средств производства и рабочей силы, форма собственности на средства производства и др.

Проблема занятости населения сегодня является одной из самых важных для республики. Государство разрабатывает различные программы социальных и экономических реформ, в которых акцентируется внимание на совершенствовании рыночных механизмов регулирования занятости населения. К данным программам можно отнести:

1. Программу по развитию занятых и увеличению рабочих мест.
2. Программу, направленную на обучение и подготовку рабочей силы.
3. Программу по осуществлению найма рабочей силы.

Численность занятого населения, согласно данным статкома Кыргызской Республики, представлена в табл.

Численность занятого населения за 2012–2017 гг., тыс. чел. [5]

Отрасль	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Транспортная деятельность	137,6	142,2	145,8	162,1	168,3	189,9
Деятельность ресторанов и гостиниц	84,3	79,8	85,4	99,8	109,2	115,6
Информация и связь	26,9	25,7	26,6	30,9	30,0	27,6
Здравоохранение	84,1	80,2	80,1	81,8	83,9	92
Операции с недвижимым имуществом	5,6	7,5	10	9,5	7,9	8,9
Научная и техническая деятельность	18,7	16,2	16,7	15,2	15,5	19,9
Административная деятельность	19,5	16,8	18,8	12,5	13,2	21,6
Государственное управление	109,3	95,8	94,8	95,3	100,5	94,3
Образование	180,4	174,9	177,2	193,1	206,7	206,3
Искусство	18,9	14,7	14,7	15,6	16,0	14,6
Сельскохозяйственная деятельность	8,7	20,3	19	20,2	16,2	10,9
Промышленность и торговля	70,1	70,3	72,0	71,5	72,3	72,4

На сегодняшний день экономика страны не создает необходимого количества рабочих мест, хотя статистические данные говорят

об обратном. Рынок труда можно назвать трудоизбыточным. Официальный уровень безработицы на 2018 г. в стране составил 2,4 %. Безработные, которые стояли на учете — 83,5 тыс. человек. Официально зарегистрированная численность безработных граждан составила 61,8 тыс. человек. На одно место по вакансии в среднем претендует 12 человек, наблюдается недостаточное количество квалифицированных специалистов технических специальностей. Следует отметить, что большая часть трудоспособного населения находится в трудовой миграции. Опираясь на данные национального статистического комитета, можно утверждать, что в качестве трудовых мигрантов за рубежом находится примерно 710 тыс. граждан Кыргызстана.

Анализ данных, которые получены в результате исследования, говорит о том, что безработными в стране являются представители самых разных специальностей.

Несомненно, исследования данного типа не являются панацеей в решении такого трудного вопроса, как безработица, однако эта работа окажет помощь в развитии дальнейших исследований.

Выводы

1. Повышение уровня занятости населения представляет собой хорошую возможность улучшить благосостояние Кыргызской Республики, а также обеспечить снятие социальной напряженности.

2. При разработке Национальной программы занятости населения следует выделить демографические, экономические, социальные и общемировые факторы. Проведенный анализ дает точное представление о ситуации на рынке труда — как национальном, так и в региональных секторах.

3. Экономическое развитие Кыргызстана напрямую связано с улучшением жизненного уровня населения. Всестороннему развитию личности поможет создание экономических и правовых условий для достойного труда, что несомненно положительно скажется во всех сферах человеческой деятельности.

Список литературы

1. О содействии занятости населения: закон Кыргызской Республики от 3 августа 2015 г. № 214.
2. Программа содействия занятости населения и регулирования внутренней и внешней трудовой миграции до 2020 года (в редакции постановления Правительства КР от 28 ноября 2014 г.а № 685).
3. Программа социальной защиты населения Кыргызской Республики на 2016–2017 годы (в редакции постановления Правительства КР от 14 октября 2016 г. № 552).
4. Боровик В. С. Занятость населения: учеб. пособие для вузов / В. С. Боровик, Е. Е. Ермакова, В. А. Похвощев. — Ростов-н/Д: Феникс, 2008. — 320 с. — (Учебные пособия).
5. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.stat.kg/ru/> (дата обращения: 05.02.2019).
6. Гусева В. И. Рынок труда в системе экономических отношений (на материалах Кыргызской Республики): дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: 08.00.01: Бишкек, 2000.
7. Иманалиева Ж. Т. Трудовые ресурсы в системе производственных отношений экономики переходного периода (на материалах Кыргызской Республики): дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: 08.00.01: Бишкек, 2003. — 141 с.
8. Крыжанова Л. С. Женская занятость в Кыргызской Республике (закономерности и особенности в переходной период): дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук: 08.00.01: Бишкек, 2002. —166 с.
9. Орозалиева А. С. Женщины на рынке труда Кыргызской Республики // Реформа. — 2012. — № 54. — С. 96–100.

УДК 336.719

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА БАНКОВСКОГО СЕКТОРА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Н. В. Колоскова, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлен авторский подход к анализу финансового результата банковского сектора, рассмотрена его структура. Исходя из факторов, влияющих на структуру и размер финансового результата коммерческого банка, предложены меры по совершенствованию процесса и методики анализа и планирования финансовых результатов банка. Основной

акцент сделан на учёте рисков и планировании резервов на возможные потери, в т. ч. предложено в целях совершенствования планирования финансового результата составлять карту доходности вложений банка на разных сегментах финансового рынка того географического региона, где действует кредитная организация.

Ключевые слова: финансовый результат, банковский сектор, процентные доходы, банковская маржа, резервы на возможные потери, кластеризация банковского сектора.

Актуальность заявленной темы обусловлена происходящими изменениями в банковском секторе Российской Федерации, которые отражаются на показателях финансового результата. Так, с 1 февраля 2019 года Банк России ввёл существенные изменения в План счетов бухгалтерского учёта, действующий в кредитных организациях. Изменения коснулись прежде всего учёта создаваемых резервов по плохим долгам. Это произошло в т. ч. под влиянием введения нового пакета документов Базельского комитета по банковскому надзору, называемого Базель III, суть которого — в ужесточении требований к банковским рискам и в совершенствовании методологии учёта рискованных активов и их допустимых пределов. В банковских стратегиях стал широко применяться термин «аппетит к риску», который означает максимально допустимый предел рискованных операций по отношению к общему обороту капитала за период.

В связи с данными новшествами Банк России изучил международный опыт внедрения в банковскую практику положений Базеля III и ввёл с 2018 г. обязанность коммерческих банков рассчитывать антициклическую надбавку к уровню достаточности собственного капитала. Её необходимость вытекает из неготовности банков покрывать собственными средствами возникающие в периоды экономических кризисов убытки. Проводится усиленный контроль Банком России за формированием кредитными организациями резервов под рискованные активы.

Кроме отмеченных учётно-аналитических изменений, в банковском секторе России за период 2016–2018 гг. произошли кардинальные институциональные изменения. Первое: изменен порядок лицензирования кредитных организаций — с 2018 года банку может быть выдано 2 вида лицензии: базовая (банки с собственным капиталом меньше 1 млрд руб.) и универсальная (капитал — больше 1 млрд руб.). И второе: продолжился процесс «зачистки» банковского сектора. Так, за период с 1 января 2014 г. по 1 января 2019 г.

произошло сокращение количества действующих кредитных организаций с 923 до 484 (в том числе 440 коммерческих банков), т. е. количество уменьшилось практически в 2 раза. Этот процесс продолжается и сегодня. 26 банков проходят процедуру санации, в их числе такие крупные банки, как ФК «Открытие», «Промсвязьбанк», «Траст», «УралСиб». Основные причины отзыва лицензий и прекращения деятельности банков — банкротство банков, вовлечение их в нелегальный денежный оборот, нарушение правил отчётности, в т. ч. по рискам и по формированию резервов.

Также впервые в 2018 г. Банк России применил кластеризацию банковского сектора по типу бизнес-модели банка. Выделяют две крупные группы: банки с универсальной моделью бизнеса (под их контролем находится около 60 % совокупных активов) и банки с розничной моделью бизнеса (около 35 % активов). Кроме этого, есть кэптивные банки (частные, узко специализированные), занимающие примерно 5 % рынка банковских услуг. Ранее применялась кластеризация по критерию контроля над капиталом банка:

- банки, контролируемые государством (около 55 % активов);
- банки, контролируемые нерезидентами (около 18 % активов);
- крупные частные банки (из числа самых крупных 200 банков страны, помимо тех, что включены в другие группы) (на их долю приходится около 15 % активов),
- региональные средние и малые банки (с долей рынка около 7 % активов);
- средние и малые банки Московского региона (около 5 % активов) [2].

С 2016 года Банк России ежегодно определяет список системно значимых банков, куда входят 10–12 крупнейших банков, оказывающих доминирующее влияние на финансовый рынок. Системно значимые банки имеют приоритетное право на получение финансовой поддержки от Банка России, а также могут рассчитывать на помощь от созданного в 2017 г. Фонда консолидации банковского сектора.

За рассматриваемый период времени, кроме указанных крупных изменений, произошло существенное обновление нормативной базы деятельности кредитных организаций — положений, указаний,

Инструкций Банка России, были введены изменения и дополнения в закон «О банках и банковской деятельности», закон «О Центральном банке РФ». Банк России, в связи с негативной внешнеэкономической и внешнеполитической ситуацией, усилил контроль за участием банков и их клиентов в отмыывании преступных доходов и финансировании терроризма, ввёл обязанность коммерческих банков развивать систему риск-менеджмента и комплаенс-контроля (в связи с распространением коррупционных схем и вывода капиталов за рубеж), отчитываться по этим вопросам, повысить прозрачность бизнеса и персональную ответственность за результаты деятельности банка членов Совета директоров банков.

Всё сказанное свидетельствует о значительных изменениях в деятельности коммерческих банков, направленных на усиление их социальной ответственности, повышение профессионализма и открытости. Чтобы осознать масштабность и противоречивость процессов формирования конечных финансовых результатов банковского сектора, необходимо рассмотреть банк, как минимум, с двух сторон.

С одной стороны, банк, как отдельная самостоятельная бизнес-единица, действует в интересах своих учредителей и собственников, всегда стремится к максимальной чистой прибыли. Для этого руководство банка должно тщательно изучать рыночную конъюнктуру и макроэкономическую обстановку, повышать конкурентоспособность банка, иметь достаточно гибкую структуру активов, чтобы быть способным к маневрированию вложений на сегментах финансового рынка. С другой стороны, коммерческий банк является структурным элементом банковского сектора, за устойчивость и поступательное развитие которого отвечает Центральный банк. Следовательно, коммерческий банк имеет соответствующий статус, относясь к определённом кластеру банковского сектора, что означает применение к нему определённых норм финансового и законодательного регулирования.

Традиционно считалось, что коммерческий банк получит максимальную прибыль, если он будет лучше выглядеть на рынке, чем его конкуренты. Т.е. предполагалось, что если тщательно рассчитать ценовой диапазон (коридор процентных ставок) по набору банковских

продуктов и потратить достаточные средства на рекламу, то будет получен высокий финансовый результат. При таком подходе совершенно не учитываются риски, что приводит к случайному характеру полученных финансовых результатов. Таким образом, прибыль банка выступает результатом случайного стечения обстоятельств. Но это не устраивает собственников банка, т. к. они вложили свой капитал ради получения стабильно возрастающей прибыли и могут рассматривать альтернативные варианты размещения капитала.

Отсюда следует вывод: финансовый результат нельзя выпускать из-под контроля, его необходимо планировать, применяя научный аппарат и проверяя результаты на достоверность и выполнимость. Для этого надо тщательно изучить структуру финансового результата и факторы, её определяющие.

Таким образом, без систематического анализа результатов финансовой деятельности банков и выявления факторов, влияющих на результаты деятельности, невозможно повысить прибыль и рентабельность, а значит реализовать цели учредителей и собственников коммерческого банка. Анализ результативности банковской деятельности имеет свою специфику, т. к. коммерческий банк работает в рамках ограничений (обязательных нормативов), установленных Центральным банком. Банк России осуществляет на регулярной основе банковский надзор, в ходе которого особенно тщательно проверяются показатели рисков, достаточности собственного капитала и ликвидности. Поэтому анализ финансовой деятельности коммерческого банка производится одновременно с анализом ликвидности баланса банка и оценкой размера принятых рисков, в результате делаются выводы относительно надежности банка в целом [1].

По данным Центрального банка РФ, в банковском секторе преобладают прибыльные банки, их в 2019 г. (по итогам января — февраля) 79 % от общего числа, а убыточных банков — 21 %. Большое влияние на совокупный финансовый результат оказали saniруемые банки, получившие за 2017 г. чистый убыток на сумму 1,6 трлн руб. Так, банк «Открытие» в 2017 г. получил чистый убыток по МСФО за 2017 г. в 426,8 млрд руб. Банк «Траст» из группы «Открытие» получил убыток 146,6 млрд руб., «Промсвязьбанк» — 405,6 млрд руб., «Бинбанк» — 8,85 млрд руб., а его

«Рост банк» — 605,7 млрд руб. [2]. В итоге прибыль банковского сектора за 2017 г. составила 790 млрд руб. (в 2016 г. была получена прибыль в размере 930 млрд руб.), т. е. произошёл её спад на 15 %. А в 2018 г. наблюдался значительный рост — скачок финансового результата: сальдированная прибыль банковского сектора составила 1,34 трлн руб., превысив результат 2017 года на 71,3 %.

Здесь сыграли определённую роль три крупных фактора:

1) отсутствие больших убытков, полученных в предыдущие годы санируемыми банками, находящимися под управлением ФКБС;

2) снижение расходов банков на формирование резервов на возможные потери, что обусловлено коррекцией рисков активов и повышением качества кредитных портфелей в 2016–2017 гг.;

3) восстановление роста экономики страны и обусловленное повышенным спросом населения увеличение объёмов кредитования и инвестирования банками.

Несмотря на устойчивую тенденцию снижения процентных ставок по кредитам за последние 4 года (что вызвано снижением уровня инфляции после кризиса 2014 г.), процентный спрэд (разрыв процентного выражения стоимости доходных активов и платных пассивов) не снижается, но даже растёт. Это оказывает компенсирующее влияние на факторы, снижающие финансовый результат от кредитно-депозитных операций. При этом банковская маржа имеет тенденцию к медленному росту: по итогам 2015 г. она составила 3,4 %, а по итогам 2018 г. — 4,1 %, что свидетельствует о том, что экономика восстанавливается, банки не боятся потерять клиентуру и наращивают финансовые результаты.

Кредиты, выданные банками нефинансовым организациям, выросли за 2018 год на 5,8 %, что больше их прироста за 2017 год (+3,7 %). При этом качество кредитов улучшилось, доля просроченной задолженности сократилась.

Положительная динамика выданных необеспеченных потребительских ссуд в 2018 г. (+22,8 %) позволяет говорить о том, что восстановительный рост этого сегмента кредитования, наблюдавшийся в 2017 г., сменился более активным наращиванием банковских портфелей. В 2018 г. темпы роста потребительского

кредитования превысили уровень 2014 г., однако они все ещё существенно ниже значений докризисных 2012–2013 гг. [3].

Основными факторами формирования прибыли банковского сектора в 2017–2018 гг. явились: чистый процентный доход (его вклад в структуру финансового результата составил в 2017 г. — 67 %, в 2018 г. — 64 %), чистый комиссионный доход (2017 г. — 24 %, 2018 г. — 23 %), чистый доход от операций с ценными бумагами (2017 г. — 5 %, 2018 г. — 6 %), чистый доход от операций с иностранной валютой (2017 г. — 3 %, 2018 г. — 2 %). Как и ранее, заметное негативное влияние оказали увеличенные объемы формируемых банками резервов на возможные потери, особенно банками, проходящими процедуру финансового оздоровления. Таким образом, рассмотрев главные источники увеличения прибыли российских банков, можно заключить, что после стресса 2014–2015 гг. банковский сектор приходит в нормальное состояние. Об этом свидетельствует и то, что коммерческие банки стали больше тратить средств на свои нужды и стали меньше экономить на расходах.

Основной вклад в финансовый результат банковского сектора за 2017 г. внесли банки, контролируемые государством (1,0 трлн руб.), частные банки с капиталом более 1 млрд руб. (197 млрд руб.), а также банки, контролируемые нерезидентами (151 млрд руб.). Банки, проходящие процедуру финансового оздоровления, получили за 2017 г. значительные убытки (596 млрд руб.), главным образом обусловленные существенным доформированием резервов на возможные потери [2].

Если рассмотреть экономическую эффективность вложений капитала в банковскую отрасль, то выяснится крайне низкий её уровень. Так, за 2018 год рентабельность активов в целом по действующим банкам (ROA) выросла с 1,0 до 1,6 %, а капитала (ROE) — с 8,1 до 13,4 %. Эти данные подтверждают вывод о том, что банки лишь отражают общее состояние экономики, и при стагнации и рецессии не способны показывать высокие результаты. К тому же стоит отметить, что инфляционная составляющая прибыльности банковского бизнеса нивелирована денежно-кредитной политикой Банка России, установившего цель по инфляции в 4 % на ближайшие годы.

Проведённое исследование позволяет сформулировать несколько рекомендаций по анализу структуры финансового результата с целью её оптимизации.

Следует учитывать при анализе и планировании финансового результата коммерческого банка действие и изменение:

1) макроэкономических факторов (прогнозирование, использование моделей и долгосрочных трендов показателей доходности основных финансовых активов);

2) мезо-факторов (на региональном уровне и на конкретных сегментах финансового рынка);

3) микроэкономических факторов (учёт возможностей конкретного банка).

Учитывая существенное влияние на структуру финансового результата банков принимаемых ими рисков, особенно кредитного и рыночного, необходимо активно использовать методы исследования и планирования по аналогии с управлением рисками (гэп-анализ, модель VaR, карта доходности / карта рентабельности банковских операций, прогноз качества портфелей банка и величины резервов на возможные потери). Также большую пользу принесёт построение эконометрических моделей, поскольку с их помощью можно перераспределять активы банка по наиболее перспективным сегментам финансового рынка, просчитывая и оценивая риски обесценения активов.

Указанные методы аналитических процедур повысят комплексность исследования, улучшат качество принимаемых решений по направлению банковских активов и по финансовым результатам коммерческого банка. Необходимость и важность подобного рода совершенствования вызвана растущей динамикой финансового рынка, его изменениями, волатильностью не только ценовых и других параметров финансовых активов, но и самих финансовых результатов. Как показывает опыт последних лет, даже самые крупные банки допускают ошибки в финансовом менеджменте, получают убытки и лишаются права ведения банковского дела. Необходимо разрабатывать и совершенствовать стратегию коммерческого банка в области управления финансовым результатом. А для этого требуется тщательный отбор аналитического инструментария и

проведение анализа структуры финансового результата и главных факторов его формирования.

Список литературы

1. Магазов И. Р. Оценка взаимосвязи прибыли, рентабельности и ликвидности коммерческого банка на примере ПАО «Сбербанк» / И. Р. Магазов // Вестник науки и образования. — 2018. — № 3 (39). — С. 41–44.
2. Отчёт о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2017 году [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.cbr.ru/publ/archive/> (дата обращения: 01.03.2019).
3. О развитии банковского сектора Российской Федерации в 2018 году и в январе-феврале 2019 года: Информационно-аналитический материал Банка России. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.cbr.ru/publ/archive/> (дата обращения: 01.03.2019).

УДК 339

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА ПО РАСХОДАМ ВЕДУЩИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДЕРЖАВ

А. Г. Комиссаров, студент

*Научный руководитель О. Г. Севостьянова, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

Цель исследования — анализ структуры и динамики валового внутреннего продукта по расходам ведущих экономических держав: Германии, Китая и США.

Ключевые слова: макроэкономический показатель, валовой внутренний продукт, Германия, Китай, США.

Ключевой макроэкономической характеристикой каждого государства выступает валовой внутренний продукт (ВВП), который измеряет стоимость конечной продукции, произведенной резидентами данной страны за определенный период времени [1].

Конечными товарами и услугами являются те, которые нацелены на конечное потребление, накопление и экспорт. Впервые понятие «валовой внутренний продукт» предложено в 1934 г. Саймоном

Кузнецом. Его исследования по расчёту объёма национального производства начались в 30-е гг. XX в. в Департаменте Коммерции США.

Валовой внутренний продукт измеряется тремя способами:

- по расходам (по конечному использованию);
- по доходам (по распределительному способу);
- по добавленной стоимости [2].

При расчете ВВП по расходам суммируются расходы всех экономических субъектов (домашних хозяйств, фирм, государства, иностранного сектора):

$$\text{ВВП} = C + I + G + NE,$$

где C — потребление (расходы); I — валовые частные внутренние инвестиции; G — государственные закупки товаров и услуг; NE — чистый экспорт.

Рассмотрим динамику объемов валового внутреннего продукта по таким странам как: Германия, Китай, США. Данные взяты с сайта knoema.ru (рис. 1) [5].

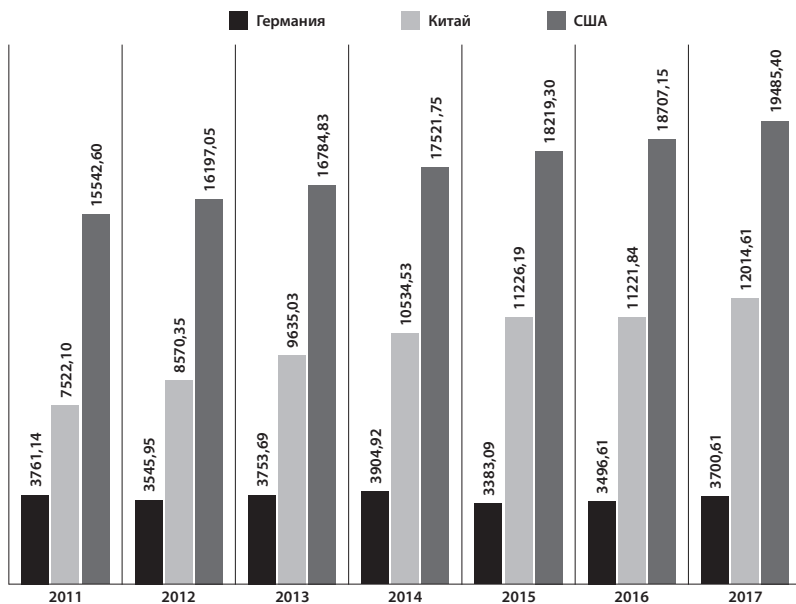


Рис. 1. Сравнительная динамика ВВП Германии, Китая, США, млрд долл.

Сравнительный анализ показал, что по общему объему валового внутреннего продукта учёт США (19 485,40 млрд долл. в 2017 г.), на втором месте — Китай (12 014,61 млрд. долл.), на третьем — Германия (3 700,61 млрд долл.) Таким образом, объем ВВП США за 2017 г. превышает аналогичный показатель Китая в 1,6 раза. В свою очередь объем ВВП Китая в 3,2 раза больше, чем в Германии (рис. 2).

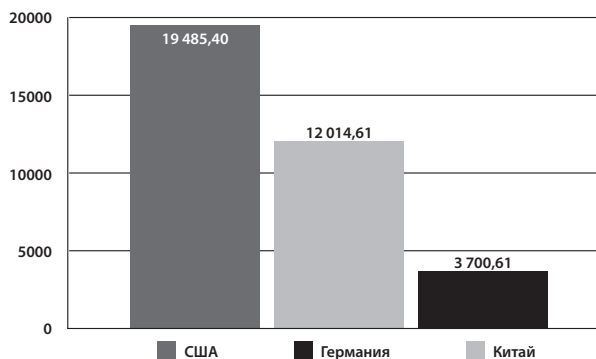


Рис. 2. Объем валового внутреннего продукта за 2017 год, млрд долл.

Далее проведем анализ показателей валового внутреннего продукта по расходам ведущих экономических держав, таких как США, Германия, Китай (табл.1, 2, 3)

Таблица 1

Структура ВВП США по расходам в 1970–2016 гг., %

Показатель	Годы					
	1970	1980	1990	2000	2010	2016
Потребительские расходы	60,2	61,3	64,0	66,0	68,2	68,8
Государственные расходы	18,1	15,9	15,9	14,0	16,9	14,3
Частные инвестиции	21,4	23,3	21,5	23,6	18,4	19,7
Чистый экспорт	0,4	-0,5	-1,3	-3,7	-3,4	-2,8

Как видно из табл. 1, удельный вес потребительских расходов в США увеличивался с каждым годом. В 1980 г. по сравнению с 1970 г. произошёл рост показателя на 1,1 п. п. В 2000 г. по сравнению с 1990 г. также увеличился удельный вес потребительских расходов (на 2,2 п. п.).

В 2016 г. по сравнению с 2010 г. произошло увеличение потребительских расходов на 0,6 п. п. Доля государственных расходов с 1970 г. по 2000 г. уменьшилась на 4,1 п. п., а в 2010 г. увеличилась на 2,9 п. п. В 2016 г. она снизилась на 2,6 п. п., по сравнению с 2010 г. Частные инвестиции в 1970 г. составляли 21,4 % в ВВП, затем к 1980 г. увеличились на 1,9 п. п., а к 1990 г. на 1,8 п. п., к 2000 г. произошло увеличение на 2,1 п. п., к 2010 г. снизились на 5,2 п. п., а к 2016 г. увеличились на 1,3 п. п. Чистый экспорт на протяжении почти всего анализируемого периода был отрицательным. В 1970 г. он составлял 0,4 %, в 2000 г. по сравнению с 1980 г. уменьшился на 3,2 п. п. С 2000 г. по 2016 г. чистый экспорт увеличился на 0,9 п. п.

Таблица 2

Структура ВВП Германии по расходам в 1970–2016 гг., %

Показатель	Годы					
	1970	1980	1990	2000	2010	2016
Потребительские расходы	55,9	59,2	56,7	57,1	56,1	53,3
Государственные расходы	16,1	20,7	19,0	18,7	19,1	19,6
Частные инвестиции	32,5	27,0	24,7	23,9	19,6	19,2
Чистый экспорт	-1,5	-4,6	-0,2	-0,3	5,2	8,0

В 1970 г. доля потребительских расходов в Германии составляла 55,9 %, к 1980 г. увеличилась на 3,3 п. п. В 2000 г. по сравнению с 1990 г. показатель также увеличился на 0,4 п. п. С 2000 г. по 2016 г. происходило снижение показателя. Доля государственных расходов в 1970 г. составляла 16,1 %, к 1980 г. увеличилась на 4,6 п. п. К 1990 г. показатель снизился на 1,7 п. п., а к 2000 г. снизился ещё на 0,3 п. п. С 2010 г. по 2016 г. произошло увеличение на 0,5 п. п. Доля частных инвестиций с 1970 г. на протяжении всего периода испытывала снижение. В 1980 г. снизилась на 5,5 п. п. по сравнению с 1970 г. К 2000 г. по сравнению с 1990 г., снизилась на 0,8 п. п. Также с 2010 г. по 2016 г. доля частных инвестиций снизилась на 0,4 п. п. Чистый экспорт в 1970 г. составлял -1,5 %, а в 1980 г. снизился ещё на 3,1 п. п. К 2000 г. в сравнении с 1990 г. снизился на 0,1 п. п., к 2010 г. увеличился на 4,9 п. п. А к 2016 г. произошло увеличение на 2,8 п. п.

Таблица 3

Структура ВВП Китая по расходам в 1970–2016 гг., %

Показатель	Годы					
	1970	1980	1990	2000	2010	2016
Потребительские расходы	54,7	51,1	49,5	46,7	35,6	39,3
Государственные расходы	11,3	13,8	13,5	16,6	12,9	14,4
Частные инвестиции	34,6	35,5	34,4	34,3	47,9	44,1
Чистый экспорт	0,1	-0,3	2,7	2,4	3,7	2,2

На протяжении длительного периода времени происходило уменьшение доли потребительских расходов. С 1970 г. по 1980 г. было снижение показателя на 3,6 п. п., с 1990 г. по 2010 г. произошло снижение на 13,9 п. п. А в 2016 г. он вырос на 3,7 п. п. Государственные расходы в 1970 г. составляли 11,3 % ВВП. А к 1980 г. их доля увеличилась на 2,5 п. п. В 2000 г. их доля увеличилась на 3,1 п. п. по сравнению с 1990 г., когда она составляла 13,5 %. С 2010 г. по 2016 г. доля увеличилась на 1,5 п. п. Доля частных инвестиций к 1980 г. увеличилась на 0,9 % по сравнению с 1970 г. С 1990 г. по 2000 г. показатель снизился на 0,1 п. п., а к 2010 г. произошло увеличение на 13,6 п. п., а к 2016 г. снизился на 3,8 п. п. Чистый экспорт в 1970 г. составлял 0,1 %, к 1980 г. снизился на 0,4 п. п. К 1990 г. увеличился на 3,0 п. п., но к 2000 г. снизился на 0,3 п. п. К 2010 г. показатель увеличился на 1,3 п. п. а затем снизился на 1,5 п. п.

Теперь рассмотрим структуру валового внутреннего продукта по расходам ведущих держав за 2016 год и сравним их (рис.2).



Рис. 2. Структура валового внутреннего продукта по расходам ведущих держав в 2016 г.

Сравнивая общую структуру валового внутреннего продукта по расходам, можно с уверенностью отметить, что лидирующее место по потребительским расходам занимает США с долей 68,8 %, после идёт Германия с долей 53,3 %, на последнем месте Китай с долей 39,3 %.

По доле государственных расходов на первом месте располагается Германия (19,6 %), на втором месте Китай с долей 14,4 % и на третьем месте США с долей 14,3 %.

По доле частных инвестиций лидирующую позицию занимает Китай с долей 44,1 %, за ним идёт США с долей 19,7 %, последнее место у Германии с долей 19,2 %.

И по чистому экспорту на первом месте стоит Германия с долей 8 %, на втором Китай с долей 2,2 %, и на третьем США с отрицательным значением $-2,8$ %

Исходя из вышеперечисленного отметим, что расходы потребителей составляют больше всего в США. В то же время активнее всего вкладывают средства в инвестиции в Китае. Среди анализируемых стран расходов доля государственных расходов выше в Германии, а США и Китае находится почти на одном уровне. Чистый экспорт в США составляет отрицательное значение, в отличие от Германии и Китая.

Список литературы

1. Вечканов, Г. С. Макроэкономика / Г. С. Вечканов, Г. Р. Вечканова. — М.: Питер, 2008. — 240 с.
2. Валовый внутренний продукт США, 1970–2016. [Электронный ресурс]. — URL: <http://be5.biz/makroekonomika/gdp/us.html> (дата обращения: 15.02.2019).
3. Валовый внутренний продукт Китая, 1970–2016. [Электронный ресурс]. — URL: <http://be5.biz/makroekonomika/gdp/cn.html> (дата обращения: 17.02.2019).
4. Валовый внутренний продукт Германии, 1970–2016. [Электронный ресурс]. — URL: <http://be5.biz/makroekonomika/gdp/de.html> (дата обращения: 19.02.2019).
5. Мировой Атлас Данных. Мировая и региональная статистика, национальные данные, карты и рейтинги. [Электронный ресурс]. — URL: <https://knoema.ru/atlas> (дата обращения: 26.02.2019).

МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Р. Д. Костяк, студентка

Н. С. Карцева, студентка

Научный руководитель О. Г. Севостьянова, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрены теоретические аспекты изучения малого бизнеса и проблем его развития в России. Была изучена структура малого бизнеса и проанализированы текущие данные о малом бизнесе и проблемах его развития в РФ.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, предпринимательство, малый бизнес, рыночные отношения, государственная поддержка, государство.

Цель данной работы состоит в изучении характеристик малого бизнеса и проблем его развития в России.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

- уточнить сущность понятий «предпринимательство» и «бизнес»;
- изучить структуру малого бизнеса;
- проанализировать текущие данные о малом бизнесе и проблемах его развития в Российской Федерации

Предпринимательство — это деятельность, направленная на постоянное получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, которая осуществляется самостоятельно на свой страх и риск лицом, зарегистрированным в установленном законом порядке, для каждого предпринимателя.

Существуют различия между видами предпринимательства, в зависимости от того, к какому направлению и содержанию предпринимательской деятельности оно относится. Классификация предпринимательства представлена на рис. 1.



Рис. 1. Виды предпринимательства

Бизнес — это инициативная экономическая деятельность, которая осуществляется за счет заемных или собственных средств под свою ответственность и ставит главными целями получение дохода и развитие собственного дела. Эта деятельность может осуществляться только в рамках одной из установленных законом форм хозяйствования.

Малый бизнес является неотъемлемым элементом развитой экономики любой страны. В то время как крупные предприятия активно проводят модернизацию производства и сокращение персонала, малый бизнес предоставляет большое количество рабочих мест. Он сразу же реагирует на изменения во внешней среде. Кроме того, внедрение инновационных технологий часто происходит в малом бизнесе, потому что в малых предприятиях не требуется большого количества оборудования, следовательно, нужно меньше времени и средств на его приобретение.

В настоящее время малое предпринимательство является неотъемлемым элементом рыночной системы хозяйствования, экономики и жизни общества в целом. В России малый бизнес — это главный критерий роста уровня качества жизни. По данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, численность малых предприятий в России составляет 241 142, а их распределение по федеральным округам представлено на рис. 2.

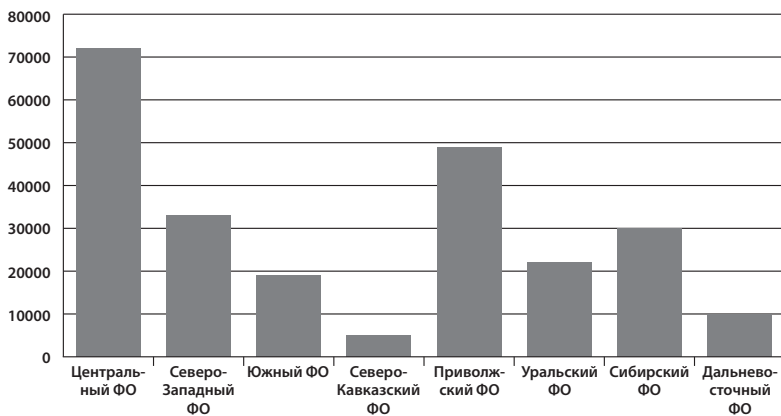


Рис. 2. Численность малых предприятий в РФ по федеральным округам в 2017 г.

По результатам анализа количества малых предприятий в Российской Федерации по округам выявлено, что наибольшее количество приходится на Центральный ФО — 71 632, а наименьшее на Северо-Кавказский ФО — 5577 предприятий.

Структура численности малых предприятий (без микропредприятий) по видам экономической деятельности за 2017 г. представлена на рис. 3.



Рис. 3. Распределение малых предприятий России по видам экономической деятельности в 2017 году (без микропредприятий)

Данные представлены в соответствии с редакцией 2 (ОК 029–2014) Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД2).

В настоящее время в России принято большое количество нормативно-правовых актов, способствующих поддержке малого предпринимательства, но все же остается ряд проблем, которые мешают его развитию. К ним относятся несовершенство банковской системы и трудности в получении кредитов, высокие процентные ставки, и устаревшие производственные помещения, инфляция, и многое другое. Главной проблемой остается высокое налоговое бремя. На сегодняшний день во всем мире наблюдается тенденция к упрощению системы уплаты налогов, в то же время в России налоговая система имеет очень сложную структуру. Бухгалтеры в малых предприятиях часто допускают ошибки при расчете суммы налогов,

в результате этого организации приходится платить пени за неуплату налогов в срок.

Существует возможность разработать программы поддержки малого предпринимательства в рамках федеральных округов, образованных в РФ. Эти программы могут быть эффективны, т. к. будут обеспечивать взаимодействие субъектов РФ в сфере малого бизнеса в масштабах округа. Данное взаимодействие необходимо, поскольку есть существенные различия в социальном и экономическом развитии отдельных регионов и в численности малых предприятий.

В целом в современной России есть все предпосылки для развития малого бизнеса. Путем поддержки малого предпринимательства государство может решить ключевые проблемы: повышение качества жизни населения и увеличение числа граждан, которых можно отнести к среднему классу, снижение уровня безработицы, повышение производительности труда а также обеспечение пополнения бюджета в первую очередь на уровне муниципальных образований, где крупный бизнес, как правило, не зарегистрирован. Малый бизнес является очень перспективным сектором в экономике России и позволяет повысить уровень социальной ответственности предприятий, экономической инициативы и осведомлённости граждан тем, что он в максимальной степени ориентирован на нужды общества.

Список литературы

1. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ (с изменениями от 31 июля 1998 г., 21 марта 2002 г.).
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24.07.2007 года № 209-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
3. Официальный сайт Федерального портала малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. — URL: <http://smb.gov.ru/> (дата обращения: 12.01.2019).
4. Интернет-журнал Вести. Экономика [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.vestifinance.ru/> (дата обращения: 12.01.2019).
5. Быкова Н. Н., Рогозина Л. С. Проблемы развития малого бизнеса в России // Молодой ученый. — 2016. — № 3. — С. 479–483.

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФОРМА ИНВЕСТИЦИЙ В БУДУЩЕЕ

И. Г. Кузнецова, канд. экон. наук

Новосибирский государственный аграрный университет,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматривается роль человеческого капитала как основополагающего фактора, влияющего на повышение конкурентоспособности производства. Автором сделан акцент на наиболее востребованных компетенциях, необходимых для развития цифрового общества. Произведена группировка стран по уровню использования человеческого капитала.

Ключевые слова: человеческий капитал, валовой внутренний продукт, развитые страны, развивающиеся страны, экономический рост, цифровая экономика.

В условиях, сложившихся на сегодняшний день геополитические, демографические и технические тренды создают совершенно новую реальность для развития рынка труда. Потенциальные работники все чаще оказываются в условиях неопределенности, поскольку цифровизация экономики выводит на первый план совершенно новые компетенции, присущие «экономике знаний». По уровню привлекательности рынка труда для потенциальных работников Российская Федерация значительно отстает не только от развитых, но и от многих развивающихся государств, продолжая терять талантливых работников. Во многом это обусловлено тем, что отечественная экономика продолжает носить сырьевой характер, ориентированный на экспорт природных ресурсов.

В данной статье впервые представлена группировка государств по степени использования сформированного человеческого капитала населения, проживающего на территории данных государств, а также сделаны выводы о зависимости уровня использования человеческого потенциала и экономического роста. Исследования роли человеческого капитала в развитии экономических отношений посвящены труды Е. В. Рудого, А. Т. Стадника, С. А. Шелковникова [3; 6; 7].

В современных условиях использование интенсивных факторов производства в агрообразовании, включающее активное использование цифровых технологий, внедрение инноваций, требует

от работников профессиональной адаптивности, умения самостоятельно принимать решения и способности к самообучению. Поскольку работодатели нуждаются в работниках, имеющих помимо теоретического багажа знаний определенный практический опыт, то практико-ориентированное обучение имеет большое значение при профессиональной подготовке будущих специалистов. В первую очередь это связано с тем, что многие выпускники, получившие высшее образование, не всегда могут устроиться на желаемую работу ввиду отсутствия необходимого профессионального опыта. При рассмотрении данного вопроса следует выделить несколько основных направлений в обучении: первое — это проведение студенческих практик, призванных ознакомить студентов с будущей профессиональной средой, и второе — формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций. В сравнении с традиционным образованием применение практико-ориентированного подхода в большей степени позволяет увеличить эффективность образовательного процесса, улучшать качество подготовки будущих специалистов [3].

По мнению исследователей А. В. Борисова и А. А. Парашенко, «система подготовки профессионалов — важнейший профиль в рыночной экономике, который позволяет обеспечить важнейшие слабые конкурентных преимуществ отдельных регионов и страны в целом на мировом рынке и создает основу для процветания экономики России» [1].

Необходимо помнить, что процветание организации зависит от набора компетенций работников. В первую очередь это касается высшего менеджмента организации, в лице ее руководителя. Именно руководитель задает необходимое направление работы организации и контролирует все процессы, происходящие в ней. Необходимо заметить, что в настоящее время происходят качественные изменения в управлении, заключающиеся в увеличении роли психологической составляющей работников. Разумеется, это касается и руководителей, потому как в условиях жесткой рыночной конкуренции победителем, максимизирующим собственную прибыль становится тот, кто обладает актуальными знаниями и активно использует инновации в производственном процессе [4]. Тем не менее, исследования

последних лет указывают на то, что для руководителей огромную роль играют не только профессиональные компетенции, но и личностные качества, которым не обучают в учебных заведениях. Президент правления Сбербанка России Г. О. Греф отмечает: «между странами идет мощнейшая глобальная конкуренция, чего раньше не было, и побеждают те, кто инвестировал в «soft skills», в развитие системообразующих институтов, во все, что связано с человеческим капиталом, в построение инвестиционного климата» [2].

Ряд исследователей в зависимости от уровня квалификации работников разделили занятое население на три категории.

1. Первая категория — работники, обладающие начальным или базовым уровнем квалификации. Данная категория лучше всего справляется с механической однотипной работой (водители, охранники, грузчики и т. д.).

2. Вторая категория — работники со средним уровнем квалификации, выполняющие техническую, рутинную работу, не требующую больших умственных затрат. (администраторы, бухгалтеры, электрики, строители и т. д.).

3. Третья категория — высококвалифицированные работники, выполняющие умственную работу. Данной категории присущи ключевые универсальные компетенции (преподаватели, врачи, инженеры, юристы, руководители и т. д.).

Ниже приведены государства, в которых преобладает первая категория работников (Уганда, Зимбабве и Эфиопия) (рис. 1).

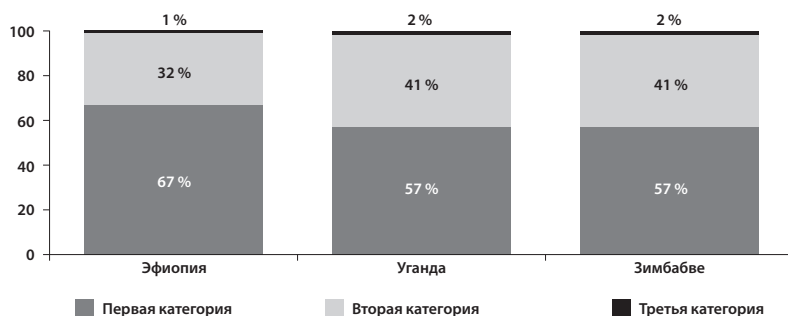


Рис. 1. Группировка государств первой категории

Основными характеристиками данных стран являются:

- наличие молодого и необразованного населения;
- низкий индекс человеческого развития;
- медианный возраст составляет 21 год;
- ВВП на душу населения менее 1707 долларов;
- отсутствие цифровой экономики.

Ко второй категории относятся страны: Малайзия, Саудовская Аравия, Россия, Казахстан, Бразилия (рис. 2).

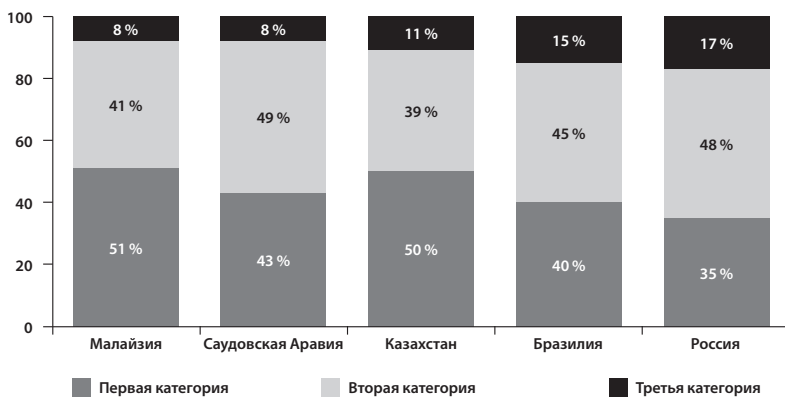


Рис. 2. Группировка государств второй категории

Странам данной категории присущи черты:

- большинство населения старше трудоспособного возраста;
- образованное население;
- медианный возраст составляет 35 лет;
- средний индекс человеческого развития;
- ВВП на душу населения около 29 000 долларов;
- слабое развитие цифровой экономики;
- покрытие интернетом не более 50 %.

К третьей категории работников относятся: Южная Корея, Япония, США, Германия, Сингапур, Великобритания (рис. 3).

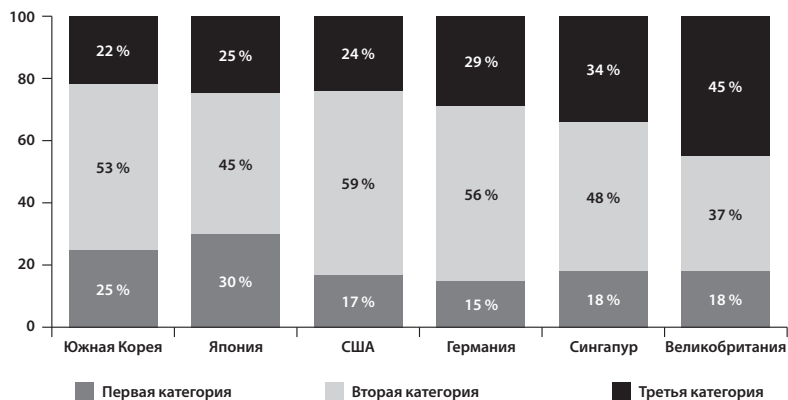


Рис. 3. Группировка государств третьей категории

Характерными особенностями третьей группы являются:

- население старше трудоспособного возраста;
- высокообразованное население;
- медианный возраст — 45 лет;
- высокий индекс человеческого развития;
- ВВП на душу населения более 52 000 долларов;
- развитая цифровая экономика;
- покрытие интернетом более 85 %.

Проведенное авторами исследование показывает, что страны-лидеры, активно трансформирующие свои образовательные системы, концентрируются на формировании не только профессиональных компетенций, но и развитии когнитивных навыков [5].

Список литературы

1. Борисов А. В. Подготовка квалифицированных кадров для предпринимательства: проблемы и их решение на примере Волгоградской области // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. — 2015. — № 4 (08). — С. 17–23.
2. Греф Г. В. Реформы в России нужно свести к развитию качества управления [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/economy/20150528/1066861341.html> (дата обращения: 26.07.2018).

3. Кузнецова И. Г., Шелковников С. А Совершенствование государственной поддержки формирования человеческого капитала в сельском хозяйстве // Вестник НГАУ. — 2018. — № 1. — С. 174–180.
4. Кузнецова И. Г. Роль информационных технологий при формировании человеческого капитала в сельскохозяйственной отрасли региона // Актуальные проблемы агропромышленного комплекса: сборник трудов научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов Новосибирского ГАУ. — 2018. — С. 156–158.
5. Кузнецова И. Г. Человеческий капитал в эпоху цифровой экономики // Молодежь и современные информационные технологии: сборник трудов XVI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (Томск, 3–7 декабря 2018 г.); Томский политехнический университет. — Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2019. — С. 437–439.
6. Рудой Е. В. Развитие отечественного отраслевого образования в аграрной сфере: ретроспектива, современное состояние и ключевые проблемы / Е. В. Рудой // Профессиональное образование в современном мире. — 2017. — Т. 7. № 4. — С. 1388–1400.
7. Стадник А. Т. Совершенствование управления технологическими процессами в сельскохозяйственных организациях / А. Т. Стадник, С. А. Шелковников, Д. М. Матвеев, Н. В. Григорьев, Т. А. Стадник // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. — 2011. — № (81). — С. 123–127.

УДК 346.9

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ КОНТРОЛЬНОЙ И НАДЗОРНОЙ ФУНКЦИЙ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Л. И. Мацкевич, канд. экон. наук, доцент

О. В. Мойсеев, ст. преподаватель

Институт предпринимательской деятельности,
г. Минск, Республика Беларусь

Содержание деятельности государственных контрольно-надзорных органов характеризуется интеграцией функций контроля и надзора. Определенные качественные изменения внешней среды позволяют снизить негативные и усиливать позитивные тенденции, им присущие.

Мировые тенденции свидетельствуют о том, что правительства большинства стран стремятся уменьшить административную нагрузку на субъекты хозяйствования, в т. ч. от контрольной и надзорной деятельности государства. Это позволяет улучшить деловую

среду, способствует дальнейшему решению проблем занятости и развитию экономики этих стран в целом.

В Республике Беларусь также необходимо проводить дальнейшую работу по совершенствованию контрольных и надзорных функций, созданию благоприятных условий для устойчивого развития бизнеса и проведению эффективных рыночных реформ.

Ключевые слова: контрольно-надзорная деятельность, государственные органы, функции, предпринимательская деятельность, предпринимательская среда, бизнес, экономическая устойчивость.

Реформирование контрольной и надзорной деятельности в Республике Беларусь, а следовательно, повышение ее эффективности — это неизбежный процесс, который диктуется постоянными и динамичными изменениями во внешней среде. В настоящее время в стране в основном сформирована нормативно-правовая база дальнейшего развития экономики. Значительный вклад в теоретическое обоснование проблемы внесли российские ученые Е. С. Шестакова, К. В. Маслов, М. А. Лапина [6; 7; 8] и др. Отдельные вопросы контрольно-надзорной деятельности отражены в работах белорусских авторов: Ю. Веремейко, Т. В. Рутковская, А. А. Лисицкая [9; 10] и др. Однако эта тема и сегодня остается актуальной при формировании условий, благоприятствующих развитию бизнеса в стране.

В социально-экономическом развитии Республики Беларусь в последние годы произошли очевидные позитивные изменения в области определения правил ведения бизнеса, направленные на улучшение делового климата и развития предпринимательской инициативы. Основываясь на ретроспективном анализе влияния этой деятельности на развитие бизнеса, авторы полагают, что с учетом принятых документов, определяющих формирование благоприятных условий осуществления хозяйственной деятельности, устранение излишнего вмешательства государственных органов в деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, упразднение необоснованных административных барьеров для развития предпринимательской инициативы, в основном сформирована деловая среда его развития.

Объективности ради, следует отметить, что предопределена необходимость продекларировать меры, направленные на развитие бизнеса в сложившихся экономических обстоятельствах. К сожалению, ВВП Беларуси в 2016 г. сократился на 2,6 % и продолжил

падение в 2017 г. Госсектор, на который приходится около 80 % активов, оказался в сложной ситуации и уже не может поддерживать экономический рост. По данным Национального банка страны, на начало 2017 г. более 82 % просроченной задолженности по кредитам и займам приходилось на государственные предприятия [1]. Ситуация в экономике страны не улучшилась и в 2018 г., о чем свидетельствуют следующие данные. Так, доля организаций реального сектора, имеющих дебиторскую и кредиторскую задолженность, составила 76,6 % и 63,9 % соответственно (прирост с начала года составил 0,8 и 0,9 п.п.). Запасы готовой продукции на складах белорусских промышленных предприятий только за год возросли на 12,8 % и составили 4,4 млрд. руб. Сохраняется сложное финансовое состояние организаций. Индикаторами этого положения являются снижение чистой прибыли и рентабельности. Объем потенциальных рисков, связанных с неустойчивым финансовым положением крупнейших государственных предприятий, оценивается Национальным банком страны на уровне 15 % ВВП. Неустойчивое и сложное финансовое положение предприятий реального сектора, отражающееся на качестве их финансовой и расчетной дисциплины, является причиной высокого потенциала уровня кредитных и фискальных рисков [2].

Снизилась доходность, снизилась платежеспособность населения. Наблюдается тенденция к сокращению численности субъектов малого и среднего бизнеса.

Следует отметить, что на протяжении 10 лет проблемы становления, сохранения и устойчивого развития бизнеса, а также формирования благоприятной среды функционирования периодически активно обсуждались, отмечалась его значимость в развитии экономики страны, на государственном уровне принимались решения по отдельным направлениям. Некоторые условия были сформированы, но в основном они благоприятствовали развитию среднего и крупного бизнеса и почти не учитывали интересы малого предпринимательства. В то же время именно микро- и малые организации сегодня формируют в стране наиболее многочисленный средний класс общества и в значительной степени определяют благосостояние нации.

Безусловно, сегодня делать основной акцент на развитии предпринимательства в сложной экономической ситуации в стране в корне неверно, требуется решение комплекса задач по оздоровлению экономики в целом. Тем не менее, это весьма значимое направление в обеспечении дальнейшего благоприятного экономического развития.

Каждое государство проходит в развитии свой особый путь, который невозможно слепо повторить и растиражировать. Не является исключением и Беларусь. Тем более, что сейчас в нашей стране явно не самое удачное время для проведения радикальных экономических реформ. Как отмечено выше, экономика страны переживает спад и в настоящее время главная проблема — отсутствие финансовой «подушки безопасности». Поэтому велик риск скатиться на обочину затяжных болезненных структурных реформ, причем при отсутствии внешних гарантов. В Польше, например, существенными стимулами реформ стали списание внешних долгов и дотации со стороны ЕС [3].

Контрольная и надзорная деятельность республиканских и местных органов власти в стране и необходимость реформирования государственного регулирования относятся к одной из наиболее активно обсуждаемых тем в обществе, особенно среди представителей бизнеса, контрольно-надзорных органов, профильных служб государственных учреждений и других.

Исследуя проблему контрольно-надзорной деятельности в системе мер, направленных на формирование условий, благоприятствующих развитию бизнеса, можно заключить, что в Республике Беларусь с момента распада советского государства не произошло значительных изменений в структуре, принципах и методологии контрольной и надзорной деятельности. Контрольные и надзорные функции осуществлялись и осуществляются как специально созданными для этого структурами, причем на разных уровнях государственной власти, так и другими государственными органами в рамках своей компетенции.

Анализ практики выстраивания взаимоотношений с органами власти свидетельствует, что преобладающей для малого и среднего бизнеса является позиция «все плохо»: налоги большие,

административные процедуры сложные, денег нет, частые проверки, или «глухой обороны»: держаться подальше, платить меньше.

При этом экономическая устойчивость предпринимательских структур определяется комплексным воздействием факторов внешней и внутренней среды, что формирует их экономическую безопасность. Наиболее оптимальным является состояние, при котором субъекту хозяйствования в данный момент опасность не угрожает, т. е. при котором наблюдается динамическое равновесие хозяйственной деятельности как системы.

Процесс устранения административных препятствий позволит ускорить проведение рыночных реформ в государстве, сформировать среду благоприятную для развития малого предпринимательства. При Комитете государственного контроля предусматривается создание Межведомственного совета по контрольной (надзорной) деятельности, основной задачей которого будет анализ состояния контрольной (надзорной) деятельности в республике.

В конце 2018 г. была разработана и утверждена «Стратегия развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 года „Беларусь — страна успешного предпринимательства“». Государство через указанную Стратегию определило для себя целью формирование динамичного развития сектора малого и среднего предпринимательства, способного существенно улучшить структуру белорусской экономики, повысить ее конкурентоспособность, обеспечить эффективную занятость и рост доходов населения. Правительством страны актуализируются проблемы, связанные с повышением деловой активности субъектов малого и среднего предпринимательства.

Необходима четкая диагностика, заключающаяся в установлении индикаторов и критериев оценки состояния и условий для развития малого и среднего бизнеса, выявлении причинно-следственных связей, учете динамики изменения и их последствий.

Все это — интеллектуальные технологии управленческой деятельности. Это отдельные звенья во всей цепи проблем, которые требуют решения, системность в реализации причин,

сдерживающих развитие деловой инициативы, отсутствует. На наш взгляд, структурные реформы в бизнесе Беларуси находятся на начальной стадии развития. Более того, полагаем, что для активных преобразований упущено время. Как следствие, страна не использовала потенциал преобразований для обеспечения экономического роста.

Скорее наоборот, субъекты хозяйствования имеют постоянный недостаток оборотных средств, снижается возможность расширения и обновления ассортимента выпускаемой продукции, а, следовательно, ее конкурентоспособности и инвестирования средств в развитие производства. В таких условиях законопослушная деятельность становится проблематичной.

Таким образом, сложившаяся ситуация свидетельствует о необходимости изменения подходов к проводимой государством политике в отношении малого бизнеса, совершенствования механизма его государственной поддержки.

Конкретные методы государственного регулирования предпринимательской деятельности в рыночной и переходной экономике универсальны. Однако есть различия в степени интенсивности их применения, а также их сочетания. Их установление определяет уровень экономической безопасности бизнеса.

В предисловии к Национальной платформе бизнеса Беларуси — 2017 «От взаимопонимания к взаимодействию» сказано: природа внешних вызовов и рисков, внутренних дисбалансов и накопленных проблем такова, что перед нами стоит общенациональная задача создания нового при сохранении лучшего, что было создано в стране за последние годы. Безусловно, актуальность развития бизнеса в настоящее время не вызывает сомнения. За прошедший период сформирована законодательная и нормативно-правовая база, которая является необходимой составной частью рыночных преобразований и обеспечивает возможность эффективного осуществления предпринимательской деятельности. Значимое место в реализации этих задач занимает минимизация вмешательства контролеров в хозяйственную деятельность субъектов предпринимательства. Имея в основе упрощенную систему ведения бизнеса в части сосредоточения усилий органов, осуществляющих

контрольно-надзорную деятельность на профилактической работе, сегодня у бизнеса имеется реальная возможность активно реализовывать свои коммерческие интересы. Полагаем, что имеются все основания и необходимость разработки новой концепции дальнейшего развития предпринимательства в стране.

Список литературы

1. Коржевич К. Курс на либерализацию? // Директор. — 2017. — № 3 (213). — С. 21–25.
2. Калечиц Д. Л. Обеспечение финансовой стабильности в 2018 году и задачи на 2019 год: доклад заместителя Председателя Правления Национального банка Республики Беларусь на расширенном заседании Правления // Банкаўскі веснік. — 2019. — № 1 — С. 9–15.
3. Реформы... дороже кризиса? [Электронный ресурс]. — URL: <http://director.by/zhurnal/arkhiv-zhurnala/arkhiv-nomeroV-2017/371-4-214-aprel-2017> (дата обращения: 16.02.2019).
4. Doing Business 2017. Equal Opportunity for All. 14th edition. October 2016 [Электронный ресурс]. — URL: <http://liberty-belarus.info/ekonomika-belarusi/gosudarstvennoe-regulirovanie/item/3700-duim-i-doen-biznes> (дата обращения: 01.03.2019).
5. Исследование всемирного банка: ведение бизнеса в 2017 году [Электронный ресурс] — URL: <http://gtmarket.ru/news/2016/10/26/7312> (дата обращения: 11.02.2019).
6. Шестакова Е. С. Общетеоретическое исследование контрольной (надзорной) деятельности государства // Вопросы управления. — 2014. — №10 — С. 223–232.
7. Маслов К. В. О соотношении понятий контроля и надзора // Правоприменение. — 2018. — Т. 2. — № 1. — С. 85–90.
8. Лапина М. А. Сущность государственного контроля (надзора) и генезис его законодательного определения // Вестник Финансового университета. — 2016. — № 4. — С. 153–157.
9. Веремейко Ю. Изменения в контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь / Ю. Веремейко // Опыт проверок. — 2012. — № 9. — С. 39–45.
10. Рутковская Т. В., Лисицкая А. А. Совершенствование контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь // Международный экономический форум–2013 [Электронный ресурс]. — URL: <http://be5.biz/ekonomika1/r2013/2370.htm> (дата обращения: 20.01.2019).

К ВОПРОСУ О МИГРАЦИИ В РАМКАХ ЕВРАЗИЙСКОГО СОЮЗА

Е. А. Петрушина, канд. юрид. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Евразийский экономический союз является молодым интеграционным образованием, поэтому те миграционные процессы, которые в нем происходят, очень важны для изучения. В данной статье впервые рассматриваются в комплексе причины, условия трудовой миграции на постсоветском пространстве, анализируются достижения и проблемы, связанные с данным явлением в рамках ЕАЭС.

Ключевые слова: трудовые мигранты, ЕАЭС, льготы, права мигрантов, проблемы регулирования.

В данной статье впервые представлена комплексная оценка такого явления, как трудовая миграция в рамках Евразийского экономического союза. Исследование проводилось сразу по нескольким направлениям — правовое, статистическое, изучались проблемные аспекты миграции в ЕАЭС и предлагались возможные пути их решения. Разные вопросы данного явления ранее рассматривались такими учеными как С. Б. Алиев, С. В. Рязанцев, А. А. Тер-Акопов, Е. Е. Письменная, М. Н. Храмцова, Л. Н. Бокова, В. А. Безвербный [3; 5–76].

29 мая 2014 года был подписан Договор о создании Евразийского экономического союза. На сегодняшний день количество государств-членов составляет 5: Россия, Казахстан, Кыргызстан, Армения, Беларусь.

В ст. 1 Договора закреплено, что «...стороны учреждают Евразийский экономический союз (далее — Союз, ЕАЭС), в рамках которого обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики» [1].

ЕАЭС является активно развивающейся формой развития интеграции в рамках бывшего СССР. Многие страны дальнего и ближнего зарубежья проявляют интерес и желание к интеграции с ЕАЭС. В 2015 г. было заключено соглашение о создании зоны свободной торговли ЕАЭС с Вьетнамом, Ираном, Китаем, Кубой. На стадии

переговоров осуществляются контакты по соглашениям о свободной торговле ЕАЭС с такими странами, как Израиль, Сербия, Сингапур, Индия, Таиланд, Египет. Интерес к заключению подобных соглашений высказывали лидеры Пакистана, Зимбабве, Туниса, Сирии, Иордании, Монголии, Албании и пр. Ярким событием может стать договоренность лидеров России и Китая (май 2015 г.) об объединении ЕАЭС и «Нового Шелкового пути». Молдавия имеет статус наблюдателя с 2018 года [2]. Можно сделать вывод, что интерес, проявленный к данному интеграционному объединению, говорит о привлекательности его проектов для других государств.

По всей видимости, испытывают живой интерес к интеграции в ЕАЭС и страны Центральной Азии, в частности Таджикистан. Надо сказать, национальная экономика Таджикистана очень сильно зависит от денежных переводов трудящихся-мигрантов. Более 90 % денежных переводов, поступающих в страну, приходит из России [3].

По информации ЦБ РФ в 2014 году из России в Таджикистан через систему денежных переводов было переведено 3,83 млрд долл. США [4]. Однако эту цифру нельзя считать достоверной, поскольку здесь не учитываются наличные средства и переведенные через неформальные каналы. При условии вступления Таджикистана в ЕАЭС его граждане могли бы получить доступ к единому рынку труда.

Надо сказать, что Россия является государством с самыми высокими показателями численности находящихся на его территории иностранных граждан. После распада СССР международная миграция стала для страны существенным фактором политического, экономического и демографического развития. Можно сказать, что Россия является связующим звеном для миграционных потоков стран ЕАЭС.

В России мигранты из Азии и Кавказа чаще всего трудятся на стройках в Москве и других регионах России. А также убирают придомовые территории, участвуют в строительстве дорог, работают в сфере обслуживания, т. е. занимают те рабочие места, которые у местного населения спросом не пользуются. В течение года можно наблюдать миграцию по видам работы: зимой мигранты работают в торговых центрах, весной и летом уходят в строительство и сельское хозяйство, осенью — на сбор урожая.

Чем же так привлекателен российский рынок труда для мигрантов?

На наш взгляд, здесь имеют место несколько факторов:

1. Выгодное географическое положение Российской Федерации.
2. Наличие на территории РФ ряда регионов, сходных с рядом зарубежных стран по климатическим условиям и культурным традициям.

3. Наконец, очевидная нуждаемость в рабочей силе в ряде отраслей экономики в связи с нехваткой собственной рабочей силы.

Какими же льготами обладают трудовые мигранты из стран ЕАЭС?

— они не покупают патент на работу и им не требуется разрешение на нее;

— на них не распространяется ограничение по доле иностранцев в общей численности работающих в определенных отраслях;

— они и члены их семей могут находиться в РФ в течении всего срока действия трудового или гражданско-правового договора;

— доходы от работы облагаются НДФЛ по ставке 13 % как доходы налоговых резидентов РФ;

— кроме того, для трудящихся ЕАЭС предусмотрено, что в отношении них не будут применяться ограничения, установленные законодательством для защиты национального рынка труда.

Помимо этого, в Договоре о ЕАЭС прямо предусмотрено признание документов об образовании.

Дети трудящихся имеют право на посещение дошкольных учреждений и получение образования. Нормами Договора о ЕАЭС предусмотрена также возможность оказания бесплатной скорой и медицинской помощи независимо от наличия страхового медицинского полиса. И наконец, нужно упомянуть, что в рамках ЕАЭС разрабатывается Договор о пенсионном обеспечении трудящихся государств-членов Евразийского экономического союза. Таким образом, в сфере трудовой миграции снята значительная часть ограничений по допуску на общий рынок труда граждан государств-членов Союза.

Тем не менее, существуют определенные проблемы в данной сфере.

Остаются нерешенными вопросы обеспечения свободного передвижения граждан государств-членов Союза, в частности, их нахождение без регистрации до 90 суток, отмена миграционной карты,

отмена пограничного контроля, своевременным бы было выделение пунктов паспортного контроля для граждан государств Союза в целях обеспечения приоритетного пересечения границ, в т. ч. оборудование таких пунктов специальными информационными табло «Для граждан ЕАЭС» [5].

Для урегулирования вопросов пенсионного обеспечения трудящихся государств-членов Союза предусмотрена разработка отдельного международного договора между государствами-членами Союза. Основная его цель — обеспечить равные права и гарантии в сфере пенсионного обеспечения, защиту пенсионных прав трудящихся государств-членов Союза и членов их семей на всей территории Союза.

Пенсионное обеспечение трудящихся должно осуществляться на тех же условиях, что и для граждан государства трудоустройства, как в части уплаты взносов, так и приобретения и сохранения пенсионных прав. При назначении и выплате пенсии должны учитываться все приобретенные на территориях государств членов Союза права.

В настоящее время в пенсионном законодательстве государств-членов Союза имеются различия, основное из которых заключается в разных подходах к финансированию пенсионной системы и распределению пенсионных средств.

Экономисты, со своей стороны, рассматривают два сценария развития миграции в рамках ЕАЭС. Первый — экстенсивный сценарий развития миграционных процессов в условиях расширения ЕАЭС. Предполагается, что конкуренция за трудовые ресурсы, а также развитие единого рынка труда будут способствовать демографическому и территориальному расширению международных интеграционных объединений для достижения устойчивого социально-экономического развития [6].

Второй прогнозируемый сценарий — интенсивный сценарий развития миграционной ситуации в ЕАЭС. Предполагается, что для стабилизации общего рынка труда ЕАЭС необходим рост количества, качества рабочей силы и ее профессиональной квалификации.

По мнению авторов, приоритетным направлением развития ЕАЭС является формирование инновационной экономики, которая требует квалифицированных рабочих и высококвалифицированных

специалистов, для чего необходимо создать единое образовательное пространство [3].

Единый рынок труда требует общих подходов в подготовке кадров. Формирование единой экономической политики в ЕАЭС вызывает необходимость формирования и единого образовательного пространства. Здесь уместно упомянуть про значимость изучения русского языка на пространстве ЕАЭС. Во многих странах бывшего СССР русский язык все еще играет важную роль. Для мигрантов из Кыргызстана, Армении, Казахстана, Таджикистана и других стран знание русского языка является залогом, даже своего рода гарантией получения более высокооплачиваемого рабочего места.

Подведем итоги: система трудовой миграции неизбежно будет меняться, но дальнейшего «смягчения» миграционного законодательства ждать не стоит. Это в первую очередь связано с вопросами безопасности и террористическими угрозами. Вместе с тем российская миграционная политика нацелена на устранение лишних процедур, снятие административных барьеров и внедрение современных информационных технологий в работе с миграционными потоками. Такой путь будет способствовать безопасности государств ЕАЭС и упростит жизнь мигрантам. Необходимо создание межгосударственной системы миграционного учета на всем пространстве ЕАЭС, которая бы позволила проводить всесторонний анализ миграционных процессов. Чем интенсивнее будет взаимодействие по этим вопросам внутри ЕАЭС, тем больше выгод принесет трудовая миграция экономике Евразии [7].

Список литературы

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (с изменениями на 14 мая 2018 года) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 27.02.2019).
2. Экономический союз [Электронный ресурс]. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Евразийский> (дата обращения: 27.02.2019).
3. Рязанцев С. В., Тер-Акопов А. А., Письменная Е. Е., Храмова М. Н., Сценарий развития миграционной ситуации в ЕАЭС в условиях усиления экономической интеграции // Совет Федерации Федерального Собрания, Аналитический вестник. — № 19 (676). — с. 13.

4. Официальный сайт ЦБ РФ. Трансграничные переводы, осуществленные через системы денежных переводов по основным странам-контрагентам за 2014 год. — URL: www.cbr.ru
5. Алиев С. Б. Трудовая миграция в Евразийском экономическом союзе // Правовая информатика. — № 2. — 2016. — с.35.
6. Безвербный В. А. Демографические и миграционные аспекты региональной интеграции // Миграционные мосты в Евразии: материалы VII Международной научно-практической конференции «Роль трудовой миграции в социально-экономическом и демографическом развитии посылающих и принимающих стран» (Москва — Ставрополь, 13–18 октября 2015 года) / Под ред. чл.-корр. РАН С. В. Рязанцева — М.: Экон-Информ, 2015. — С. 338.
7. Бокова Л. Н. Тенденции российской миграционной политики в перспективе евразийской интеграции // Совет Федерации Федерального Собрания. Аналитический вестник. — № 19 (676). — с. 7.

УДК 338.1

КОНВЕРСИОННЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Т. В. Ридель, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматриваются ключевые задачи в рамках стратегического развития цифровой экономики, подчеркивается проблема смыслового и практического определения транзакционных издержек, возникающих вне традиционного формата, связанного с выполнением линейных функциональных задач фирм. Предлагается конверсионный подход для решения проблемы выбора приоритетных направлений, вызывающих наибольшие затраты, анализируется направление кооперативного подхода при функционировании внутри экономической системы.

Ключевые слова: транзакционные издержки, цифровая экономика, конверсионный подход, стратегия цифровизации, информационное пространство.

В данной статье предлагается новый подход к определению приоритетности составляющих транзакционных издержек с целью получения максимальной отдачи — конверсии, а не их минимизации в традиционном понимании этого процесса. Исследования в рамках выявления и учета транзакционных издержек фирм проводились О. В. Шумаковой, М. Н. Мерцкой, Н. О. Ежовым, но методика

учета данного вида издержек не раскрывает полностью экономической сущности и рассматривает их частично в разрезе издержек трансформационных, основываясь на косвенных экономико-статистических показателях [1; 2; 3]. Исследования в области цифровой экономики: направления ее развития, стратегические предпосылки и трансформация и хабиутализация — содержатся в научных трудах Р. Бухта, Р. Хикса, Л. Д. Капрановой, Е. В. Устюжаниной, А. В. Сигарева, Р. А. Шеина, однако, по признанию самих авторов, подходы к рассмотрению и идентификации цифровой экономики в рамках ее типирования как этапа постиндустриального — являются беспорядочными и не выходят за рамки первичного моделирования [4; 5; 6].

Для обеспечения грамотного управления затратами предприятия используются возможности бухгалтерского учета, при помощи которых ведение соответствующих статей затрат приобретает наглядный характер. Деление статей в соответствии с этапами осуществления деятельности позволяет грамотно распределять финансовые ресурсы и полученную прибыль, обеспечивая непрерывность процессов. Для учета транзакционных издержек предлагается расширение сводных отчетов на каждом производственном этапе путем соотнесения процессов с различными видами транзакционных издержек, что является наглядным и удобным [7]. Данный способ соотносится с основной целью любой фирмы — контроль и управление в рамках снижения затрат, для этого некоторые авторы предлагают подход на основе рационального контроля транзакционных издержек. Суть подхода заключается в выборе наиболее эффективных расходов, которые не повлекут за собой больших затрат. Подобные предложения характерны для исследований в промежутке 1992–2010 гг., это связано с переходом к новому экономическому состоянию, характеризующемуся как «инновационно-постиндустриальное», что впоследствии преобразуется в стратегии развития цифровой экономики на национальном уровне [8; 9]. Период 2008–2017 г. в России характеризуется как переходный: от апробации возможностей цифровой экономики — до ее закрепления в рамках стратегии, что влечет за собой новый виток в эпохе инновационного развития.

Основным драйвером развития цифровой экономики являются компании, занятые в сфере информационных технологий, обеспечивающие переход к мобильности, упрощению бизнес-процессов для осуществления процедуры сбора информации, ее анализа, хранения и распространения, позволяющие упрощать процедуры контроля и объединения в рамках виртуального пространства [10]. По итогам анализа задач, поставленных в рамках стратегии развития цифровой экономики в России, проявляются основные цели, базой которых становится отрасль информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), закрепляемая в статусе «института», но пока не имеющая официального статуса отрасли на уровне национального анализа.

Отрасль информационных технологий базируется на компиляции знаний, образующих услуги, и разработке технологий, имеющих реальное выражение, таким образом, данная отрасль основывается на двух принципах:

1) сценарий использования. При разработке прототипа новой технологии и успешной его апробации на практике разрабатывается так называемая «карта возможностей», представляющая собой описание области разработки и методов внедрения в производственный процесс в рамках различных видов рынков;

2) стратегия результатов. При работе с достижениями в области оборудования происходит имплантация информационных источников, обладающих способностью к обработке данных, к которым относятся современные программы, используемые в большинстве сфер социально-экономической области. Кроме того, используются приложения, разработка которых может быть осуществлена по индивидуальным параметрам. Примером может служить разработка баз данных и методов, по которым будет классифицироваться или систематизироваться необходимая информация — программа 1С, которая предоставляет возможности для работы с базами данных как в пределах работы коммерческого профиля, так и при домашнем использовании.

По данным табл. 1 наблюдается сокращение показателей количества организаций в сектора ИКТ, отрасли ИТ, а также численность работников в период 2016–2017 гг. Данное падение обуславливается

рядом экономических причин, среди которых падение общей конкурентоспособности страны, в частности дестабилизация финансовой системы, нарушение оптимизации бюджетных затрат, отсутствие массовой высокотехнологичной продукции (табл. 1).

Таблица 1

**Основные показатели деятельности организаций
2011–2017 гг [11].**

Число организаций сектора ИКТ (тыс. ед.)							
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
138	145	150	152	159	166	–	119,5
Число организаций ИТ-отрасли (тыс. ед.)							
52	57	61	65	68	73	–	52,7
ВДС (млрд руб.)							
1354	1534	1780	1845	2149	2262	2265	2211,1
Среднесписочная численность работников сектора ИКТ (тыс. чел.)							
1306	1268	1294	1323	1336	1349	–	1219,6

Для анализа транзакционных издержек в отрасли ИТ необходимо учитывать специфику компаний по видам экономической деятельности, для данной отрасли характерно простое разделение на три сегмента: ИТ-оборудование, программное обеспечение и услуги (табл. 3), таким образом, количество компаний в России, удовлетворяющих условиям поиска, составляет 165 422, из которых около 50 тыс. имеют открытые данные, учтенные в информационных системах по базам данных [12, 13].

Таблица 2

**Численность организаций по сегментам ИТ
и численности работников**

Число сотрудников	Число организаций (открытые данные)
1	2
Сегмент ИТ-оборудования	
От 1 до 10	3322
От 11 до 50	1178
От 51 до 100	280
От 101 до 500	328

Окончание табл. 2

<i>1</i>	<i>2</i>
От 501 до 1000	74
Свыше 1000	68
Итого: 5250	
Сегмент ПО	
От 1 до 10	26 019
От 11 до 50	5360
От 51 до 100	680
От 101 до 500	321
От 501 до 1000	34
Свыше 1000	20
Итого: 32 434	
Сегмент услуг	
От 1 до 10	8782
От 11 до 50	1759
От 51 до 100	229
От 101 до 500	117
От 501 до 1000	12
Свыше 1000	6
Итого: 10 905	

Затраты и прибыль компаний дифференцированы в зависимости от среднесписочного количества сотрудников, размера компании, уровня и вида деятельности по признаку сегментирования (табл. 3), данные рассчитывались по имеющимся финансовым показателям в разрезе бухгалтерских и экономических издержек в период 2016–2017 гг.

Таблица 3

Средние показатели по сегментам отрасли ИТ

Численность компаний по сегменту (кол-во)	Чистая прибыль (топ-50), тыс. руб.	Управленческие расходы, тыс. руб.	Транзакционные издержки* (в среднем, %)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
ИТ-о* (1–10)	758	5	5–15
ИТ-о (11–50)	1,763	47	
ИТ-о (51–100)	1,688	71	10–30
ИТ-о (101–500)	5,508	262	

Окончание табл. 3

1	2	3	4
ИТ-о (501–1000)	5,763	375	30–55
ИТ-о (свыше 1000)	10,326	453	
ИТ-по** (1–10)	4,919	22	10–15
ИТ-по (11–50)	5,566	87	
ИТ-по (51–100)	6,086	160	15–30
ИТ-по (101–500)	10,844	273	
ИТ-по (501–1000)	14,666	302	30–60
ИТ-о (свыше 1000)	19,337	582	
ИТ-у*** (1–10)	743	13	5–15
ИТ-у (11–50)	2,783	91	
ИТ-у (51–100)	2,581	162	15–30
ИТ-у (101–500)	4,974	234	
ИТ-у (501–1000)	6,861	268	20–50
ИТ-у (свыше 1000)	9,850	320	

* Сегмент ИТ-оборудование,

** Сегмент программного обеспечения,

*** Сегмент услуг

Для расчета средних транзакционных издержек компаний отрасли ИТ необходимо иметь в виду их техническую обеспеченность и умение основного состава сотрудников рационально использовать рабочее время, поскольку отрасль предполагает своевременное исполнение задач, постоянное саморазвитие. Классификация транзакционных издержек сводится к выбору методологического подхода в рамках отраслей, сфер, секторов и сегментов экономики. Для отрасли ИТ наибольшим соответствием может обладать конверсионный подход, учитывающий вероятность возникновения тех или иных видов издержек. Суть данного подхода заключается в выделении масштабов и доли вероятности возникновения для компаний разных сегментов, состава и количества сотрудников.

Основной принцип цифровой экономики современного этапа можно сформулировать как доступность, прозрачность и многообразие — через логические информационные потоки и свободный выбор. Для компаний, работающих в отрасли ИТ, в последнее время становится характерным выбор кооперативного сотрудничества, что в теории может снизить конверсионный эффект распространения транзакционных издержек.

Список литературы

1. Шумакова О. В. Классификация, учет и регулирование транзакционных издержек в организациях АПК // Вестник Омского государственного аграрного университета. — 2013. — № 1 (9). — С. 85–90.
2. Мерецкая М. Н. Анализ транзакционных издержек при заключении договоров поставки // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2013. — № 2. — С. 74–79.
3. Ежова Н. О. Структура транзакционных издержек в процессе трансформации рыночной экономики // Вестник Челябинского государственного университета. — 2012. — №24 (278). — С. 25–27.
4. Bukh R., Heeks R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Global Development Institute working papers. No. 68 [Электронный ресурс]. — URL: <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwkppr68-diode.pdf> (дата обращения: 22.11.2018).
5. Капранова Л. Д. Цифровая экономика в России: состояние и перспективы развития // Экономика. Налоги. Право. — 2018. — № 2. — С. 58–69.
6. Устюжанина Е. В., Сигарев А. В., Шеин Р. А. Цифровая экономика как парадигма экономического развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2017. — № 10 (355). — С. 1788–1801.
7. Лабынцев Н. Т., Парашенко А. Н. Транзакционные издержки и методика их учета // Учет и статистика. — 2011. — № 3 (23). — С. 5–9.
8. История развития цифровой экономики в России [Электронный ресурс]. — URL: https://guu.ru/news_ru/45423 (дата обращения: 24.12.2018).
9. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 24.12.2018).
10. Ридель Т. В. Формирование принципов определения транзакционных издержек компаний отрасли IT // Финансовая экономика. — 2018. — № 5. С. 1001–1004.
11. Статистические сборники ВШЭ [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.hse.ru/primarydata/iio> (дата обращения: 03.01.2019).
12. Общероссийские классификаторы [Электронный ресурс]. — URL: <https://classifikators.ru/okved> (дата обращения: 15.02.2019).
13. Информационная база «Руслана» [Электронный ресурс]. — URL: <https://ruslana.bvdep.com> (дата обращения: 11.01.2019).

ИМУЩЕСТВЕННОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ В РАЗРЕЗЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

Н. Н. Рябушкин, студент

*Научный руководитель С. Д. Капелюк, канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В работе обосновывается применение новаторского показателя для эмпирического анализа благосостояния отдельных социально-экономических групп населения России. С этой целью автором предлагается модифицированная методика определения индекса имущественного благосостояния. Для сравнения представлен уровень благосостояния, определенный традиционным способом, показана ограниченность его применения для анализа благосостояния.

Ключевые слова: благосостояние, условия жизни, неравенство, имущество, человеческое развитие, индекс имущественного благосостояния.

*Исследование выполнено при поддержке РФФИ
в рамках научного проекта № 18-010-01180.*

На современном этапе широкую популярность приобретают интегральные показатели оценки благосостояния населения. Это связано с тем, что получивший распространение и закрепившийся на много лет денежно-метрический подход не может отразить реальное положение домохозяйств, основываясь исключительно на доходах его членов.

Нами исследован зарубежный подход к оценке благосостояния домохозяйств на основе интегрального показателя. Первые методика расчёта индекса имущественного благосостояния предложена в 2000 г., ее авторами были D. E. Sahn и D. Stifel [1]. Более точную оценку имущественного благосостояния на основе интегрального показателя предложили Frikkie Booysen, Servaas Van Der Berg, Ronelle Burger, Michael Von Maltitz и Gideon Du Rand из университетов Южной Африки [2]. В их работе показатель назван *asset index*. Среди работ, применяющих данную методику, можно отметить работы Martin Wittenberg и Murray Leibbrandt, а также Kabudula и соавторов [3; 4].

В нашей предыдущей работе впервые апробирована методика оценки благосостояния населения и доступа к социально значимым услугам в целом по стране и отдельно по регионам. Мы предложили назвать показатель *индексом имущественного благосостояния*. Выявилась существенная дифференциация регионов по имущественному положению, а также ограничения в доступе к социальным услугам домохозяйств с более низким имущественным благосостоянием [5].

В работе Frikkie Booysen et al. (2008) для расчета индекса имущественного благосостояния использовались следующие переменные: наличие радио, телевидения, холодильника, велосипеда, месторасположение санузла, материал пола и источник водоснабжения. Все это в достаточной степени характеризует типичное благосостояние домохозяйств стран Африки к югу от Сахары. Стоит отметить, что авторы подчеркивали ограниченность методики из-за нехватки переменных [2].

При расчетах мы основывались на данных Комплексного обследования условий жизни населения за 2016 год (КОУЖ-2016), в котором приняло участие 134 582 человека. Был выбран перечень следующих переменных: условия проживания домохозяйства, собственное жилье, расположение ванной и туалета, водопровод, удаление сточных вод, телефон, цветной телевизор, компьютер, доступ в интернет, наличие автомобиля и состояние жилья. В данной работе впервые рассчитан индекс имущественного благосостояния для различных демографических групп. Для сравнительного анализа были выбраны следующие индикаторы: уровень бедности по доходам и уровень многомерной бедности. Уровень многомерной бедности рассчитан также на данных КОУЖ с использованием модифицированной методики [6]. Уровень бедности по доходам рассчитан по данным КОУЖ с использованием официальной методики Росстата.

Вначале мы выделили возрастные группы населения (табл. 1).

Таблица 1

Значения индикаторов по возрастным группам

Возрастные группы	Уровень бедности по доходам, %	Уровень многомерной бедности, %	Индекс имущественного благосостояния
Все население	32,1	19,8	0
По возрастным группам: До 16 лет	54,5	15,2	0,161
16–30 лет	35,8	13,5	0,366
Мужчины 31–59 лет и женщины 34–54 лет	31,6	16,0	0,197
Мужчины 60 лет и старше и женщины 55 лет и старше	18	30,4	–0,518

В возрастной группе до 16 лет по официальной методике 54,5 % населения испытывает бедность по доходам, в то время как 2 остальных индикатора отражают совершенно другие данные. Так, на основе индекса имущественного благосостояния выявлено, что в этой группе наивысшее благосостояние. В группе пенсионеров официальная методика показывает наименьшее значение уровня бедности, тогда как по уровню многомерной бедности и индексу имущественного благосостояния данная группа населения оказывается наименее обеспеченной.

Далее мы рассчитали значения индекса исходя из типа и размера населенного пункта (табл. 2).

Таблица 2

Значения индикаторов по типу и размеру населенного пункта

Численность населенного пункта	Уровень бедности по доходам, %	Уровень многомерной бедности, %	Индекс имущественного благосостояния
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Городское население	24,5	15,7	0,586
в том числе:			
1 млн. и более	6,5	10,1	1,048
250,000–999,999	18,2	16,2	0,793
100,000–249,999	20,7	16,1	0,722
50,000–99,999	23,1	15,9	0,552

Окончание табл. 2

1	2	3	4
менее 50,000	29,7	21,1	0,456
Сельское население	48,9	28,9	-1,276
в том числе			
5,000 и более	40,0	25,4	-0,741
1,000–4,999	40,4	28,9	-0,950
200–999	46,5	33,4	-1,796
менее 200	49,6	33,9	-2,616

Как видно из табл. 2, с увеличением численности населения в населённых пунктах имущественное благосостояние домохозяйств возрастает, об этом же свидетельствуют и остальные индикаторы.

Также было проанализировано благосостояние в зависимости от количества членов домохозяйства (табл. 3) и наличия занятости (табл. 4).

Таблица 3

Значения индикаторов по количеству членов домохозяйства

Число членов домохозяйства	Уровень бедности по доходам, %	Уровень многомерной бедности, %	Индекс имущественного благосостояния
1	13,8	21,4	-0,759
2	17,2	20,7	-0,113
3	29,2	16,1	0,452
4	49,5	16,2	0,318
5	68,6	29,5	-0,274

Благосостояние возрастает с увеличением численности домохозяйства. Стоит заметить, что значения индекса выше среднего (больше 0) становятся только при численности в 3–4 человека. При численности домохозяйств больше 5 человек, их благосостояние начинает снижаться. На основе бедности по доходам, домохозяйства, состоящие из 1–2 человек, наименее бедные, тогда как при многомерном подходе и индексу имущественного благосостояния, такие домохозяйства наименее благосостоятельны.

Таблица 4

Значения индикаторов по занятости

Статус занятости	Уровень бедности по доходам, %	Уровень многомерной бедности, %	Индекс имущественного благосостояния
Занятые	24,4	12	0.396
Безработные	56,5	27,1	-4.676
Экономически неактивное население	37,2	26,2	-0.311
Пенсионеры	20,2	34,2	-0.698

Наибольший уровень благосостояния наблюдается у занятого населения, что вполне ожидаемо. У безработных, экономически неактивного населения и пенсионеров уровень благосостояния наблюдается ниже среднего.

Таким образом, проанализировав вышеперечисленные социально-экономические группы населения, мы пришли к выводу о том, что необходимо рассматривать благосостояние населения более комплексно, учитывая ряд комбинированных индикаторов, которые отражают реальное положение домохозяйств.

Список литературы

1. Sahn D. E., Stifel D. C. Poverty comparisons over time and across countries in Africa. — World Development, 2000. — No 28 (12), pp. 2123–2155.
2. Booyen Frikkie F., Van Der Berg Servaas S., Burger Ronelle, Von Maltitz Michael, Du Rand Gideon. Using an Asset Index to Assess Trends in Poverty in Seven Sub-Saharan African Countries. — World Development, 2008. — Vol. 36. — No. 6, pp. 1113–1130.
3. Wittenberg M., Leibbrandt M. Measuring Inequality by Asset Indices: A General Approach with Application to South Africa. Review of Income and Wealth, 2017. — Vol. 63. — pp. 706–730.
4. Kabudula C. W., Houle B., Collinson M. A. et al. Assessing Changes in Household Socioeconomic Status in Rural South Africa, 2001–2013: A Distributional Analysis Using Household Asset Indicators. Social Indicators Research, 2017. — Vol. 133, pp. 1047–1073.
5. Капелюк З. А., Рябушкин Н. Н. Оценка благосостояния населения России на основе имущественного неравенства и доступа к социально значимым услугам // Общество: политика, экономика, право. — 2018. — № 11. — С. 45–50.

6. Рябушкин Н. Н., Капелюк С. Д. Изучение оценки уровня многомерной бедности в Российской Федерации // Наука, технологии, инновации: сборник научных трудов: в 9 ч. — 2016. — С. 244–246.

УДК 339.924

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА ВЗАИМНУЮ ТОРГОВЛЮ РОССИИ, БЕЛАРУСИ И КАЗАХСТАНА

Р. М. Шахнович, д-р экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматривается проблема влияния экономической интеграции в форме создания Таможенного союза, а затем и Евразийского экономического союза на взаимную торговлю основных членов этого союза — России, Беларуси и Казахстана. Дана количественная оценка изменениям во взаимной торговле. Сделаны выводы о незначительности воздействия произошедших изменений на взаимную торговлю.

Ключевые слова: международная торговля, экономическая интеграция, эффекты интеграции, Евразийский экономический союз (ЕАЭС).

В статье впервые предпринимается оценка реального влияния экономической интеграции (прежде всего интеграции в сфере внешней торговли) на взаимную торговлю трёх крупнейших стран-членов Евразийского экономического сообщества: России, Беларуси и Казахстана. До настоящего времени такой анализ практически не проводится. Официальные доклады описывают главным образом изменения за относительно небольшие промежутки времени, а также делают акцент на объёмных показателях и их динамике, уделяя мало внимания изменениям в структуре внешней торговли — изменению доли взаимной торговли этих стран в общем объёме их международной торговли [3; 4; 5; 6]. Работа А. Исаковой, З. Кочан и А. Плеханова охватывает лишь самые первые годы функционирования Таможенного союза [9].

С точки зрения теории, заключение торговых соглашений ведёт к двум последствиям: эффекту «создания торговли» и эффекту «отклонения торговли». В качестве основополагающей работы здесь

можно назвать работу Я. Винера, написанную ещё в 1950 году [1]. Обзор современной литературы представлен в работе С. В. Шкиотова [8].

Действия обоих эффектов ведут к росту торговли между странами-участницами торгового соглашения, хотя в первом случае это означает рост «общественного благосостояния», а во втором — его снижение, и, при прочих равных условиях, относительноному снижению значения торговли с третьими странами. Показателями, характеризующими изменения торговли вследствие снижения барьеров в международной торговле, являются доли торговли данной со странами-участницами торгового соглашения в общих показателях, характеризующих её внешнюю торговлю. К этим показателям можно отнести долю внешнеторгового оборота, долю экспорта и долю импорта. Такой подход позволяет, если не исключить полностью, то, по крайней мере, сгладить влияние таких факторов, как прохожде-ние той или иной фазы экономического цикла и изменение цен на товары, являющиеся предметом экспорта или импорта.

История становления экономической интеграции в сфере международной торговли берёт своё начало в 1995 году, когда между Россией, Беларусью и Казахстаном было заключено Соглашение о Таможенном союзе (20.01.1995).

Последующие документы включали в себя: Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве (26.02.1999); Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества (10.10.2000); Договор о создании единой таможенной территории и формировании Таможенного союза (06.10.2007); Декларацию о формировании Единого экономического пространства Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации (09.12.2010); Договор о Евразийской экономической комиссии (18.11.2011); Договор о Евразийском экономическом союзе (29.05.2014); Договор о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза (11.04.2017).

Реальный первоначальный импульс внешнеторговая интеграция получила с начала 2010 года, когда вступили в силу «гармонизированные» импортные тарифы для России, Беларуси и Казахстана и были значительно смягчены процедуры таможенного контроля на границах между этими странами.

В нашем анализе мы вводим два ограничения: во-первых, мы начинаем его с 2011 года, что связано с тем, что экономическое развитие всех стран в предшествующий период было «предопределено» глобальным экономическим ростом, связанным с выходом из экономического кризиса; во-вторых, в него включены лишь три страны — первые участники интеграционных процессов: Россия, Беларусь и Казахстан. Два других члена Евразийского экономического союза — Киргизия и Армения — во-первых, присоединились к нему позднее — в 2015 г., а во-вторых, размеры их экономик значительно уступают размерам экономик трёх других стран, и эффекты интеграции выявлять в таких случаях гораздо сложнее.

Результаты расчётов представлены в табл. 1–3.

Таблица 1

**Внешняя торговля России с Беларусью и Казахстаном
[рассчитано по 3; 4; 5; 6; 7]**

Страна	Внешнеторговый оборот (доля страны), %	Экспорт (доля страны), %	Импорт (доля страны), %
2011			
Беларусь	4.87	4.94	4.75
Казахстан	2.72	2.97	2.29
<i>Суммарно</i>	7.59	7.91	7.04
2013			
Беларусь	4.71	4.35	5.30
Казахстан	2.82	3.41	1.85
<i>Суммарно</i>	7.53	7.76	7.15
2015			
Беларусь	4.67	4.54	4.92
Казахстан	2.99	3.16	2.68
<i>Суммарно</i>	7.66	7.70	7.60
2017			
Беларусь	5.51	5.47	5.56
Казахстан	2.99	3.48	2.21
<i>Суммарно</i>	8.50	8.95	7.77

Оценивая влияние внешнеторговой интеграции на Россию, следует отметить, что торговля со странами-участницами ЕАЭС имеет для неё небольшое значение — менее 10 % по всем показателям.

Особенно следует отметить малое значение Казахстана, экономика которого примерно вдвое больше, чем экономика Беларуси. За рассматриваемый период лишь в 2017 году можно отметить некоторый рост значения взаимной торговли, до этого эффект практически отсутствовал. Причём весь прирост пришёлся на торговлю с Беларусью.

Развитию торговли с Казахстаном мешает сходная внешнеэкономическая специализация: основные товары, являющиеся предметом экспорта, в значительной степени совпадают.

Таблица 2

**Внешняя торговля Беларуси с Россией и Казахстаном
[рассчитано по 3; 4; 5; 6; 7]**

Страна	Внешнеторговый оборот (доля страны), %	Экспорт (доля страны), %	Импорт (доля страны), %
2011			
Россия	45.87	35.03	55.69
Казахстан	0.93	1.63	0.29
<i>Суммарно</i>	46.80	36.66	55.98
2013			
Россия	49.54	45.26	53.24
Казахстан	1.19	2.34	0.19
<i>Суммарно</i>	50.73	47.60	53.43
2015			
Россия	48.37	39.01	56.60
Казахстан	1.01	1.97	0.16
<i>Суммарно</i>	49.38	40.98	56.76
2017			
Россия	51.21	44.12	57.26
Казахстан	1.09	2.03	0.29
<i>Суммарно</i>	52.30	46.15	57.55

В торговле Беларуси с Россией и Казахстаном асимметрия выражена наиболее ярко: Беларусь в значительной степени зависит от России и как экспортёр и как импортёр. Более половины своего импорта Беларусь получает из России и около 40 % своего экспорта направляет в Россию. Конкретные количественные показатели заметно колеблются, «подчиняясь», скорее, колебаниям цен на нефть,

нежели снятию барьеров в торговле, тем более, что до либерализации рынка энергоносителей в ЕАЭС ещё довольно далеко.

Значение торговли с Казахстаном для Беларуси «бесконечно мало», особенно это относится к импорту: менее 0,3 % импорта Беларуси поступает из Казахстана. После некоторого спада эта величина вернулась к показателю 2011 года. При сегодняшней структуре экспорта из Казахстана и более высоких транспортных издержках Беларусь объективно не заинтересована в развитии торговли, поскольку всё, что ей необходимо (в рамках данной номенклатуры), она может купить в России.

Таблица 3

Внешняя торговля Казахстана с Россией и Беларусью
[рассчитано по 3; 4; 5; 6; 7]

Страна	Внешнеторговый оборот (доля страны), %	Экспорт (доля страны), %	Импорт (доля страны), %
2011			
Россия	18.42	8.30	41.54
Беларусь	0.58	0.12	1.61
<i>Суммарно</i>	19.00	8.42	43.15
2013			
Россия	17.86	6.94	36.82
Беларусь	0.57	0.07	1.43
<i>Суммарно</i>	18.43	7.01	38.25
2015			
Россия	19.70	9.90	34.45
Беларусь	0.71	0.12	1.60
<i>Суммарно</i>	20.41	10.02	36.05
2017			
Россия	20.96	9.56	39.64
Беларусь	0.81	0.21	1.80
<i>Суммарно</i>	21.77	9.77	41.44

Торговля Казахстана с Россией и Беларусью также характеризуется асимметрией, причём не только межстрановой, но и внутристрановой. Межстрановая асимметрия связана с существенно большим значением для Казахстана торговли с Россией, чем с Беларусью. Доля внешнеторгового оборота с Россией в последние годы составляет более

20 %, причём заметно возросла доля экспорта Казахстана в Россию во всём казахском экспорте, при относительно стабильной доле импорта из России в общем импорте. Беларусь для Казахстана оказывается ещё менее важным торговым партнёром, чем Казахстан для Беларуси: доля экспорта в Беларусь в общем экспорте Казахстана меньше, чем доля импорта Беларуси в её общем импорте.

Внутристрановая асимметрия проявляется в торговле Казахстана с Россией: для Казахстана Россия важный источник импортных поставок — около 40 % импорта Казахстана приходит из России, однако эта доля не растёт, в то время как сам Казахстан отправляет в Россию лишь немногим менее 10 % своего экспорта при некоторой тенденции к росту.

В заключение можно сделать вывод, что, несмотря на некоторые признаки активизации взаимной торговли, влияние эффектов интеграции остаётся незначительным. Частично это может быть объяснено незавершенностью интеграционных процессов, поскольку внутренний рынок ЕАЭС как единый рынок включает большое количество барьеров, изъятий и ограничений [2], полное устранение которых планируется к 2025 году, и по мере устранения этих препятствий эффекты интеграции могут сказываться всё больше. Более сложной проблемой может стать сложившаяся структура внешней торговли. Она во многом совпадает для России и Казахстана, и в силу большего размера экономики и географического положения Россия оказывается в данной ситуации более успешным конкурентом, что будет мешать Казахстану воспользоваться преимуществами от экономической интеграции.

Список литературы

1. Винер Я. Проблема Таможенного союза. // Вехи экономической мысли. Т. 6. Гос. ун-т Высшая школа экономики, Институт «Экономическая школа». — М.: ТЕИС, 2006. — С. 696–705.
2. Барьеры, изъятия и ограничения Евразийского экономического союза: доклад [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/> (дата обращения: 20.02.2019).
3. О результатах анализа динамики взаимной торговли государств-членов Таможенного союза и Единого экономического пространства в 2010–2014 годах: доклад [Электронный ресурс]. — URL: http://eec.eaeunion.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/analytics/Documents/report/Report_2010-2014.PDF (дата обращения: 20.02.2019).

4. О состоянии взаимной торговли между государствами — членами Евразийского экономического союза в 2015–2016 годах: доклад [Электронный ресурс]. — URL: http://eec.eaeunion.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/analytics/Documents/report/Report_2015–2016.pdf#pagemode=bookmarks (дата обращения: 20.02.2019).
5. О состоянии взаимной торговли между государствами — членами Евразийского экономического союза в 2017 году: доклад [Электронный ресурс]. — URL: http://eec.eaeunion.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/analytics/Documents/report/Report_2017.pdf#pagemode=bookmarks (дата обращения: 20.02.2019).
6. О состоянии взаимной торговли между государствами — членами Евразийского экономического союза в 2018 году: доклад [Электронный ресурс]. — URL: http://eec.eaeunion.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/analytics/Documents/report/Report_2018.pdf#pagemode=bookmarks (дата обращения: 20.02.2019).
7. Евразийская экономическая комиссия. Взаимная торговля. [Электронный ресурс]. URL: http://eec.eaeunion.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx (дата обращения: 25.02.2019).
8. Шкиотов С. В. Анализ эффектов создания таможенных союзов в экономической литературе // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия «Экономика. Информатика». — 2016. — № 2 (223). — Вып. 37 — С. 57–62.
9. Isakova A., Koczan Z. and Plekhanov A. How much do tariffs matter? Evidence from the customs union of Belarus, Kazakhstan and Russia. European Bank for Reconstruction and Development. 2013. WP No 154. — 22 p.

УДК 631.158:658.3

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ СЕВЕРНЫХ ЗОН СИБИРИ

А. Н. Щевьев, канд. экон. наук., вед. науч. сотр.
СибНИИЭСХ СФНЦА РАН,
г. Новосибирск, Россия

В статье предложены системы и определены стратегические тренды технической модернизации систем производства продовольствия Северных зон Сибири, показана экономическая результативность этих предложений.

Ключевые слова: продовольственные системы, научно-технологические модернизации, стратегические тренды, модернизация, эффективность.

В статье впервые представлены системы и стратегические тренды научно-технологического обновления продовольственных систем

Северных регионов Сибири. Исследование вопросов научно-технологического обновления сельского хозяйства проводилось прежде всего для аграрно развитых, с благоприятными для сельского хозяйства природными условиями Центральными и южных регионов России. Подобные исследования для агропроизводства Севера Сибири, где бы учитывались экстремальные и весьма сложные для агропроизводства природные и специфические экономические условия, их влияния на тренды развития и обновления материально-технологической базы АПК этих регионов, специфику и тренды их структурных преобразований и возможную эффективность модернизированного Северного агропроизводства, не проводились [1]. Также не рассматривались ранее для аграрных регионов России проблемы научно-технологического обновления не только для агропроизводства, но и в целом для продовольственных систем как крупных межотраслевых комплексов, что позволяет провести более системную, глубокую и точную проработку данных вопросов по всему комплексу продовольственного сектора народного хозяйства [2].

В условиях развивающейся и нарастающей идеологии импортозамещения в агропромышленном комплексе России проблемы обеспечения быстрого наращивания сельхозпроизводства и систем производства и доставки продовольствия в районы освоения, Севера и Арктики Сибири (РОСАС) становятся приоритетными и важнейшими. Исследуемые Северные промышленные зоны (СПЗ) и их агропромышленное производство развиваются в сложных, а часто в экстремальных климатических условиях и усложненных экономических условиях, обусловленных известным кругом факторов, в т. ч. высокими транзакционными издержками [3; 4]. По этой причине исследование проблем формирования системы стратегических трендов наращивания аграрного сектора и систем производства продовольствия Северных промышленных зон приобретают в перспективе ближайших десятилетий большую научную актуальность и практическую значимость.

Главным условием роста производства продовольствия, гарантированно обеспечивающим конкурентоспособность местной продукции на региональных продовольственных рынках, является переход на новейшие индустриальные системы технологий и комплексы

технологий в местном агропроизводстве и при переработке сельхозпродукции [5; 6]. Поэтому основополагающей задачей и главным долгосрочным трендом предлагаемой экономической стратегии роста систем производства продовольствия РОСАС необходимо рассматривать задачу обоснования и внедрения перспективной стратегии технолого-научного обновления агропромпроизводства на инновационной технолого-технической базе и технологических комплексов на уровне 5 и 6 технологических укладов для ускоренного наращивания мощностей животноводства и растениеводства, комплекса обслуживающих и пищевых предприятий и других организаций.

Для исследуемых Северных промышленных зон (СПЗ) научно-технологические модернизации их АПК и систем производства продовольствия, внедрение более современных инновационных систем технологий являются основополагающим приоритетом, т. к. природно-климатические и экономические условия исследуемых Северных промышленных зон весьма экстремальны и сложны для ведения аграрного производства. Поэтому, чтобы получить высокий эффект от развития продовольственных отраслей, необходимо внедрение и использование новейших и эффективных технико-технологических, научных, а также и экономических решений [6].

Поэтому в качестве основных стратегических трендов роста систем производства и завоза продовольствия в регионы РОСАС на ближайшие 15–20 лет (до 2035 года) требуется сформулировать и выделить следующие стратегические тренды научно-технологических изменений и усовершенствований в агропромышленном комплексе наших регионов.

Первый стратегический тренд технико-технологического обновления и преобразования Северного сельского хозяйства, его удаленных агропродовольственных и пищевых предприятий, организаций транспортировки, предпродажной доработки и реализации продовольственных товаров СПЗ требует и определяет необходимость формирования нового, качественно иного уровня технико-технологического и производственно-технологического базиса всего Северного комплекса агропроизводства. Подобное решение обеспечивает увеличение производства нетранспортабельной продукции в 2,0–2,8

раза для обеспечения выхода уровня их потребления по цельномолочным продуктам, продуктам защищенного грунта и овощам местного ассортимента на уровень потребления, исходя из норм питания для Северных промышленных зон.

Вторым стратегическим трендом является создание новой системы перерабатывающих предприятий и самых современных цехов по переработке молочной, мясной, овощной продукции и пищевых предприятий на базе новейших высокопроизводительных малоотходных и безотходных технологий производства высококачественного продовольствия.

Третьим стратегическим трендом технической модернизации агропроизводства РОСАС необходимо считать более перспективные разработки и эффективные организационно-экономические решения и предложения по новому размещению, специализации производства и территориальной организации АПК регионов, размещению и специализации агропродовольственных систем нового научно-технологического типа — это переход от формирования и развития отдельных сельхозпредприятий и т. д., к формированию комплексных групп промышленных агропредприятий, включая перерабатывающие предприятия в объединенном агропромышленном узле, расположенных на единой стройплощадке или территории, что создает возможность объединить их общей производственной и социальной инфраструктурой в единый взаимосвязанный технологический комплекс или аграрный кластер.

Четвертый стратегический тренд научно-технологической модернизации агропроизводства РОСАС — модернизация технологической базы агропредприятий, поскольку они дадут недостающие продукты питания.

Пятым стратегическим трендом экономического и организационного научно-технологического обновления АПК регионов РОСАС, несомненно, считают перестройку, трансформацию традиционных отраслей коренных Северных народов и создания для них перспективного инновационного комплекса переработки продуктов оленеводства, рыболовства и других видов производств народов Севера, что позволит увеличить их продажи и вывоз в другие регионы РФ и за рубеж.

Шестым трендом модернизации АПК является перспективная высокоэффективная система экономического управления и создание ее регуляторов, рычагов, методов для внедрения предлагаемых инновационных систем научно-техничко-технологического обновления и модернизации используемых систем машин и механизмов в отраслях агропромышленного производства.

Список литературы

1. Борисов Е. А. На пике Арктического вектора // Экономические стратегии. — 2015. — Т. 17. — № 1 (127). — С. 50–61.
2. Щевьев А. Н. Стратегические направления научного-технологического обновления и перспективные параметры развития продовольственных систем районов освоения, Севера и Арктики Сибири / А. Н. Щевьев, А. А. Быков, И. В. Зяблицева // Комплексное развитие сельских территорий и инновационные технологии в агропромышленном комплексе: сборник III международной научно-методической и практической конференции. — 2018. — С. 225–228.
3. Быков А. А. Положительное влияние внутривыпроизводственных трансакционных издержек на деятельность предприятий АПК // Аграрная наука — сельскому хозяйству: сборник статей XII Международной научно-практической конференции: в 3 книгах; ФГБОУ ВО «Алтайский государственный аграрный университет». — 2017. — С. 144–146.
4. Быков А. А. Обеспечение устойчивого производства и стабильного экономического роста зернового подкомплекса Республики Казахстан на основе применения инновационных методов повышения конкурентоспособности // Актуальные вопросы развития современного общества: сборник статей 4 Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. — 2014. — С. 181–185.
5. Быков А. А. Понятие и сущность маркетинговой деятельности организаций на агропродовольственном рынке Сибирского федерального округа // Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. В 2-х ч. Под общ. ред. Т. А. Куттубаевой, А. В. Глотко. — 2018. — С. 331–335.
6. Щевьев А. Н. Научные основы формирования и функционирования и стратегические направления развития производства и обеспечения продовольствием районов освоения, Севера и Арктики Сибири / А. Н. Щевьев, А. П. Задков. — Новосибирск, 2014.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТРАСЛЕЙ И ПРЕДПРИЯТИЙ КАК ФАКТОР УКРЕПЛЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК ЕАЭС

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ И СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 338:27

РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД: КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

С. А. Али-Аскяри, канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрены организационные проблемы формирования мониторинга рисков и их причин. Предложена модель риск-ориентированного подхода, которая позволяет учитывать не только предпринимательские риски, но и риски, связанные с охраняемыми законом ценностями, что и обуславливает новизну статьи и вклад в управление рисками.

Ключевые слова: риск, риск-ориентированный подход, категория рисков, интегральная оценка.

Влияние рисков на эффективность и результаты экономической деятельности организации постоянно растет, а высокая цена экономических рисков нередко становится определяющим фактором принятия управленческих решений. Рисками необходимо управлять с помощью предварительного исследования и анализа ситуации, формирования системы современных воздействий с помощью различных мероприятий, направленных на снижение вероятности наступления риска, устранение риска или его снижение.

На наш взгляд, риск — это управляемые и неуправляемые события, объективные и субъективные причины, влияющие на результат деятельности организации. Подробная характеристика рисков дана автором в статье «Анализ аудиторского регулирования в России и риск-ориентированный аудит». Риски возрастают при неблагоприятной ситуации [1].

Неблагоприятная ситуация включает упущенную выгоду, убыток (потеря собственных средств), отсутствие результата (точка ноль), недополученные запланированные доходы и/или прибыли.

В работе «Рискология. Управление рисками» В. П. Буянов, К. А. Кирсанов, Л. М. Михайлов под риском понимают систему действий по вероятности достижения поставленных и решаемых задач исходя из целепологания и целеосуществления с наличием прогнозных оценок [2].

И. А. Бланк риск предприятия характеризует как вероятность возникновения неблагоприятных последствий в форме потери дохода или капитала в ситуации неопределенности условий осуществления финансово-хозяйственной деятельности [3].

И. Т. Балабанов в наиболее общем виде определяет риск как возможные потери, вытекающие из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человека. С точки зрения автора, риск представляет собой возможность появления событий, которая может приводить к трем основным экономическим результатам: убыток, прибыль или точка «ноль».

Б. Мильнер и Ф. Лиис считают, что риск представляет собой вероятность неблагоприятного исхода, когда компания не получает ожидаемого результата [4].

О. А. Грунин и С. О. Грунин отмечают, что «под фактором риска в бизнесе понимается причина, движущая сила, способная породить опасность или привести к ущербу, убытку» [5].

В результате существует множество различных подходов, противоречащих друг другу, к определению понятия «риск». На наш взгляд, более предпочтительным является определение, представленное А. И. Бланком, где затрагиваются такие моменты как неблагоприятные последствия и неопределенность условий. Эти два подхода и определяют возникновение коммерческого риска.

В то же время считаем, что позиция О. А. Грунина и С. О. Грунина более близка к современным условиям управления бизнесом, при которых движущая сила может пробудить опасность и привести к ущербу, убытку.

Факторы риска — это событие (возникновение или изменение условий), следствием наступления которых может стать причинение вреда для охраняемых законом ценностей.

К основным характеристикам риска относятся: вероятность возникновения, ожидаемая неблагоприятность, экономическая природа, объективность проявления, точность (неопределенность) последствий, субъективность оценки.

Каждая организация старается снизить риск деятельности исходя из нескольких альтернативных решений, в то же время необходимо выбирать оптимальное соотношение уровня риска и степени деловой активности, доходности.

Различают событие риска и отсутствие четкости. Под нечеткостью понимается неполнота или неточность информации об условиях реализации проекта, в т. ч. связанных с ним затратах и результатах, тогда как риск — возможность возникновения в ходе реализации проекта неблагоприятных ситуаций и последствий.

Три основные группы причин возникновения неопределенности: *незнание, случайность, противодействие.*

Для уменьшения рисков, влияющих на деятельность предприятия, необходимо проводить мониторинг возможных причин.

В рамках государственной надзорной системы вводятся новеллы риск-ориентированного подхода к экономическим субъектам, которые направлены на снижение числа проверок у добросовестных участников рынка, деятельность которых не связана с угрозами охраняемым законом ценностям.

Риски, охраняемые законом ценностями, на наш взгляд, также необходимо учитывать в деятельности вместе с предпринимательским риском, т. к. отделить их невозможно. Для этого предлагаем модель прогноза и мониторинга причин и рисков, возникающих в процессе деятельности (рис.1).

Можно выделить следующие преимущества модели риск-ориентированного подхода:

- видение развития организации в долгосрочной перспективе;
- реакция на изменение рынка;
- эффективное распределение ресурсов;
- снижение значимых рисков;
- повышение эффективности бизнеса.

Все организации и предприятия, созданные на территории РФ, осуществляют свою деятельность по законам России и они тесно

связаны с обществом и несут социальную ответственность, используя экономические ресурсы, в т. ч. трудовые.

Модель риск-ориентированного подхода позволяет специалистам и/или аналитикам: провести анализ внешних и внутренних факторов, выбрать показатели для расчета модели, идентифицировать риски, определить наиболее значимые и/или существенные риски для проведения мониторинга, формирования отчета по выявленным результатам и снижения влияния рисков на результаты деятельности организации.

Риски можно разбить на категории: чрезвычайно высокие, высокие, значительные, средние, умеренные риски.

Для проведения мониторинга причин и фактических рисков, необходимо сначала идентифицировать процессы и процедуры.

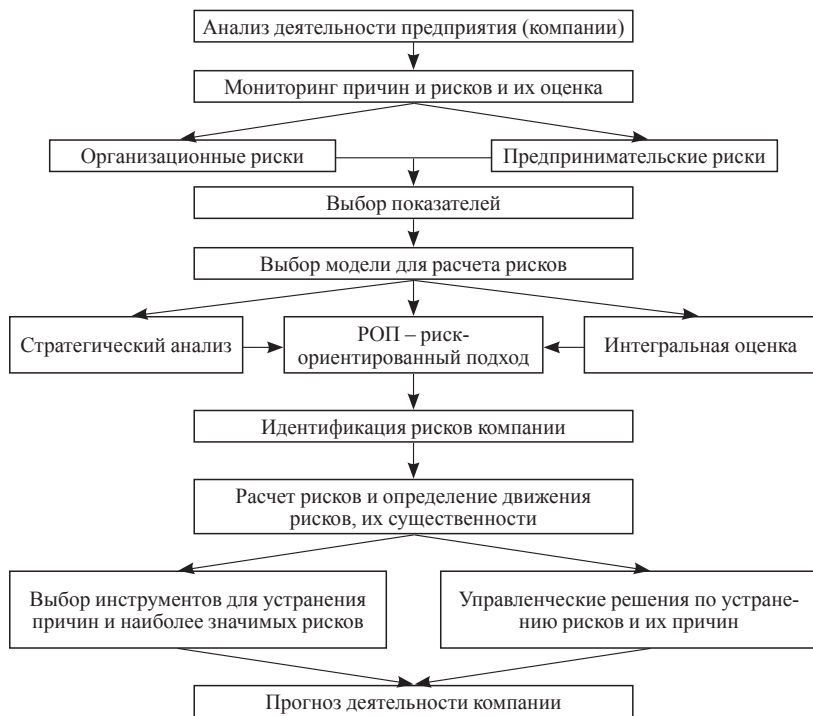


Рис. 1. Модель прогноза и мониторинга риск-ориентированного подхода

Процесс риск-ориентированного подхода можно разбить на несколько взаимосвязанных действий. С вводом в действие в России законодательных и нормативных актов, направленных на риск-ориентированный подход, проведение мониторинга рисков и возникновения причин в настоящее время приобретает новый вид [6; 7; 8]. Рассмотрим модель, включающую четыре этапа проверки с учетом риск-ориентированного подхода (рис. 2).

Первый этап — подготовительный, когда определяются ответственные исполнители, согласовываются условия, определяется функционал, заключается договор.

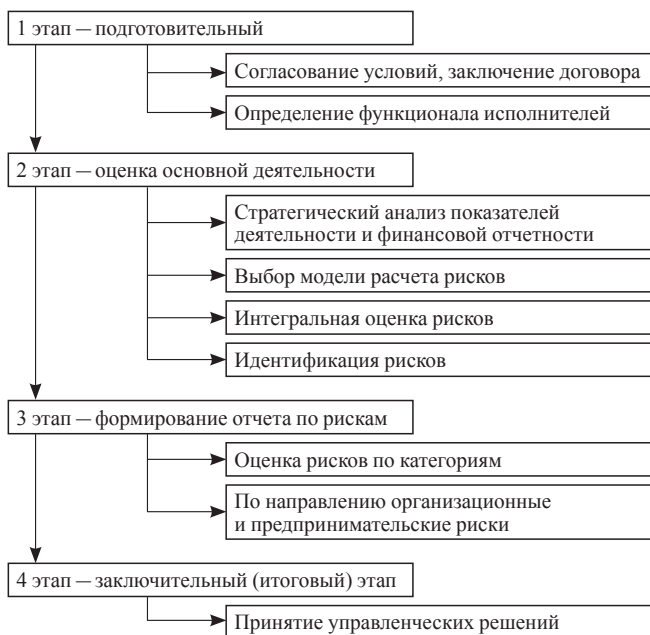


Рис. 2. Этапы модели риск-ориентированного подхода

На втором этапе осуществляется оценка основной деятельности предприятия, стратегический анализ показателей финансовой отчетности, выбор модели расчета рисков, интегральная оценка, идентификация рисков, расчет рисков и определение движения рисков по существу.

На третьем этапе формируется отчет по рискам, оцениваются наиболее существенные риски, определяется направление мониторинга и прогнозирование деятельности.

Четвертый этап — заключительный (итоговый)? который включает в себя принятие управленческих решений по категориям рисков.

По итогам стратегического анализа разрабатывается альтернатива и выбирается наиболее приемлемый вариант риск-ориентированного подхода, который служит постоянным инструментом для предприятия в снижении рисков — как предпринимательских, так и организационных.

Представленная модель риск-ориентированного подхода позволит компаниям выявить не только предпринимательские, но и организационные риски, связанные с охраняемыми законом ценностями. Система управления рисками в компании и в обществе должна давать объективное, справедливое и ясное представление о текущем состоянии и перспективах компании, обеспечивать целостность и прозрачность отчетности общества, разумность и приемлемость принимаемых обществом рисков.

Новый подход позволит повысить эффективность мониторинга и управления рисками на основе риск-ориентированного подхода.

Список литературы

1. Али-Аскяри С. А., Ирани А. М. Анализ аудиторского регулирования в России и риск-ориентированный аудит // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2018 — № 3 (25). — С. 37–41.
2. Буянов В. П. Рискология (управление рисками): учеб. пособие. — 2-е изд., испр. и доп. / В. П. Буянов, К. А. Кирсанов Л. М. Михайлов. — М.: Экзамен, 2003. — 384 с.
3. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента. Т. 2. Киев: Ника-Центр, 1999. — 203 с.
4. Управление современной компанией: учебник / Под ред. проф. Б. Мильнера и Ф. Лииса. — М.: ИНФРА — М, 2001. — 349 с.
5. Грунин О. А., Грунин С. О. Экономическая безопасность организации. — СПб.: Питер, 2002. — 51 с.
6. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля: федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 27.12.2018).
7. О применении риск-ориентированного подхода при организации отдельных видов государственного контроля (надзора) и внесении изменений

- в некоторые акты правительства Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 17.08.2016 № 806 (ред. от 27.02.2019).
8. Базовая модель определения критериев и категорий риска: утв. протоколом заседания проектного комитета от 31.03.2017 № 19 (3).

УДК 339.138

«ЖИВОЙ» БРЕНД – ВЫШЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

А. С. Бухгольц, студент

*Научный руководитель В. В. Салий, профессор, д-р экон. наук
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассматривается процесс создания и продвижения российского бренда одежды для молодёжи. Сделан акцент на максимальном приближении бренда к нуждам покупателей, на то, чтобы сделать его динамичным, «живым», обеспечить высокую конкурентоспособность товара. Предложены некоторые новые подходы к брендингу.

Ключевые слова: бренд, брендинг, продвижение, формирование, модели бренда, предпочтения потребителей, интересы, источники вдохновения, коллаборация, мерч, создание игры.

Бренд - это уникальный образ товара в сознании потребителей. Он появляется при совокупности символических и осязаемых атрибутов товара. Именно он формирует механизм эффективной коммуникации с потребителем и обеспечивает уровень его конкурентоспособности.

Слово «бренд» произошло от древнескандинавского *brandr*, которое переводится как «жечь, огонь». Так называлось тавро, метка своих животных.

Бренд — это торговая марка со сложившимся имиджем, основной задачей которой является формирование у аудитории стойких положительных ассоциаций от использования приобретенных товаров или услуг [1].

Брендинг — это деятельность по созданию и продвижению бренда на рынке.

Сегодня потребительский рынок является по своей сути борьбой брендов. Каждый из брендов с помощью целого комплекса маркетинговых мероприятий внедряют в сознание потребителей, добиваясь создания ощущения особой ценности. Обилие товаров на

рынке стремительно растёт и выделение среди конкурентов стало не просто бонусом к заинтересованности потребителей, а необходимостью. Именно ценность занимает доминирующее положение в конкурентоспособности товара.

В данной статье впервые делается акцент на оживлении бренда как фактора, определяющего конкурентоспособность, рост продаж на рынке модной одежды. Подобные исследования не проводились в отношении брендинга. Именно в «очеловечении» бренда сосредоточены возможности ускорения процесса адаптации одежды к запросам рынка и повышении её конкурентоспособности.

Современный бренд напоминает клеймо на животных. Он статичен, не гибкий, построен на привлечении внимания и резком возбуждающем импульсе.

Наиболее привлекательной моделью для оживления бренда является «колесо бренда». Она включает в себя пять уникальных оболочек, которые вложены друг в друга (рис.).

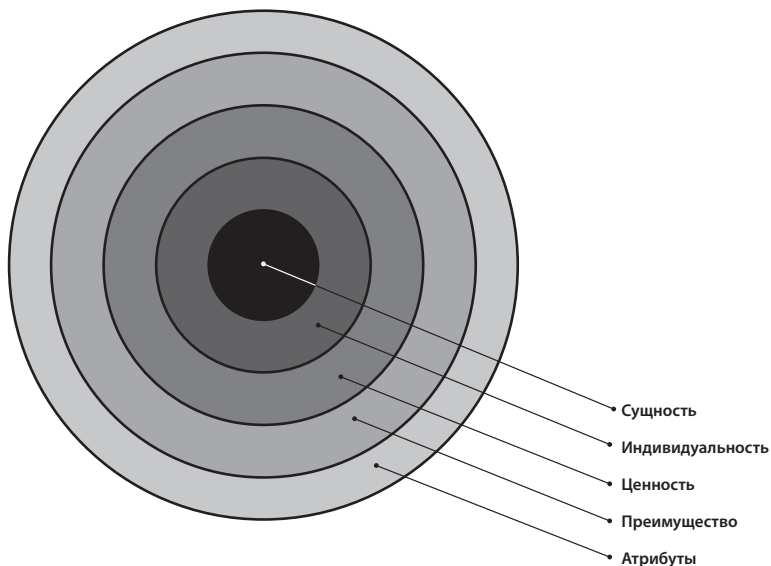


Рис. 1. Модель «Колесо бренда» [2]

Особенностью этой модели является расположение ближе к центру круга индивидуальности торговой марки по сравнению с эмоциональными ценностями. Вывод: бренд в первую очередь должен быть привлекателен целевой аудитории, но не обязательно идентичен ей. Другая особенность — расположение функциональных преимуществ лишь на последних уровнях бренда, что позволяет быстро видоизменять бренд в связи с постоянными изменениями на рынке.

Бренд должен соответствовать своим клиентам, которых он обслуживает. Наполнению жизнью бренда способствуют коммуникации.

Российская компания приняла решение выйти на рынок одежды для молодежи с российским брендом. Она провела тщательное исследование рынка.

Для выявления предпочтений потребителей и определения целевой аудитории проведен опрос жителей г. Тюмени в ТРЦ «Солнечный» (крупный ТРЦ города; большое количество посетителей; брендовый магазин русской одежды «С. О. Х»).

Результаты исследования следующие: 85 % респондентов следят за модой, чтобы быть в курсе последних тенденций; 90 % — слышали о русских брендах, считают их популярными и интересуются их развитием. Большинство опрошенных предпочитают: сочетание разнообразных стилей или же спортивную одежду, чтобы выглядеть стильно, но комфортно. Отдается предпочтение брендовой одежде, демонстрируя свой статус и принадлежность к определенной группе; покупают одежду для получения удовольствия; русские бренды — они не только качественные, но и доступные; продвижение и информацию о вводе товара на рынок стоит распространять через интернет, т. к. данная часть СМК наиболее популярна и востребована у целевой аудитории [3].

Благодаря проведенным маркетинговым исследованиям удалось получить следующую информацию.

Ситуация на рынке благоприятная. Покупателям удалось приспособиться к рыночным условиям: они нечасто отказываются от покупок. По сравнению с мартом 2017 г., в марте 2018 г. снизилась доля потребителей, планирующих реже покупать женскую, мужскую и детскую одежду, в среднем на 11 %. В то же время заметно повысилась (в среднем на 20 %) доля тех, кто планирует приобретать

одежду в том же объеме, что и в 2017 г. Сокращается и процент покупателей одежды более дешевых брендов [7].

Расчеты реальной и прогнозной емкости рынка одежды города Тюмени привели к выводу: данный рынок является перспективным и растущим.

Выявлена целевая аудитория. Её параметры — возраст: от 15 до 25 лет; социальный статус — работающие люди и студенты; приоритеты при выборе одежды — интересный дизайн, качество; денежные средства, которые потребитель готов потратить на покупку в месяц — от 500 до 3000 руб.; отношение к отечественным брендам положительное; предпочтительные коммуникации: интернет, мобильные средства.

Потенциальную целевую аудиторию бренда организации можно разделить на три группы по личным характеристикам: молодёжь, семейные пары, творческие люди.

Молодёжь заинтересована в привлечении внимания к своей личности, им важно выглядеть стильно и современно, но при этом чтобы было удобно.

Семейные пары отдают предпочтение качеству и комфорту продукции, но интересуются изменениями в моде и стиле.

Творческие работники заинтересованы в обозначении своей социальной группы внешне — при помощи одежды они находят единомышленников и интересных личностей.

Следует выделить в целевой аудитории их интересы, источники вдохновения. Они должны гармонировать с признаками целевой аудитории. Так основными признаками молодёжи можно считать яркость, продвинутость, активность, современность, источниками вдохновения которых выступают, соответственно: четкие линии, простые элементы и фигуры; рассказы, техника, новые технологии; активный отдых, молодость, движение; протест, важность мнения, возможность самовыражения [4].

Включение этих элементов в бренд открывает путь к созданию коммуникационных каналов, способных вызвать восхищение у публики. В современном перенасыщенном информацией мире это даёт шанс компании быть услышанной среди множества других, используя современные средства и материалы коммуникаций:

интерактивные объекты, интернет-игры, контрастные вставки, необычная подача и т. д.

Для подтверждения точности выбора элементов бренда использовались результаты маркетингового исследования конкурентов бренда нашей компании: «Горе», «Юность», «Волчок», «Запорожец» города Тюмени.

Результат: каждый из конкурирующих брендов выстроен по единому стандарту, имеет небольшие недостатки или упущения в сфере сервиса. Чтобы добиться успеха при введении собственного бренда, нужно придать ему большей гибкости, создать нужную потребителю эмоциональную атмосферу и ощущение родства с брендом.

Это зависит от качества коммуникационной продукции, ее креативности и привлекательности для целевой аудитории.

При разработке элементов нашего бренда использован целый ряд современных и новых программ для создания рекламных материалов, таких как Adobe Dreamweaver CS6, Adobe Photoshop CS6, Adobe Flash CS6, CorelDraw X6, Adobe Premiere CS6, 3D MAX и программы для создания игр на все платформы Construct 2 от разработчиков компании Scirra.

Вся рекламная продукция для продвижения нашего бренда выполнена на высоком уровне, что гарантирует продолжительную живучесть бренда. Подтверждением этого послужили данные опросов фокус-групп — целевой аудитории клиентов брендового магазина «С.О.Х.» и выпускников — специалистов университета.

Необходимо выбрать и составить правильную стратегию продвижения бренда, которая сможет задействовать как можно больше каналов связи с потенциальными потребителями.

В большей степени этому соответствует стратегия fashion-маркетинга. Основными направлениями продвижения бренда будут являться:

1. Коллаборация с другими дизайнерами или модными домами. Данный вид сотрудничества подразумевает построение отношений между определенными лицами, представляющими бренды, или целыми модными домами в коммерческих целях. В качестве механизма рекламы он может представлять другой механизм продвижения бренда — привлечение медийных персон.

2. Маркетинг из уст в уста. Советы и рекомендации, передаваемые от одних знакомых другим и так далее по цепочке, создают прочную клиентскую базу и повышают узнаваемость бренда. Данный инструмент маркетинга особенно эффективен для молодых организаций, которые только завоевывают позицию на рынке и находятся в поиске своей первой аудитории.

Способ реализации — проведение розыгрыша призов при запуске бренда в сети «Instagram».

3. Создание интернет игры. Игра мотивирует целевую аудиторию к дальнейшему приобретению вещей. При полном прохождении игры участнику акции будет предоставлена скидка в размере 50 % на первую покупку товара бренда. Приоритет создания игры является тем, что во время поездок при наличии, свободного времени или желания отвлечься от бренда потенциальный потребитель сможет зайти в игру и иной раз получить положительные впечатления.

4. Создание групп в социальных сетях «Вконтакте» и «Instagram».

5. Отправка мерча ведущим российским молодежным блогерам в сфере юмора, красоты и искусства для проведения совместной деятельности.

6. Оформление площадки для места открытия бренда.

7. Проведение лотереи от бренда молодежной одежды в социальных сетях.

8. Открытия сегмента торговой площади в брендовом магазине «С. О. Х.».

9. Размещение фото- и видео-отчета с открытия бренда на рекламном сайте и группах в социальных сетях.

Успешное формирование и продвижение бренда сочетает в себе удачные слоганы, правильный выбор рекламных средств и точный подсчет времени по организации и проведению мероприятий.

Для обеспечения успеха разработаны необходимые элементы бренда: дизайн футболок, фирменный шрифт, рекламные листовки, подарочные сертификаты, скидочные карты, купоны для лотереи, открытки, магнит, кружка с логотипом, дизайн воздушного шара, интернет игра и рекламный сайт.

Итак, разработанный нами бренд модной одежды для молодёжи определенно коммуникабелен. Нацелен на положительные эмоции

своих покупателей. Носит в определенной мере изменяющийся и мобильный характер. Благодаря современным информационным технологиям он несёт в себе потенциал свободного сотрудничества со своими клиентами.

Список литературы

1. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. — М.: Издательский дом Гребенникова, 2013. — 198 с.
2. Дмитриева Л. М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / под ред. Л. М. Дмитриева. — М., 2012. — 200 с.
3. Симонович С. В. Секреты рекламных ходов: учебник / С. В. Симонович. — СПб.: М, 2011. — 144 с.
4. Создаем игры вместе: учебник / С. В. Бэвистер; ред. А. И. Лапин. — М.: Эксмо, 2012. — 157 с.
5. Аренс В. Ф. Современная реклама: учебник / ред. В. Ф. Аренс, М. Ф. Вейголд, К. Аренс. — М.: ЭКСМО, 2016. — 876 с.
6. Зюбина Л. А. Определение целевых групп: учеб. пособие. — М.: БИНОМ, 2013. — 213 с.
7. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы: учеб. пособие / А. Н. Лебедев-Любимов. — 2-е изд. — М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2018. — 384 с.

УДК 339.37

ОСОБЕННОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕТЕВОЙ ТОРГОВЛЕ

С. П. Гурская, канд. экон. наук, доцент

Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации,
г. Гомель, Республика Беларусь

В статье рассматриваются особенности коммерческой деятельности в сетевых организациях Республики Беларусь.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, сетевая торговля, поставщики, закупки товаров, управление ассортиментом, категорийный менеджмент.

Особенности организации коммерческой деятельности в условиях развития сетевой торговли рассматривались рядом авторов [1; 3].

В Республике Беларусь развитие сетевой торговли находится на начальной стадии. Поэтому в отечественных научных публикациях недостаточно освещены вопросы, касающиеся взаимоотношений сетевых организаций и поставщиков по организации закупочной работы и управления ассортиментом.

Розничная торговля Республики Беларусь — одна из самых развитых сфер реального сектора, которая значительно усилила влияние на экономику страны и производителей.

В отрасли сложился круг основных ритейлеров — крупных сетевых организаций: в сегменте продовольственной розницы — торговые сети «Евроопт», «Корона», «Гиппо», «Соседи», «Виталюр», «Алми» и др., в торговле непродовольственными товарами — «Остров чистоты», «ОМА», «5 элемент», «Мила», «Буслік» и др. Отметим, что розничная торговля большей части форматов представлена отечественными торговыми организациями.

По данным Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (далее — МАРТ) за 2016–2017 гг. 17 крупнейших торговых сетей увеличили свою долю в розничном товарообороте страны на 15 %. Доля сетевых игроков в розничном товарообороте республики составляет более 30 % [2].

Действующим законодательством установлено инфраструктурное ограничение развития торговых сетей при достижении доли 20 % в объеме розничного товарооборота в определенном регионе. МАРТ предлагает новую концепцию проекта нормативного правового акта о противодействии монополизации в области торговли. Согласно концепции, торговая сеть, доля которой в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в Беларуси за предыдущий финансовый год превышает 15 %, признается занимающей доминирующее положение на товарном рынке, является монополистом в масштабах страны, и должна будет выполнять определенные требования [2].

Торговые сети ведут борьбу не только за потребителя, но и за поставщиков, показывая всем субъектам потребительского рынка, что взаимодействовать лучше с ними, чем с одиночными магазинами. Розничные сети, особенно крупные, являются основным каналом сбыта товаров для отечественных производителей.

Коммерческий успех торговой сети предполагает разработку системы взаимоотношений с поставщиками по закупкам товаров и управлению ассортиментом.

Прежде всего необходимо уяснить специфические особенности работы торговой сети с поставщиками, которые заключаются в следующем:

1. Меняется ролевая структура во взаимоотношениях торговой сети и поставщиков, в результате которой поставщику трудно занимать доминирующую позицию по отношению к торговой сети, потому что торговая сеть сама пытается занять такую же позицию. Крупный производитель почти всегда диктует условия. Он находится в ролевой позиции «сильный». Именно поэтому крупные производители по отношению к оптовикам и розничным организациям проводят достаточно жесткую политику в области закупок.

При работе с торговыми сетями меняется ролевая позиция поставщика, здесь он уже не занимает позицию «сильного».

Причины специфики заложены в действиях самого поставщика, в его внутренней эффективности, в том, как хорошо он может работать с клиентами.

Здесь не имеет значения, с кем он работает (торговой сетью или небольшим магазином). Важен только уровень технологий, степени ответственности поставщика, его ориентации на рынок и на клиента. Если взять опыт известных в мире сетевых организаций, то их успех основывается на эффективных технологиях, на качестве работы и использовании инноваций [1].

В начале развития и становления торговых сетей у многих поставщиков было стремление войти в сеть любой ценой. Такая установка на сотрудничество способствовала большому количеству предложений от поставщиков торговым сетям, которые прикладывали немалые усилия, включая и материальные затраты. Однако в результате на полках оказывались не самые ходовые товары. При таком подходе часто не соблюдались стратегические интересы не только поставщиков, но и самих торговых сетей.

Затем поставщики осознали, что войти в торговую сеть — это не самая важная задача, гораздо важнее — заработать на продажах

в ее магазинах. Но эта задача оказалась на порядок сложнее, и многие поставщики с ней не справились.

Таким образом, розничные сети заставили поставщиков работать более грамотно и более четко и вынудили задуматься над совершенствованием своих технологий и процессов.

2. Заключение договоров на условиях торговой сети. Специалистам торговой сети необходимо начинать работать с договорами на стадии предварительной проработки. В них следует предусмотреть условия, которые существенно влияют на взаимоотношения двух контрагентов, а именно условия, по которым сеть работает с поставщиками; выстраивание ценовой политики, сроки поставки и др.

Еще 10–15 лет назад, до появления в стране достаточно крупных и сильных торговых сетей, в Беларуси существовал абсолютный диктат поставщиков. Любому магазину могли объявить, что с завтрашнего дня цены на продукцию повышаются без объяснения каких-либо причин. Сегодня эта ситуация невозможна. Сильные и крупные торговые сети требуют производителей и поставщиков обосновывать любое изменение цены. И эта особенность конкуренции между торговыми сетями является во всем мире общепризнанным фактором для сдерживания роста цен (наряду, естественно, с другими действиями государственных регуляторов). А отражается это в конечном итоге на интересах населения страны, которое получает возможность покупать товары по более доступным ценам.

3. Высокий уровень ответственности поставщика за принятые обязательства. Работая с торговой сетью, поставщик обязан обеспечить не только бесперебойное наличие товаров в сети, но и строгое выполнение своих обязательств по поставкам, качеству товаров и уровню обслуживания в целом.

4. Медленное изменение условий взаимоотношений и условий договоров. Это требует от контрагентов глубокой обдуманности каждого принимаемого управленческого и коммерческого решения, а от поставщика — планирования своего ассортимента и работы на длительный период.

Для соблюдения интересов всех участников потребительского рынка должны эффективно работать и механизмы антимонопольного регулирования, не позволяющие ущемлять экономические

интересы отдельных участников рынка во благо другим, в т. ч. производителей.

Так, закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» содержит принципиально новые подходы и механизмы государственного регулирования взаимоотношений субъектов потребительского рынка:

- закреплены права и обязанности субъектов торговли, поставщиков и государственных органов, что подразумевает противодействие монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
- ограничение недобросовестных бизнес-практик в сфере поставок продовольственных товаров;
- определен перечень недопустимых действий хозяйствующих субъектов при поставках товаров [3].

Так, в хозяйственных договорах не допускается:

- запрет на перемену лиц в обязательстве по такому договору путем уступки требования, а также ответственности за несоблюдение сторонами указанного запрета;
- включение требований о внесении поставщиком платы за право поставок этих товаров в торговые объекты, а также за изменение ассортимента этих товаров;
- предусматривать обязательства поставщика возмещать убытки в связи с утратой или повреждением товаров после перехода права собственности на эти товары к субъекту торговли, за исключением случаев, если утрата или повреждение произошли по вине поставщика;
- предусматривать обязательства субъекта торговли оказывать поставщику услуги по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и другие услуги;
- понуждение контрагента к заключению договоров возмездного оказания услуг, иных гражданско-правовых на продвижение этих товаров;
- установление в договорах поставки вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу [3].

Построение закупочной системы торговой сети строится на следующих принципах:

- осуществление закупок под целевые показатели развития торговой сети;
- формирование ассортимента по товарным категориям с учетом формата торговли;
- организация мерчандайзинга с привлечением поставщика; применение аутсорсинга;
- ориентация ассортимента на запросы целевого сегмента покупателей;
- унификация торгового ассортимента на всех торговых объектах торговой сети;
- обновление и оптимизация ассортимента на основе автоматизированного учета товародвижения;
- обеспечение постоянного наличия закупаемого товара на полках;
- использование отсрочки платежа за поставленные товары (товарного кредита).

Реализуются указанные принципы посредством реализации бизнес-процесса управления ассортиментом, внедрения механизма категорийного менеджмента. Он предполагает, что вся цепочка движения товара — от производителя до покупателя — должна находиться в «одних руках», под единым управлением, закупки и продажа сосредоточиваются в едином центре ответственности, которым считается отдел закупки. При этом в обязанности специалистов по закупкам входит управление маркетингом, логистикой, и в значительной мере — торговыми объектами.

Розничные торговые сети используют различные стратегии формирования и управления ассортиментом. Выбор стратегии производится исходя из сегментирования рынка, принципов ECR — эффективного реагирования на запросы потребителей.

Задача торговой сети — продавать товар с определенной оборачиваемостью, а значит, товар должен быть востребованным покупателем и быть конкурентным по цене. Поставщик же обязан иметь ритмичное производство и четко налаженную поставку, иначе он не справится с заявками.

Следовательно, успешная работа розничной торговой сети требует серьезной маркетинговой проработки проблемы: анализа общей ситуации на потребительском рынке, динамики развития современных форматов торговли, региональных особенностей развития сетевой торговли, сравнительной характеристики основных конкурентов.

В то же время необходимо избегать типичных ошибок при работе с розничными сетями:

- ошибки ценообразования. Продавцы устанавливают низкие цены, забывая о том, что заниженные ценовые требования не должны приносить убытки;

- ошибки маркетинга. Просчеты, при которых торговые организации неправильно позиционируют себя на рынке, впустую вкладывают деньги в ненужные направления;

- недостатки в послепродажном обслуживании.

Это мерчандайзинг, информационная и иная поддержка клиентов и многие другие формы обслуживания своего товара и потребителей. Для многих предприятий это является одним из ключевых факторов, снижающим уровень продаж и рентабельность; отсутствует стратегия развития данного канала сбыта. Поставщики зачастую не понимают, как работать с торговыми сетями. Чаще основной целью и движущим мотивом является стремление войти во все сети сразу, и уже потом предприятия пытаются обеспечить результативную работу и доходность.

На основе вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- торговая сеть нужна поставщику, и он прилагает все усилия, чтобы войти и работать с ней;

- каждая торговая сеть формирует условия сотрудничества с поставщиками индивидуально. Они находятся в прямой зависимости от внутренней политики организации, длины и стоимости логистики.

Контракт с крупным ритейлером — гарантия стабильного сбыта продукции для производителя. Однако, чем крупнее ритейлер, тем более жестко он может диктовать условия производителям и другим поставщикам. Поэтому сегодня у многих производителей возникают проблемы с обратными средствами, в т. ч. связанные с продажей продукции по невысоким ценам и предоставлением длительных отсрочек платежа крупным торговым сетям.

Розничные сети работают, борясь за поставщика. Именно информационная политика торговых сетей, их борьба за поставщика и является важнейшим фактором феномена торговых сетей и их коммерческого успеха.

Список литературы

1. Офицеров П. Ю. Поставщик: организация эффективной работы с сетевыми магазинами. Российская практика. — М.: Экспо, 2008. — 176 с.
2. МАРТ предлагает признавать торговые сети доминантами при превышении 15 % в розничном товарообороте страны. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2019/january/32_251/ (дата обращения: 11.03.2019).
3. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-3 // Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 11.03.2019).
4. Чеглов В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями: учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 288 с.

УДК 330.341

СИСТЕМА КРИТЕРИЕВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Т. И. Кислая, доцент

Институт предпринимательской деятельности,
г. Минск, Республика Беларусь

Статья посвящена вопросам оценки эффективности функционирования малого и среднего предпринимательства. Рассматриваются критерии эффективности малого и среднего бизнеса на макро- и микроуровнях. Подчеркивается необходимость оценки социальной эффективности деятельности субъектов МСП.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, эффект, эффективность, критерии, показатели.

В статье предложена система критериев оценки эффективности малого и среднего предпринимательства (МСП). Подобные исследования проводились в работах В. В. Буева, С. В. Мигина, А. В. Немец, Г. В. Терешкина и др. Существующие методики оценки

сконцентрированы в основном на вопросах экономической эффективности, в то же время необходимо учитывать и социальные аспекты. В предложенной нами методике предлагается наряду с показателями эффективности на макро- и микроуровнях, использовать критерии социальной эффективности МСП.

В настоящее время в Республике Беларусь отсутствует общая методика оценки эффективности малого и среднего предпринимательства. Эффективность государственной поддержки сводится к анализу достижения прогнозных показателей и положений программ и стратегий развития МСП. В основе выработки мероприятий и направлений текущего и перспективного развития малого и среднего предпринимательства на государственном и местном уровнях должна лежать комплексная оценка эффективности этой деятельности, т. е. экономических и социальных ее параметров.

Целью исследования является разработка научно обоснованных рекомендаций по совершенствованию методики оценки эффективности малого и среднего предпринимательства.

Задачи:

- выделить основные проблемы в процессе оценки эффективности малого и среднего предпринимательства;
- сформировать систему критериев оценки эффективности малого и среднего предпринимательства.

В настоящее время подходы к оценке эффективности функционирования МСП можно разделить на следующие основные группы:

1. Основанные на установлении результативности программных документов, направленных на поддержку и развитие предпринимательской деятельности. Количественные критерии основаны на сопоставлении затрат бюджета в развитие предпринимательской деятельности и доходов в бюджет как следствие таких затрат, а также степени достижения целевых индикаторов, изложенных в программных документах. Качественные критерии базируются на опросах (интервьюировании) предпринимательских структур.

2. Основанные на оценке развития МСП. К ним относятся:

- на макроуровне: доля МСП в ВВП, доля занятых на МСП, доля налоговых поступлений от предприятий малого и среднего бизнеса

от общего количества налоговых поступлений, доля МСП от общего количества предприятий республики и др.;

— на микроуровне: показатели производственной и коммерческой деятельности (в динамике), показатели эффективности использования ресурсов, показатели эффективности использования труда (в динамике).

3. Базирующиеся на оценке вклада МСП в развитие конкретного региона. Сюда относятся все вышеуказанные показатели применительно к конкретному региону Республики Беларусь.

4. Оценивающие снижение административных барьеров в сфере МСП: через экспертизу законодательных и нормативных актов, проведение опросов малых предпринимательских структур.

5. Результатом которых является интегральный показатель развития МСП. Приверженцами такого подхода являются В. В. Буев, С. В. Мигин [4]. Методический подход А. В. Немец, унифицирующий оценку поддержки малого предпринимательства, также основан на интегральном индексе эффективности [5]. Идентичного подхода придерживается Г. В. Терешкин, который предлагает оценивать эффективность поддержки предпринимательства с помощью комплексного показателя эффективности на муниципальном уровне [6].

В указанных методических подходах недостатками, на наш взгляд, являются сложность интерпретации полученных результатов и определения «точечных» проблем эффективности государственной поддержки в сфере предпринимательства, следовательно, и разработки конкретных рекомендаций по повышению ее результативности.

Нами предлагаются следующие этапы разработки критериев оценки эффективности МСП (рис.) 1:

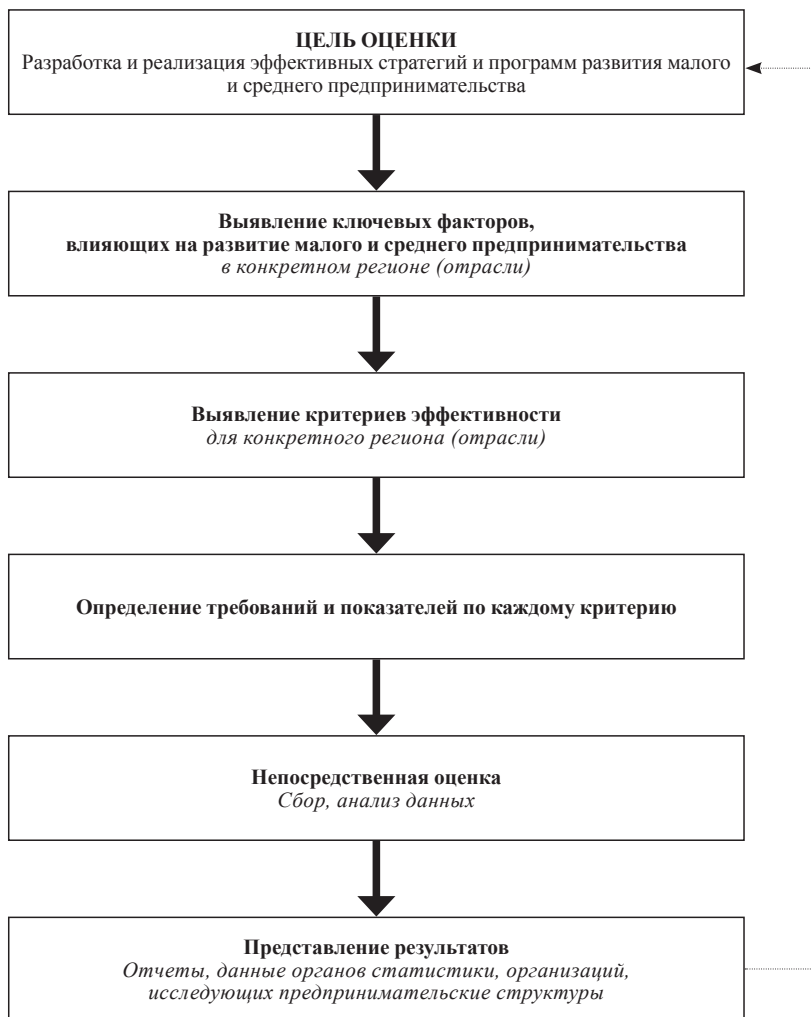


Рис. 1. Этапы разработки показателей и критериев эффективности МСП

На первом этапе целью разработки критериев эффективности МСП должна являться не только оценка развития этого сектора экономики в республике целом, отдельных отраслях и регионах, но и получение данных для разработки и корректировки стратегий и программ развития малого и среднего предпринимательства.

На втором этапе необходимо выявить ключевые факторы, обуславливающие развитие МСП в отдельных отраслях и регионах. В качестве таких факторов мы предлагаем:

- исторические (исторические особенности развития региона, заложенные еще с момента создания ВКЛ, получения городами македбургского права, повлиявшие на уровень предпринимательской активности и самосознание граждан в регионе);

- географические (близость региона к границам государств-партнеров; к необходимым сырьевым ресурсам, логистическим центрам и т. п.);

- политические (на макроуровне: политические отношения с приграничными конкретному региону государствами; политика государства в отношении МСП; на микроуровне: отношение местных органов власти к МСП);

- институциональные (наличие необходимой инфраструктуры для развития малого и среднего предпринимательства в конкретном регионе);

- экономические (сумма бюджетных средств, выделяемых на развитие отдельных регионов и отраслей народного хозяйства, уровень доходов населения в конкретном регионе, уровень безработицы и наличие рабочих мест, степень развитости отдельных отраслей экономики);

- социально-культурные (менталитет, национальные, культурные особенности, традиции, вероисповедание народов и народностей, проживающих на конкретной территории).

Эти факторы должны быть положены в основу разработки конкретных критериев и показателей эффективности данного сектора экономики.

На основе проведенных исследований нами предлагается следующая обобщающая система критериев оценки эффективности малого и среднего предпринимательства (рис. 2).

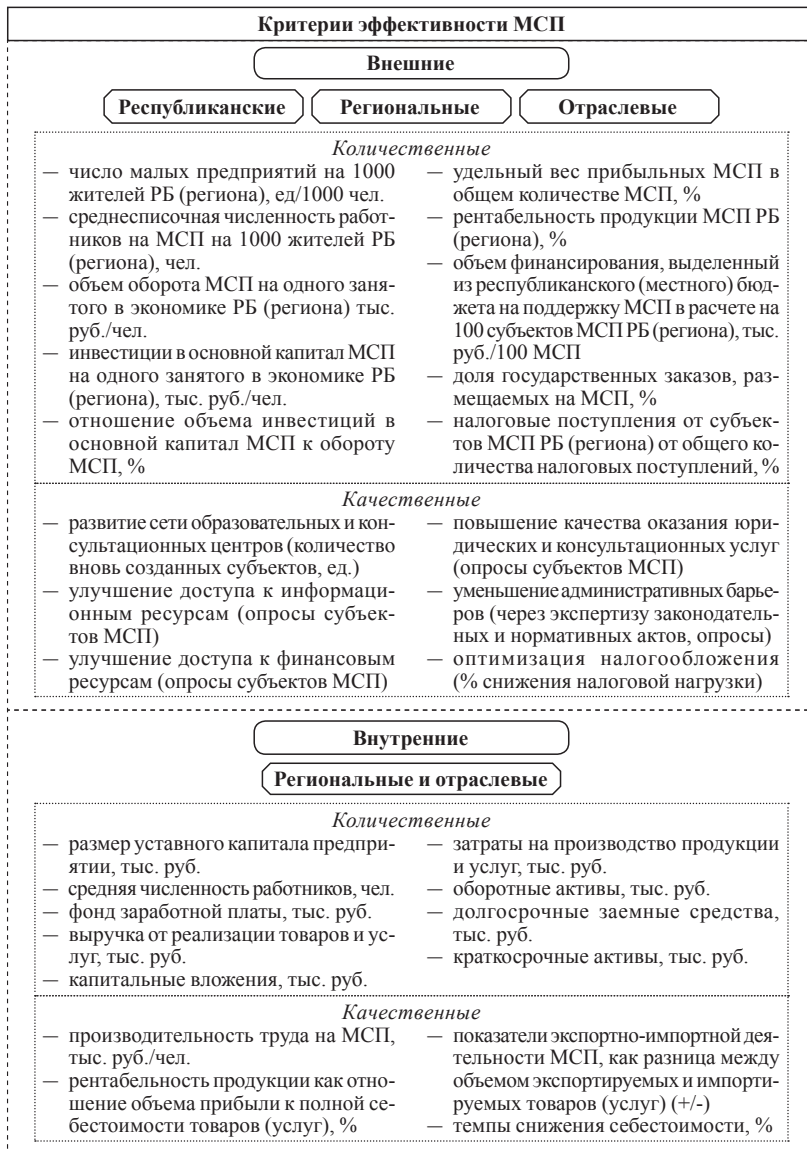


Рис. 2. Система критериев эффективности малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь

Подразумевается, что развитие отдельных отраслей и регионов Республики Беларусь неравномерно, поэтому и показатели эффективности могут отличаться. Так, традиционно наибольшая часть предпринимательских структур сконцентрирована в Минске и Минской области, аутсайдерами являются Могилевская и Витебская области. Более развито предпринимательство в таких отраслях как оптовая и розничная торговля [7].

Под внешними критериями понимаются общереспубликанские, региональные показатели деятельности субъектов МСП, а также показатели развития по отдельным отраслям экономики Республики Беларусь. Под внутренними критериями — микроэкономические показатели на уровне конкретного предприятия региона или отрасли.

К показателям социальной эффективности МСП можно отнести:

- количество новых рабочих мест, созданных на МСП, ед.;
- доля самозанятых, в % от экономически активного населения РБ (региона);
- степень удовлетворенности потребителей продукцией (услугами) МСП, в % от числа опрошенных;
- отношение к субъектам МСП среди населения РБ (региона), в % от числа опрошенных (могут быть использованы готовые данные исследовательских центров);
- число желающих заниматься предпринимательской деятельностью, в % от числа опрошенных и др.

Сбор информации для анализа количественных критериев осуществляется органами статистики Республики Беларусь, для качественных критериев используются данные опросов предпринимательских структур, а также методики, на которых основаны международные индексы и рейтинги, изучающие развитие МСП.

Таким образом, дальнейшая задача исследования будет заключаться в проработке показателей по каждому критерию для отдельных регионов Республики Беларусь, а также разработке интегрального показателя, отражающего эффективность функционирования малого и среднего предпринимательства.

Список литературы

1. Маленков Ю. А. Стратегический менеджмент / Ю. А. Маленков. — М.: Проспект, 2009. — 159 с.
2. Друкер П. Эффективный руководитель / П. Друкер; пер. с англ. О. Чернявская. — М.: Вильямс, 2007. — 224 с.
3. Маслоу А. А. Маслоу о менеджменте / А. А. Маслоу; пер. с англ. — СПб.: Питер, 2003. — 204 с.
4. Буев В. В. Интегральные показатели развития малого предпринимательства / В. В. Буев, С. В. Мигин. — М., 2007. — 42 с.
5. Кремин А. Е. Методика оценки эффективности государственной поддержки малого предпринимательства в регионе / А. Е. Кремин // Проблемы развития территории. — 2017. — вып. 3 (89) — С. 46–61.
6. Терешкин Г. В. Оценка эффективности государственной поддержки малого предпринимательства в муниципальных образованиях: автореф. дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / Г. В. Терешкин. — СПб., 2010. — 27 с.
7. Распределение количества микроорганизаций и малых организаций по видам экономической деятельности за 2017 год [Электронный ресурс]. — URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/maloe-predprinimatelstvo/graficheskii-material-grafiki-diagrammy_9/raspredelenie-kolichestva-mikroorganizatsiy-i-malykh-organizatsiy-po-vidam-ekonomicheskoy-deyatelnos/ (дата обращения: 30.03.2018).

УДК 658.27+658.28

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ

В. В. Комиссаров, канд. физ.-мат. наук, доцент

Н. В. Шаланов, д-р экон. наук, профессор, член-корр. САН ВШ

А. А. Яковлева, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье предлагается методический подход к оценке эффективности использования факторов производства, представленных стоимостью основных и оборотных средств, а также численностью персонала, на основе построенной производственной функции. Интегральным показателем деятельности предприятия при этом выступает сумма выручки.

Ключевые слова: производственная функция, факторы производства, эффективность, эластичность, производственные ресурсы.

В качестве одной из важнейших задач при осуществлении анализа деятельности предприятия является оценка эффективности использования ресурсов. Доминирующим интегральным показателем при этом выступает сумма выручки, которая, в свою очередь, обладает зависимостью от ряда факторов [1].

Зависимость суммы выручки от объемов производственных ресурсов можно представить в виде производственной функции

$$\gamma = f(\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_n) \text{ или } \gamma = f(\bar{\chi})$$

где γ — сумма выручки;

$\bar{\chi} = (\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_n)$ — объемы используемых производственных ресурсов.

Как показывает практика, наиболее адекватно связь между суммой выручки и объемами используемых производственных ресурсов отражает степенная мультипликативная функция типа

$$\gamma = a \chi_1^{\alpha_1} \chi_2^{\alpha_2} \dots \chi_n^{\alpha_n}$$

при этом

$$0 < \alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n < 1.$$

Ключевой проблемой при исследовании производственного процесса выступает оценка эффективности использования производственных ресурсов. В качестве ключевых характеристик оценки эффективности производства можно использовать коэффициенты эластичности [2].

Величина

$$E_i = \frac{\partial f(\bar{\chi})}{\partial \chi_i} \div \frac{f(\bar{\chi})}{\chi_i}$$

называется коэффициентом эластичности использования i -го ресурса и отражает, процентное изменение суммы выручки при росте i -го ресурса на 1 %.

Рассчитаем коэффициент эластичности использования i -го ресурса для функции степенного вида, предварительно определив делимое и делитель последней формулы. Частная производная по χ_i примет следующий вид:

$$\frac{\partial f(\bar{\chi})}{\partial \chi_i} = a \chi_1^{\alpha_1} \chi_2^{\alpha_2} \dots \alpha_i \chi_i^{\alpha_i - 1} \dots \chi_n^{\alpha_n}$$

Величина

$$\frac{f(\bar{\chi})}{\chi_i} = \frac{a \chi_1^{\alpha_1} \chi_2^{\alpha_2} \dots \chi_i^{\alpha_i} \dots \chi_n^{\alpha_n}}{\chi_i} = a \chi_1^{\alpha_1} \chi_2^{\alpha_2} \dots \chi_i^{\alpha_i-1} \dots \chi_n^{\alpha_n},$$

при этом

$$E_i = \frac{a \chi_1^{\alpha_1} \chi_2^{\alpha_2} \dots \alpha_i \chi_i^{\alpha_i-1} \dots \chi_n^{\alpha_n}}{a \chi_1^{\alpha_1} \chi_2^{\alpha_2} \dots \chi_i^{\alpha_i-1} \dots \chi_n^{\alpha_n}} = \alpha_i,$$

то есть

$$E_i = \alpha_i.$$

Если первым ресурсом взять основные фонды K , вторым — оборотные средства Φ , а третьим — рабочую силу L , то сумма выручки в зависимости от этих ресурсов выразится так:

$$\gamma = aK^{\alpha^1} \Phi^{\alpha^2} L^{\alpha^3}.$$

Данная функция строится на основе отчетных данных, представленных в динамике за определенный ретроспективный период, используя метод наименьших квадратов. Вычисление параметров модели a , α^1 , α^2 , α^3 осуществляется при помощи программы «Регрессия» пакета Excel.

В свою очередь показатели степеней построенной функции выступают коэффициентами эластичности. Так, α^1 — коэффициент эластичности использования основных фондов; α^2 — коэффициент эластичности использования оборотных средств; α^3 — коэффициент эластичности использования рабочей силы [3].

Величина

$$\frac{\partial f(\bar{\chi})}{\partial \chi_i}$$

называется предельной эффективностью использования i -го ресурса и отражает абсолютный рост суммы выручки при росте i -го ресурса на единицу.

В частности, $\frac{\partial \gamma}{\partial K} = a \alpha_1 K^{\alpha_1-1} \Phi^{\alpha_2} L^{\alpha_3}$

отражает абсолютный рост суммы выручки при росте стоимости основных фондов на 1 рубль;

$$\frac{\partial \gamma}{\partial \varphi} = a \kappa^{\alpha_1} \alpha_2 \varphi^{\alpha_2-1} L^{\alpha_3}$$

отражает абсолютный рост суммы выручки при росте оборотных средств на 1 рубль;

$$\frac{\partial \gamma}{\partial L} = a \kappa^{\alpha_1} \varphi^{\alpha_2} \alpha_3 L^{\alpha_3-1}$$

отражает абсолютный рост суммы выручки при росте численности работников на 1 человека.

Величина
$$\frac{f(\bar{\chi})}{\chi_i}$$

носит название средней эффективности использования *i*-го ресурса и отражает сумму выручки в расчете на единицу *i*-го ресурса.

В частности,

$$\frac{\gamma}{\kappa} = a \kappa^{\alpha_1-1} \varphi^{\alpha_2} L^{\alpha_3}$$

есть не что иное, как фондоотдача и отражает сумму выручки в расчете на 1 рубль основных фондов.

$$\frac{\gamma}{\varphi} = a \kappa^{\alpha_1} \varphi^{\alpha_2-1} L^{\alpha_3}$$

есть отдача оборотных средств и отражает сумму выручки в расчете на 1 рубль оборотных средств.

$$\frac{\gamma}{L} = a \kappa^{\alpha_1} \varphi^{\alpha_2} L^{\alpha_3-1}$$

есть производительность труда и отражает сумму выручки в расчете на одного человека.

Выражаясь точнее, средняя эффективность использования *i*-го ресурса выступает в качестве производительности *i*-го ресурса.

Таким образом, производственную функцию можно использовать не только для осуществления анализа эффективности использования ресурсов, но и в качестве модельного аппарата для построения прогнозов развития предприятия. При этом интегральной прогнозной характеристикой выступает сумма выручки, а факторами производства являются стоимости основных фондов и оборотных средств, а также численность персонала.

Список литературы

1. Гранберг А. Г. Математические модели социалистической экономики: учеб. пособие для экономических вузов и факультетов. — М.: Экономика, 1978. — 348 с.
2. Шаланов Н. В. Экономико-математические методы в торговле: учеб. пособие. — Новосибирск: СибУПК, 1998. — 120 с.
3. Шаланов Н. В. Математические методы исследования систем. — Saarbrücken, Deutschland: Palmarium academic publishing, 2012. — 520 p.

УДК 659.1

ИССЛЕДОВАНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ Г. НОВОСИБИРСКА

А. В. Кондинская, студентка

*Научный руководитель А. Г. Степанова, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,*

г. Новосибирск, Россия

В статье подчеркнута проблема размещения наружной рекламы в г. Новосибирске. Описаны как положительные, так и ее отрицательные характеристики.

Ключевые слова: наружная реклама, биллборд, растяжка, рекламный щит, рекламная конструкция.

Изучению наружной рекламы посвящено немало работ. Исследования проводились по вопросам необходимости и целесообразности различных видов рекламы, в т. ч. наружной. Вместе с тем, анализ состояния и качества наружной рекламы в Новосибирске недостаточен.

В Новосибирске зарегистрировано 152 фирмы и организации по производству и размещению наружной рекламы. Отдельно зарегистрированы организации по аренде мест размещения и ее оплате.

Наружная реклама (англ. *outdoor*) — это один из видов рекламы, где информация помещается не внутри помещения, а обычно в местах большого скопления людей, вдоль дорог, у торговых предприятий, на стенах зданий и сооружений.

Наружная реклама используется в целях напоминания потребителям о новых товарах, услугах, открытых местах отдыха и развлечений.

Она дополняет и подкрепляет рекламу, размещенную в других средствах массовой информации [2].

Важна роль наружной рекламы, предупреждающей о том, что рядом могут быть дети: «Осторожно, дети». Важными считаются щиты и билборды, на которых есть информация о расстоянии до ближайшего пункта питания, зоны отдыха, достопримечательностей, пунктов проката, стоянок для автомобилей. Эта информация особенно важна для гостей города и области. Отдельные участки трасс имеют информацию по возможному пересечению дороги дикими животными. В сельской местности используют наглядные информации об осторожности во время прохождения по дороге стада или отары овец [3; 4]. Характеристика наружной рекламы представлена на рис. 1.



Рис. 1. Характеристика наружной рекламы

Наружная реклама занимает значительный сегмент среди других видов рекламы. Как и другие виды, наружная реклама имеет как плюсы, так и минусы (таб.).

Свойства наружной рекламы

Преимущества	Недостатки
Широкий охват аудитории	Отсутствие конкретной целевой аудитории
Частость повторных контактов	Сложность размещения
Время работы 24 часа в сутки	Зависимость от климатических условий
Приближенность к местам торговли	Малый объем информации
Наглядность	Сложность анализа влияния на аудиторию
Оперативность и гибкость	Соседство с конкурентами
Заметность за счет крупного формата	Изменение ландшафта
Долговременность	Ограничение зоны видимости
	Необходимость контроля за целостностью конструкции
	Высокая стоимость

Наружная реклама является отчасти лицом города, района. Поэтому требования к ней, регламентируемые федеральным законом «О рекламе» от 2006 года, должны неукоснительно выполняться [1].

Прежде всего, следуя регламенту, все виды наружной рекламы должны соответствовать не только требованиям безопасности, но и эстетическим и моральным нормам. Органы местного самоуправления отслеживают порядок аренды, размещения наружной рекламы, а в случае нарушений владельцев незаконного размещения привлекают к административной ответственности [5].

В Новосибирске в качестве наружной рекламы используют перетяжки, световые табло, щиты и стенды. Зачастую для установки наружной рекламы используются наружные стены строений и сооружений. Известно, что существуют довольно выгодные условия для владельцев этих объектов, т. к. аренда имеет заметную выгоду. Вместе с тем, регистрируются нарушения своевременной оплаты за аренду и размещение.

В качестве нарушения отмечены случаи явного несоответствия качества наружной рекламы требованиям Управлению эстетикой городской среды. Примером могут служить достаточно фривольная лексика, образы мужчин и женщин в сексуальном контексте. Причем замечания по данным нарушениям делают простые жители

города, хотя имеются надзорные органы, которые не должны допускать такие случаи. Этические нормы содержания рекламы зачастую оцениваются общественностью, отдельными гражданами, хотя это напрямую относится к компетенциям организаций, разрабатывающих и размещающих их в городе. Так, неуместность рекламы нижнего белья на баннерах вдоль моста была замечена жителями и реклама устранена.

Отмечено, что при создании и размещении наружной рекламы в виде сложных конструкций создаются помехи дорожному движению, пешеходам. Более серьезными нарушениями являются случаи порчи стен зданий и сооружений при закреплении щитов и вывесок.

В связи с некачественным закреплением вывески одного из ресторанов города, скопившийся снег сорвал конструкцию, пострадали люди. Кроме того, люди предпенсионного и пенсионного возраста неоднозначно относятся к наружной рекламе в виде сложных конструкций и щитов. Считают, что меняется облик города не в лучшую сторону. Автолюбители против конструкций, перекрывающих дорожные знаки. Раздражают вывески на иностранных языках.

Иное мнение у молодых креативных людей, считающих наружную рекламу двигателем торговли и сервиса. Причем, чем объемней рекламный продукт, тем лучше.

Для наружной рекламы, кроме того, свойственны противоречия между отдельными категориями электората:

- материальный достаток и платежеспособность;
- возраст;
- национальные и социальные мировоззрения;
- образование;
- состояние здоровья.

Положительно воспринимают наружную рекламу событий, локальных компаний, ожидаемых встреч с артистами, выставок, народных гуляний. Для этих целей используют растяжки, которые служат прекрасным способом сообщить новость, дать информацию об открытии торговых точек, распродажах, акциях. Достоинством их является сравнительно невысокая стоимость за счет материала изготовления, например, ткани. Более удобными и эстетически

воспринимаемыми являются растяжки из полиэстера. Их оформляют зачастую вручную.

Текст с юмором, игра слов хорошо запоминается и воспринимается населением любого возраста.

Носители наружной рекламы в г. Новосибирске (рис. 2)



Рис. 2. Носители наружной рекламы

Растяжки изготавливают из плотной ткани или полиэстера. Достоинством растяжки является лабильность, возможность перемещения ее с одного места на другое и многократное использование.

Одно из основных мест использования наружной рекламы — городской транспорт. Обычно она размещена на бортах автобусов, троллейбусов и вагонах метро. Задействованы также для этих целей и маршрутные такси.

Популярна также реклама внутри городского транспорта. Обычно рекламные обращения размещаются на листах разных форматах, билетах и имеющихся «бегущих строках».

В Новосибирске широко используют рекламу на мультимедиа-устройствах, например, в центре города, на въездах на мосты, что обеспечивает наглядность для большого скопления людей.

С развитием техники и технологии на смену существующих форм наружной рекламы приходят новые, разной степени сложности, формата и материальных затрат. Исходя из необходимости и возможности, наружную рекламу размещают в «горячих» точках города. Как показывают данные, наиболее популярным местом наружной рекламы города является территория вдоль магистралей.

Из анализа видов наружной рекламы города выявлено:

- перенасыщение монументальных дорогостоящих конструкций;
- наличие щитов, перекрывающих обзор водителям;
- навязчивость услуг для сравнительно малого контингента;
- несвоевременная смена информации, которая уже не актуальна;
- недочеты с точки эстетики и этики.

Таким образом, ответственные за размещение внешней рекламы, а также общественность могут кардинально изменить положение в данной области, что, возможно, украсит город.

Список литературы

1. О рекламе: закон (с изм. внесенными федеральными законами от 21.07.2014 № 235-ФЗ, от 30.10.2018 № 383-ФЗ, вступившими в силу 01.01.2019 года).
2. Аниськина Н. В. Наружная реклама / [сост. Н. В. Аниськина, Т. Б. Колышкина]. — М.: Форум: ИНФРА-М, 2018. — 208 с.
3. Бердышев С. Эффективная наружная реклама / практ. пособие. — М.: Дашков К°, 2017. — 132 с.
4. Мудров А. Н. Реклама: глубинные смыслы / А. Н. Мудров. — М.: Магистр, ИНФРА-М, 2018. — 101 с.
5. Нархов Д. Ю. Реклама: управленческий аспект: учеб. пособие / Д. Ю. Нархов. — 2-е изд., стер. — М.: Флинта: Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 263 с.
6. Ткаченко Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко, Л. М. Дмитриева — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 335 с.

ФАКТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ОПТОВОЙ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ

О. В. Кондратьева, канд. экон. наук, доцент

Д. Н. Мерзляков, студент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье предлагается использование схемы факторинга в построении коммерческой работы оптовой торговли как ее существенного конкурентного преимущества, обоснована экономическая эффективность.

Ключевые слова: факторинг, оптовая торговля, дебиторская задолженность, конкуренция, договор.

Конкуренция на товарных рынках толкает предприятия оптовой торговли к более гибким взаимоотношениям между поставщиком и покупателем. В стремлении найти и удержать покупателя поставщик прибегает к множеству мероприятий: снижение цен, расширение товарного ассортимента, организация бесплатной доставки, отсрочка платежа и т. д. Однако получение кредита влечет за собой необходимость вложения оптовым поставщиком значительных денежных средств, а также решение организационных вопросов, связанных с оптовой продажей товаров. Поэтому построение продаж в кредит требует инвестиций в оборотный капитал. Заменой товарного кредита для оптовой организации является факторинг.

Факторинг (в переводе с англ. посредничество) — это комплекс финансовых услуг для производителей и поставщиков, ведущих коммерческую деятельность на условиях отсрочки платежа [6]. Суть факторинга состоит в том, что поставщик товаров получает большую часть средств по факту поставки; покупатель получает товар с правом оплатить его позднее, а компания, оказывающая такую услугу, получает вознаграждение в виде комиссионных. Факторинговые сделки регулируются ГК РФ (ст. 824–832).

Предприятия оптовой торговли, реализующие компьютеры и комплектующие, бытовую технику, мобильные телефоны и т. д. — основные потребители факторинга (70 %).

Использование схемы факторинга в построении коммерческой работы оптовой торговой организации является ее существенным конкурентным преимуществом. Поставщику не имеет смысла отказываться от работы с отсрочкой платежа, т. к. это существенно сократит имеющиеся каналы сбыта продукции. При использовании факторинговых операций поставщик получает деньги сразу после отгрузки товара, при этом предоставляет отсрочку платежа. Итак, поставщик получает следующие преимущества:

- быстрое пополнение оборотных средств;
- получение денежных средств для последующих закупок;
- возможность расширения ассортимента товаров;
- контроль дебиторской задолженности.

Оптовая торговая организация ООО «Вектор» г. Новосибирска работает на рынке строительно-монтажных работ и комплектующих инженерных систем с 2011 г. На сегодняшний день дебиторская задолженность составляет наибольший удельный вес в структуре имущества организации.

В настоящее время в оптовой торговой организации ООО «Вектор» действует следующая политика в отношении покупателей:

- постоянным покупателям товар отгружается на условиях предоплаты в размере до 30 %; предоставляется рассрочка платежа за поставленные товары;
- новым покупателям при заказе на сумму до 50 тыс. руб. товары отгружаются на условиях 50–70 % предоплаты на основании выставленного счета на оплату; на сумму более 50 тыс. руб. — без предоплаты в размере 70 % товары не отгружаются.

Увеличение задолженности оптовых покупателей за товары оказывает отрицательное влияние на деятельность организации:

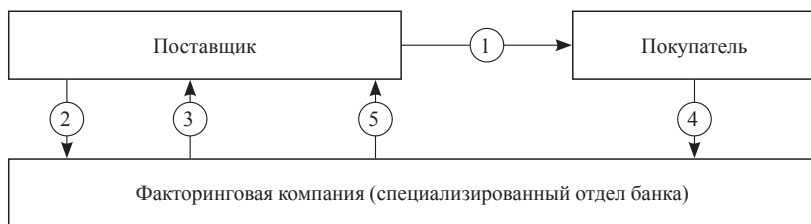
- зависимость от поставщиков и условий расчета из-за нехватки денежных средств;
- повышается себестоимость товаров;
- штрафные санкции со стороны поставщиков товаров из-за несвоевременной оплаты за товары;
- снижение прибыли и рентабельности за счет повышения себестоимости.

Соответственно необходимо выработать меры, которые помогли бы оптовой организации привлечь новых покупателей, снизить риски их неплатежеспособности и повысить скорость получения денежных средств от покупателей.

Снижение величины задолженности покупателей оптовой торговой организации и привлечение новых покупателей могут быть реализованы с помощью использования договора факторинга, в котором указывается: вид факторинга, обязательства и ответственность сторон, размер кредита и платы за обслуживание.

Основным преимуществом факторинга является обеспечение финансовой ликвидности клиента за счет принятия банком-фактором рисков. С позиции поставщика факторинговая сделка довольно проста (рис. 1).

Схема факторингового финансирования товарных операций



Согласно рис. 1, поставщик поставляет покупателю товары на условиях отсрочки платежа, право получения долга по поставке переходит к банку, который выплачивает поставщику до 90 % от суммы поставки, оплата за товар поступает в банк, который перечисляет поставщику остаток денежных средств.

Оптовая торговая организация ООО «Вектор» осуществляет финансовые операции через АО «АЛЬФА-Банк», в котором услуги факторинга клиентам банка предоставляются в течение семи дней под 1,4 % от суммы на отгруженные товары покупателям. Преимущества факторинга над овердрафтом и кредитом представлены в табл. 1.

Таблица 1

Сравнение факторинга с продуктами АО «АЛЬФА-Банк»

Критерий сравнения	Факторинг	Овердрафт (<i>overdraft</i>)	Кредит
Залог (есть или нет)	нет	есть	есть
Сумма	до 95 % от объема товарооборота	не менее 50 % от товарооборота	исходя из финансового состояния
Перевод оборотов	нет	есть	есть
Периодическое гашение	нет	необходимо	необходимо
Срок предоставления	не ограничен	до 2 месяцев	до 3 лет
Пересмотр лимита	не ограничен	не ранее 6 месяцев	не ранее 6 месяцев
Оценка финансового положения банком	Дебитора	Клиента	Клиента

Как следует из табл. 1, при оказании услуг факторинга сотрудниками банка фактически оказывается дополнительная услуга — оценка финансового положения покупателя.

Для определения эффективности использования факторинга в расчетах, необходимо оценить влияние его использования на финансовый результат организации (табл. 2).

Таблица 2

**Эффективность использования факторинга
в коммерческой деятельности ООО «Вектор»**

Показатели	2017 г.	Прогноз на 2019 г.	Прирост (снижение), %
Товарооборот, тыс. руб.	17 646,1	21 175,0	19,9
Себестоимость, тыс. руб.	13 921	16 705,2	20,0
Заграты на факторинг, тыс. руб.	—	140	100,0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	565	860	134,0

Как следует из табл. 2, использование факторинга позволит увеличить оборот торговли дополнительно на 19 %, т. е. на величину

выставленных, но неоплаченных и соответственно неотгруженных товаров для новых покупателей. Услуги факторинга ООО «Вектор» могут быть использованы для 50 %-го объема оптового оборота и могут быть применены для новых покупателей и покупателей, которые рассчитываются позже установленного срока.

В результате проведенного исследования выявлено, что использование факторинга позволит оптовым торговым организациям снизить дебиторскую задолженность и увеличить объем продаж товаров за счет таких преимуществ факторинга, как: не требует использования залога; договор факторинга является страховкой от риска неплатежа.

Список литературы

1. Абалкин Л. И. Лизинговые, факторинговые, форфейтинговые операции банков / Л. И. Абалкин, Г. Л. Аболихина, М. Г. Адиебеков — М.: ДеКА, 1995. — 126 с.
2. Архипенко Т. С., Кондратьева О. В. К вопросу о диагностике эффективности торговли на мезоуровне // Экономика и предпринимательство. — 2018. — № 6. — С. 385–390.
3. Бабичев С. Н. Факторинг / С. Н. Бабичев, А. А. Лабзенко, А. Ю. Подлеснова. — М.: Маркет ДС, 2015. — 208 с.
4. Бекларян Л. А., Трейвиш М. И. Факторинговые операции. Методы анализа и эффективности / Препринт. М.: ЦЭМИ РАН, 1996. — 51 с.
5. Солдатова А. О. Факторинг и секьюритизация активов: учеб. пособие. — М.: Дом ВШЭ, 2013. — 605 с.
6. Сагитова А. Р. Факторинг как один из методов повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности субъекта хозяйства / А. Р. Сагитова // Экономика и право. — 2016. — № 9 (67). — С. 34–40.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Ю. В. Мейкшан, аспирант

З. А. Капелюк, д-р экон. наук, профессор

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Для российской национальной экономики потребительская кооперация является одним из социально-значимых субъектов, который сохранил собственность, единство и управляемость своей системы. Это может сыграть важную роль при решении проблем обеспечения продовольственной безопасности России. Статья посвящена рассмотрению особенностей и перспектив развития потребительской кооперации на территории Новосибирской области.

Ключевые слова: потребительская кооперация, экономическое развитие, эффективность, регулирование.

В статье исследуются структура численного состава организаций потребительской кооперации Новосибирской области по отраслям, структура совокупного объема деятельности, а также перспективы развития потребительской кооперации.

Повышение уровня и качества жизни, снабжение населения товарами первой необходимости традиционно является важнейшей социальной функцией потребительской кооперации. Непрерывное обеспечение населения продовольствием — это гарантия национальной безопасности и жизнедеятельности любого государства [1].

Сегодня можно смело говорить о снижении доли импортной продукции на российском продовольственном рынке, количество отечественной продукции в торговых сетях растёт. Общие объёмы импортной продукции упали и по причине контрсанкций, вводимых российским правительством в ответ на действия западных коллег. В целях дальнейшего закрепления наблюдаемой положительной динамики вопрос о месте потребительской кооперации в продовольственном обеспечении страны требует всестороннего изучения.

Потребительская кооперация призвана обеспечивать экономическое, технологическое, организационное и управленческое единство

на всех этапах производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции. При этом она занимает особое место, выполняя роль организатора и координатора взаимовыгодного сотрудничества между хозяйствующими субъектами, связанными технологической цепочкой [2].

На территории Новосибирской области в состав потребительской кооперации входят предприятия, занимающиеся оказанием населению социальных и бытовых услуг, и организации, чья деятельность связана с производством и реализацией продукции.

По состоянию на 1 января 2018 г., в Новосибирский облпотребсоюз входило 103 потребительских общества с общей численностью пайщиков 1,9 тыс. чел. На базе потребительской кооперации создано 23 общества с ограниченной ответственностью со 100 %-м уставным капиталом потребкооперации и 37 обществ с ограниченной ответственностью с уставным капиталом потребкооперации менее 51 %. Совокупный фактический объем деятельности Новосибирского облпотребсоюза за 2017 год составил 6364,4 млн руб.

Структура совокупного объема деятельности Новосибирского облпотребсоюза за 2017 г. представлена в табл. 1

Таблица 1

Состав оборота	Доля в объеме деятельности, %
Оборот розничной торговли, в том числе:	78,2
<i>в сельской местности</i>	70
Оборот оптовой торговли	2,2
Оборот общественного питания	4,7
Закупки сельхозпродуктов и сырья	5,1
Объем промышленной продукции	4,9
Платные услуги населению	2,5
Другие виды деятельности	2,4
Всего	100

Оборот розничной торговли в сельской местности составляет 70 % от общего оборота розничной торговли за 2017 год. Оборота розничной торговли на 69,3 % состоит из продовольственных товаров и на 30,7 % из непродовольственных.

Средняя численность работников, обслуживающих данные организации, составляет 4806 человек, в т. ч. в аппарате управления

по всем отраслям числится 921 человек. Структура численного состава по отраслям представлена в таблице 2.

Структура численного состава организаций потребительской кооперации Новосибирского облпотребсоюза по отраслям за 2017 г.

Таблица 2

Отрасли	Доля, %
Торговля	57,7
Общественное питание	11,9
Заготовки	0,4
Промышленность	10,2
Бытовое обслуживание	0,5
Аппарат управления с учетом всех отраслей	19,2
Всего	100

Главным звеном обеспечения продовольствием населения Новосибирской области выступает агропромышленный комплекс.

Развитие потребительской кооперации является основным фактором обеспечения конкурентоспособности агропромышленного комплекса РФ. По данным Минсельхоза России, на 1 января 2016 года в отрасли насчитывалось 5730 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, а на 2016–2017 гг. было запланировано создание еще 1500. По теории и в соответствии с цифровыми данными в сфере потребительской кооперации в сельском хозяйстве дела обстоят неплохо. Однако эффективность существующих кооперативов невысока [3].

Процессы интеграции, происходящие в агропромышленном комплексе, влекут за собой укрупнение масштабов производства, что в свою очередь вызывает рост конкуренции на рынке сельхозпродукции [4]. Исследование зарубежного опыта свидетельствует о том, что государству отводится важная роль в стимулировании развития потребительской кооперации. Так, по данным ООН, в США на долю потребительских кооперативов приходится 28 % от объема переработки и реализации сельскохозяйственной продукции. В Евросоюзе эта цифра еще выше — более 60 %, в Новой Зеландии — 75 %.

За круглым столом «Агропромышленный комплекс: от продовольственной безопасности к экспорту», который прошел в Новосибирске

в январе 2017 г., отмечалось, что у зарубежных партнеров растет интерес к сельскохозяйственной продукции новосибирских аграриев. Рост экспортного потенциала области в сфере АПК, нахождение своей «ниши» на зарубежных рынках обеспечивают устойчивое развитие экономики региона [5]. Необходимы разработка и внедрение управленческих решений, а также комплекс мер по поддержке экспорта продукции новосибирских сельхозпроизводителей.

Ещё несколько лет назад доля России на мировом рынке зерна составляла не более одного процента, сегодня же этот показатель приблизился к 10 %. Высокий спрос на зарубежных рынках отмечен также на новосибирскую продукцию птицеводства и свиноводства.

За 2016 год экспорт зерна и продуктов его переработки составил 21,4 тыс. т (против 14,8 тыс. т в 2015 году), а экспорт продукции животного происхождения — 7,9 тыс. т (против 1,7 тыс. т в 2015 году).

Программой реиндустриализации экономики региона предусмотрено развитие инновационных технологий в агропромышленном комплексе, что позволит расширить географию экспортных поставок.

На протяжении многих лет российские учёные занимаются изучением кластерного подхода в агропромышленном секторе российской экономики [6]. Все чаще упоминается понятие «агропромышленный кластер». В Новосибирской области уже есть опыт эффективной реализации аналогичных научных проектов — это Технопарк в Академгородке и Биотехнопарк в Кольцово.

Правительством Новосибирской области неоднократно обсуждался вопрос о создании Агротехнопарка «Сибирский», проект которого был разработан Сибирским отделением Россельхозакадемии. Деятельность агротехнопарка «Сибирский» будет способствовать улучшению материально-технической базы научных исследований, а также созданию, внедрению и успешной адаптации новейших научных технологий и инноваций мирового уровня.

Список литературы

1. Губин В. В. Социально-экономическое развитие системы потребительской кооперации в условиях рынка: дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук. — М, 2012. — 150 с.

2. Терновский Д. С. Особенности и факторы социально-экономического развития организаций потребительской кооперации: дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук. — Белгород, 2013. — 158 с.
3. Евразийский Юридический портал [Электронный ресурс]. — URL: http://www.eurasialegal.info/index.php?option=com_content&view=article&id=7008:2018-05-17-12-27-52&catid=212:2013-03-04-06-02-00&Itemid=54 (дата обращения: 07.03.2019).
4. Капелюк З. А., Алетдинова А. А. Вертикальное сельское хозяйство как новая концепция развития аграрного сектора [Электронный ресурс]. — URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/60EYN617.pdf> (дата обращения: 07.03.2019).
5. Горева Н. М. Экономические и социальные основы развития кооперации в сельском хозяйстве: дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук. — М., 2002. — 154 с.
6. Денисова И. Н. Методология формирования кластеров как рыночных инструментов пространственного развития предпринимательства (на примере потребительской кооперации): дис. ... на соиск. учен. степ. д-ра экон. наук. — М., 2012. — 335 с.
7. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 07.03.2019).

УДК 331.526

ОРГАНИЗАЦИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

А. В. Палехин, магистрант

Т. Ю. Ширяева, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Вопрос организации и совершенствования клиентоориентированного менеджмента на предприятиях сферы услуг является одной из наиболее перспективных для анализа проблем в современном менеджменте. В данной статье рассматриваются проблемы в сфере клиентоориентированности как фактора повышения эффективности организации.

Ключевые слова: клиент, лояльность клиента, клиентоориентированность, развитие, организация, совершенствование.

В статье рассмотрены наиболее актуальные проблемы в сфере клиентоориентированности, возникающие в деятельности предприятий сферы услуг, а именно в гостиничном бизнесе. Подобные исследования проводились ранее на общероссийском уровне

в работах А. Г. Назаретян и Ф. О. Скачковой, но в них не использованы статистические данные и нет рекомендаций по совершенствованию клиентоориентированного менеджмента [2; 4]. Предложены практические рекомендации, минимальные по затратам, но достаточно эффективные.

Преобладающие многие десятилетия в российской экономике стратегии товарной и ценовой дифференциации уходят в прошлое. В условиях насыщенного товарного рынка самой эффективной становится стратегия «клиентской ориентации», или клиентоориентированности. Главное преимущество клиентоориентированности — в обеспечении конкурентных позиции на более долгосрочную перспективу в отличие от более распространенных ассортиментных и ценовых стратегий.

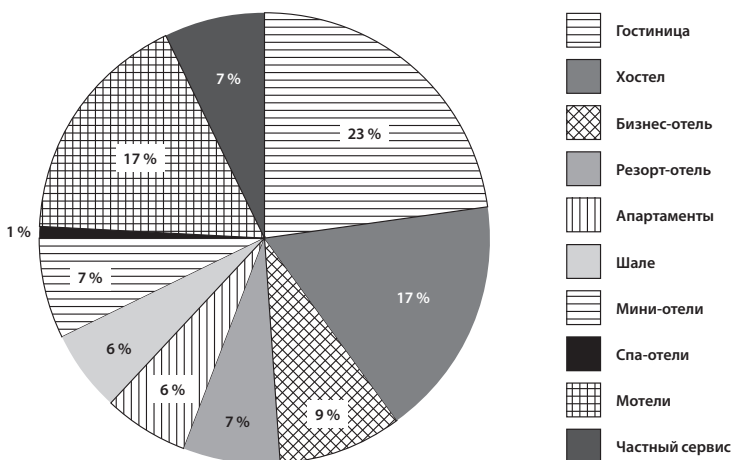
Экономический кризис в нашей стране еще раз доказал отечественным менеджерам, что для эффективной работы организации сферы услуг в условиях нестабильности необходима постоянная готовность к маневрам и большая гибкость. Для многих предпринимателей еще недавние амбициозные планы по расширению и выходу на новые рынки сегодня фактически свелись к задачам выживания и поддержания устойчивости бизнеса. В связи с этим произошло смещение акцентов, определяющих текущую конкурентоспособность, и наибольшее преимущество получили организации, имеющие клиентоориентированную структуру и обладающие лояльной платежеспособной клиентской базой.

Гостиничный бизнес традиционно остается востребованной услугой с сильно сегментированным акцентом. Только в этой сфере можно встретить большое разнообразие качества, сервиса. Ежегодный анализ рынка гостиниц подтверждает всегда имеющуюся емкость бизнеса, во всяком случае для тех, кто готов войти в конкурентоспособную среду. На вершине рейтингов как всегда крупные компании, все больше обретающие черты сетевого ритейлинга с агрессивными методами продвижения.

Структура бизнеса остается достаточно разнообразной. По примеру зарубежных стран российский потребитель подходит к выбору номерного фонда достаточно практично — исходя из имеющегося бюджета. Состав участников и уровень сервиса на 2019 год уже

корректируется по результатам закончившейся программы «Развития внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 годы». Также при составлении рейтинга учтены требования обязательной с 2019 года классификации гостиниц, имеющих более 15 номеров. Доля рынка по типам гостиниц на 2019 год представлена на рисунке.

Доля рынка по типам гостиниц на 2019 год



Гостиничный бизнес в России, согласно статистике, сильно отстает от мирового уровня. И дело здесь не столько в сервисе, сколько умелом управлении предприятиями. Аналитическими агентствами часто указывается на такой недостаток как отсутствие взаимодействия с очевидно смежными отраслями, такими как туризм и проведение культурных, спортивных и других массовых мероприятий. Недостаток потенциала кроется в низком уровне готовности к лавированию сервисом [1]. К примеру, группа корпоративных туристов перед отправлением запрашивает в месте будущего пребывания определенное количество номеров определенного уровня. При отсутствии предложения в полном объеме компания, обрабатывающая заявку, сможет обеспечить либо часть потребности, либо рискует совсем потерять клиента. В этом

отношении «звездность» гостиниц, согласно классификации, имеет двойственную эффективность.

Немалых успехов в отрасли удалось добиться и по направлению привлечения иностранцев. Привлечение транспортных компаний для организации трансфертов местных властей и работников культуры еще раз доказывает, что гостиничный бизнес работает идеально в состоянии симбиоза.

Для формирования позитивного образа в глазах потребителей очень важен такой фактор, как клиентоориентированность. Однако именно клиентоориентированность часто является слабым местом подобных предприятий. В данном аспекте чаще всего актуальны следующие проблемы:

- недостаточное количество обслуживающего персонала и его нерациональное распределение по зонам гостиниц, что ведет к недовольству посетителей;
- слабая корпоративная культура и, как следствие, несоответствующие требованиям гостей заведения вид и поведение персонала;
- отсутствие мер по синхронизации маркетинговых мероприятий изменениям и колебаниям уровня спроса, обусловленным как сезонными, так и иными причинами.

Для решения данных проблем следует сделать дополнительный набор обслуживающего персонала, и распределить его по зонам гостиницы в соответствии с наполненностью и потребностью в них. Это повысит скорость и качество обслуживания клиентов.

В первую очередь клиентоориентированный сотрудник — это человек, способный сохранять оптимальный баланс между компанией, клиентом и своими интересами. Он любит свою работу, оказывает помощь клиенту, получая от этого искреннее удовольствие. Важные качества этого человека — коммуникабельность, желание быть полезным и предоставить именно то, что нужно потребителю. Клиентоориентированный сотрудник смотрит на все «глазами клиента», понимает его требования и позиции. Поэтому компания, заинтересованная во внедрении клиентоориентированности с целью получить дополнительную прибыль, должна подобрать соответствующих работников и регулярно заниматься их обучением [3].

Необходимо также проводить регулярные инструктажи персонала, уделяя особое внимание правилам поведения с гостями и прочим моментам улучшения обслуживания. Следует разработать подробную должностную инструкцию, и по возможности детально изложить процесс работы каждого сотрудника (своеобразный чек-лист) и его действия во всех возможных ситуациях.

Следует совершенствовать корпоративную культуру обслуживающего персонала. Чаще всего единственным отличием сотрудников являются бейджи, не имеющие единого образца в небольших гостиницах, поэтому в первую очередь необходимо разработать единую униформу, отражающую корпоративный стиль компании.

Важно создать систему поощрений, причем как материальных (премии и т. п.), так и моральных, например, ввести соревновательный момент, и по его итогам публиковать фото лучшего сотрудника на сайте или на страницах организации в социальных сетях. Это мотивирует персонал к более слаженной и качественной работе, и уровень сервиса автоматически станет выше.

В гостиничных предприятиях как правило реализуются специальные программы, однако в рамках их проведения организуют типовые мероприятия, относящиеся, в основном, к стандартным календарным праздникам, таким как Новый год, 8 марта и т. п. Для привлечения большего потока клиентов можно рекомендовать проводить больше различных мероприятий. Это интересно и привлекательно для потребителей. Важной частью любого мероприятия является профессиональный фотограф и наличие фотоотчёта впоследствии [7].

Говоря о рекламе, нельзя обойти тему интернет ресурсов, имеющих высокую популярность. Многие гостиничные предприятия уделяют им недостаточно внимания, считая, что если у них есть сайт и объявления на сервисах типа Booking.com, то этого достаточно для продвижения в сети Интернет. Это огромное упущение, т. к. интернет-ресурсы — одно из самых доступных средств рекламы [5].

В первую очередь, следует обновить сайт, т. к. на нём может присутствовать, помимо актуальной, много устаревшей или ненужной информации. Или сайт может быть недостаточно удобен и не

вполне привлекателен с точки зрения дизайна. Сайт — это визитная карточка любого предприятия, особенно если говорить о сфере услуг. Узнав о предприятии, потребитель практически всегда сначала изучает сайт, и если там не будет необходимой информации, или она будет устаревшей, т. е. все шансы потерять потенциального клиента.

Поскольку сегодня большая часть населения максимум свободного времени проводит в социальных сетях, упомянуть о них не менее важно. Социальные сети — это отличный способ бесплатной рекламы, поэтому стоит им уделять гораздо больше внимания. Группу «ВКонтакте» можно разнообразить конкурсами, например, разыгрывать бесплатный обед или какой-либо купон с акционным предложением, либо скидкой за публикацию условий конкурса у себя на странице, что привлечёт как новых людей, так и заинтересует лояльных потребителей.

Что касается «Инстаграм», то сейчас это одно из самых популярных интернет-сообществ. Эта социальная сеть в основном нацелена на молодёжную аудиторию, там следует публиковать информацию о том, что на данный момент актуально в молодёжной среде. Можно также создать группу в «Одноклассниках» и осуществлять те же действия, что и «ВКонтакте», чтобы та часть потребителей, которая посещает только данную социальную сеть, могла получать новости о компании в удобном формате.

Организации, которые стремятся полностью автоматизировать клиентский сервис, могут сильно потерять в прибыли и снизить поток клиентов. Если еще недавно фактор автоматизации был их преимуществом, то сегодня его можно назвать конкурентной слабостью, т. к. потребители в наши дни больше склоняются к индивидуальному обслуживанию. Именно за высокий сервис и индивидуальный подход сегодня готов платить клиент! Поэтому ориентация на клиента — главная цель компании, которая рассматривает свой бизнес как долгосрочный проект.

Безусловно, быстро достичь высокого уровня в обслуживании у крупной компании не получится. Да и не нужно. Главное — постоянно работать над качеством сервиса, улучшать услуги, подбирать грамотных, мотивированных сотрудников.

Таким образом, чтобы привлечь достаточное количество посетителей, необходимо активно воздействовать на рынок с помощью различных рекламных мероприятий. Необходимо постоянно проводить мониторинг рынка конкурентов и регулярные маркетинговые исследования, анализировать альтернативные варианты реализации своих услуг, пересматривать тарифы и скидки в зависимости от изменений, происходящих на рынке, и в нужный момент использовать актуальную для текущей ситуации рекламу. Реализуя коммуникационную политику, следует активнее использовать интернет-ресурсы. Все эти меры, наряду с другими формами коммерческой деятельности, будут способствовать популяризации предприятия среди представителей целевой аудитории, повышению доходов и укреплению положения организации на рынке услуг. При правильном подходе к выполнению данных действий организация не только удержит лояльных потребителей, но и привлечёт новых.

Список литературы

1. Карицкая И. М. Маркетинговое исследование предприятия сферы услуг: особенности, практика, результаты // Инновационные исследования: проблемы внедрения результатов и направления развития: сборник статей Международной научно-практической конференции — Уфа: Аэтерна, 2016. — С. 152–155.
2. Назаретян А. Г. Клиентоориентированность как инструмент повышения качества гостиничных услуг / А. Г. Назаретян, О. К. Прончева // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. — 2015. — № 26. — С. 125–130.
3. Сабаш А. Г. Развитие коммуникативного потенциала выпускников направления «Реклама и связи с общественностью» // Роль инноваций в трансформации современной науки: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4 частях. — 2016. — С. 157–159.
4. Скачкова Ф. О. Клиентоориентированность гостиничного предприятия — сущность и основные цели / Ф. О. Скачкова // Современные наукоемкие технологии. — 2014. — № 7–2. — 155 с.
5. Харламова И. Ю. Позиционирование организации сферы услуг / И. Ю. Харламова, Е. Н. Сарычева // Научное обозрение. — 2013. — № 5. — С. 180–184.
6. Черникова Е. В. Неформальные взаимодействия в сфере оплаты труда как социальные практики // Научные исследования и разработки молодых ученых: сборник материалов III Международной молодежной научно-практической конференции / Под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2015. — С. 91–95.
7. Шадрин Л. Ю. Коммуникативные модели как элемент информационной системы современной организации // Фундаментальные и прикладные научные исследования: сборник статей Международной научно-практической конференции: в 3 частях, 2015. — С. 259–261.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ОПРОСА В МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ СПРОСА

Н. Е. Петрова, канд. экон. наук, доцент

Забайкальский институт предпринимательства —
филиал Сибирского университета потребительской кооперации,
г. Чита, Россия

Маркетинговые исследования становятся неотъемлемой частью деятельности любой торговой организации, функционирующей в условиях конкуренции. Рынок строительных материалов представлен большим количеством и производителей, и продавцов. Поэтому формирование торгового ассортимента должно осуществляться с учетом покупательского спроса. Иначе торговая организация будет неконкурентоспособна. Метод опроса позволяет выявить покупательский спрос, составить портрет покупателя, разработать рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, методы маркетинговых исследований, опрос, выборка, торговая организация.

Количество продукции (работ, услуг), реализованной производственным предприятием, или товара, проданного торговой фирмой, определяется спросом на них и предложением. Необходимо отметить, что спрос отражает объём продукции, который потребитель хочет и в состоянии приобрести по некоторой из возможных в течение определённого периода времени цене на конкретном рынке, а предложение представляет собой непосредственную реакцию производителя на наличие спроса [1].

Изучение потребительского спроса представляет собой непрерывный процесс, который включает в себя сбор, обработку и анализ информации, необходимой для принятия решений по развитию производства и коммерческих решений по закупке и продаже товаров [2].

Для сбора информации о спросе использовались два метода: сплошной, когда обследуются все единицы генеральной совокупности (например, перепись населения) и выборочный, при котором сведения получают лишь от части единиц этой совокупности.

Одной из целей маркетингового исследования является изучение спроса на сухие строительные смеси, реализуемые в торговой организации «Инжэк-Альянс Сервис». Для достижения цели в качестве

базового инструмента исследования использовался опрос, проведённый среди потребителей, пользующихся сухими строительными смесями.

В ходе исследования, необходимого для выполнения поставленных задач, были проведены следующие мероприятия:

- определение численности выборки респондентов, необходимой для достоверного результата;
- разработка анкеты и проведение опроса респондентов;
- анализ и обработка данных.

Рассчитать объем выборки нам помогла регистрации покупок с помощью контрольно-кассовой машины, которая показала, что с августа 2018 года по декабрь 2018 года 8203 человек совершили покупку в магазине «Инжэк — Альянс Сервис». Для расчёта дисперсии была определена средняя численность

$$\bar{y} = \frac{6141}{5} = 1228,$$

отклонение по каждому показателю и сумма квадратов отклонений (табл.)

Данные о количестве покупателей в торговом предприятии «Инжэк-Альянс Сервис» с августа по декабрь 2018 года

Месяц	Число покупателей (y)	Средняя численность покупателей (\bar{y})	Отклонение по показателю ($y - \bar{y}$)	Квадрат отклонений ($(y - \bar{y})^2$)
Август	1232	6141	4	16
Сентябрь	1243		15	225
Октябрь	1230		2	4
Ноябрь	1203		-25	625
Декабрь	1233		5	25
Итого	6141			

Затем по формуле 1 мы рассчитали дисперсию, характеризующую уровень вариации изучаемого признака.

$$\sigma^2 = \frac{895}{5} = 179. \quad (1)$$

Расчет обеспечит минимальное количество единиц совокупности, которое нужно обследовать для получения достоверных результатов.

Поскольку исследование проводилось для магазина «Инжэк-Альянс Сервис», который достаточно отдален от центра города, численность ближайших районов составляет приблизительно 2300 человек, то данную цифру мы приняли за объем генеральной совокупности. Тогда объем выборки рассчитаем по формуле 2:

$$n = \frac{N\sigma^2 t^2}{\Delta_x^2 + \sigma^2 t^2}, \quad (2)$$

где: σ^2 — дисперсия, характеризующая уровень вариации изучаемого признака;

Δ_x — предельно допустимая ошибка выборки для средней;

t — коэффициент, зависящий от вероятности, с которой гарантируется заданная точность выборки (чаще всего $t=2$);

N — объем генеральной совокупности.

Остальные обозначения аналогичны предыдущей формуле.

$$n = \frac{2300 \times 179 \times 2^2}{2^2 \times 2300 \times 179 \times 2^2} = \frac{1646800}{9916} = 166.$$

Таким образом, чтобы получить достоверные результаты необходимо опросить 166 человек.

После расчёта объёма выборки мы провели маркетинговое исследование, для чего с помощью анкеты опросили потребителей магазина «Инжэк-Альянс Сервис». Количество претендентов, участвовавших в опросе, из которых 70 женщин и 96 мужчин, представлено на рис. 1.

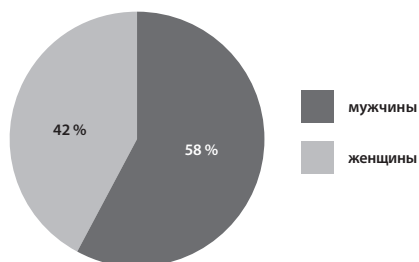


Рис. 1. Деление потребителей по половому признаку

По результатам опроса большим спросом пользуются шпаклевки более разрекламированной фирмы *Knauf*. Респонденты обуславливают свой выбор тем, что слышали об этой марке в СМИ, радио и т. д. Более 60 % выбрали эту марку по данным критериям. Фирма *Knauf* ведет активную работу для рекламирования своей продукции, проводя различные мероприятия на площади магазина, не считая большого количества рекламы в «Инжэк-Альянс Сервис» (рис. 2)

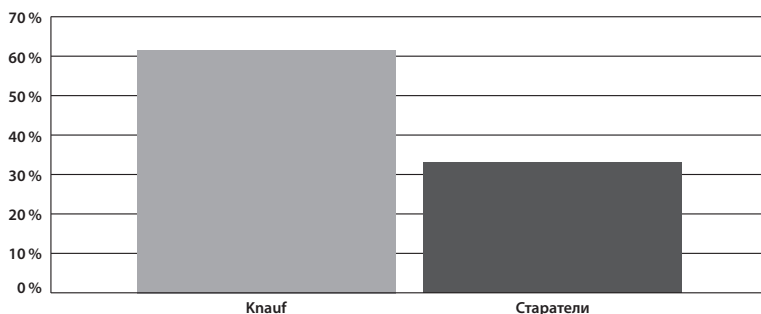


Рис. 2. Влияние рекламы товара на спрос

Из них торговое предприятие «Инжэк-Альянс Сервис» ежедневно посещает четыре человека (2,4 %), раз в неделю — 57 человек (34,3 %), раз в месяц — 18 человек (10,8 %) и по необходимости 87 человек (52,4 %). Наиболее представительные возрастные группы составили респонденты от 20 до 35 лет (53,4 %) и от 31 до 50 лет (40,3 %). Уровень дохода на одного члена семьи большинства составляет от 5000 до 15 000 рублей (60,1 %).

При совершении покупок строительных смесей, которые осуществляются в большинстве случаев по необходимости (90,8 %), для потребителей важную роль играет качество. Именно поэтому большинство респондентов обращают внимание на наличие добавок для удобства нанесения (73,3 %), срок годности (77,7 %) и время полного высыхания (64,3 %).

Потребители отдают предпочтение сухим строительным смесям Ротбант (68,8 %), Фуген (56,2 %) марке *Knauf*, а также Гипсовой (63,7), Базовой (56,5 %) марке «Старатели» (рис. 3).

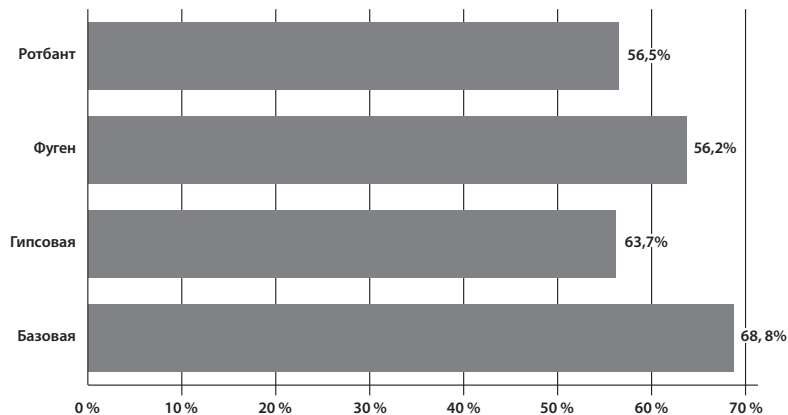


Рис. 3. Предпочтительные сухие строительные смеси

При опросе было выявлено, что большинство респондентов выбирают смеси для внутренних работ (52,4 %) по сравнению с наружными (47,6 %) (рис.4). Это обусловлено тем, что ремонт производится чаще внутри квартиры.

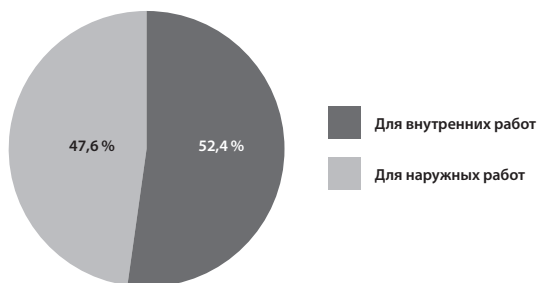


Рис. 4. Условия применения сухих строительных смесей

Анализ результатов спроса и ассортимента показал, что в целом торговый ассортимент магазина сформирован с учетом потребительского спроса. В ассортименте присутствуют именно те смеси, которые регулярно покупаются. Однако, считаем целесообразным расширить ассортимент за счет смесей других производителей и обновить его смесями для отделки фасадов.

Список литературы

1. Божук С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для академического бакалавриата / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 280 с.
2. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник / И. И. Скоробогатых, О. О. Гринева, Д. М. Ефимова [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук И. И. Скоробогатых, канд. экон. наук Д. М. Ефимовой. — М.: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2017. — 339 с.
3. Kotler P. Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. — 14th ed. p.cm.

УДК 658.7

АНАЛИЗ РЫНКА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОВАЙДЕРОВ Г. НОВОСИБИРСКА

Т. В. Плотникова, канд. техн. наук, профессор

А. К. Терехова, магистрант

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В данной статье впервые представлена комплексная оценка рынка логистических провайдеров г. Новосибирска. Впервые проведен анализ структуры логистических складов по классам, изучена динамика логистического рынка г. Новосибирска в 2018 году и рассмотрены направления его развития в перспективе до 2020 года.

Ключевые слова: логистические провайдеры, складские операторы, промышленно-логистический парк, ритейлы.

Логистические провайдеры — это коммерческие организации, осуществляющие интегрированное управление логистическими потоками предприятия-клиента на принципах аутсорсинга, оказывающего услуги в сфере логистики, выполняющие комплексные логистические функции: складирование, транспортировка, управление заказами, распределение и пр.

В зависимости от вида оказываемых услуг выделяют пять основных типов логистических провайдеров: компании-перевозчики; складские операторы; брокерские экспедиторские компании; компании, занимающиеся оптимизацией транспортных услуг, и компании, разрабатывающие программное обеспечение логистических операций.

Нами была изучена структура рынка логистических провайдеров — складских операторов г. Новосибирска.

Структура индустриальной недвижимости г. Новосибирска, используемой складскими операторами, на начало 2019 г. представлена на рис. 1.

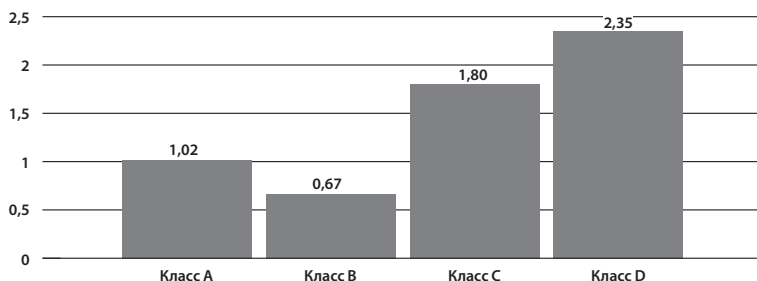


Рис. 1. Структура складов г. Новосибирска на начало 2019 г., млн м²

Всего индустриальная недвижимость в Новосибирске занимает 5,84 млн м², из них склады класса А составляют 17,5 %, класса В — 11,5 %. Наибольшая доля в структуре логистических складов приходится на склады класса С и D — 31 и 40 %, соответственно. Большая часть этих складов — старый фонд 60–70-х гг., бывшие заводские территории с мостовыми кранами или многоэтажные производственные здания.

Все склады класса А и В были построены за последние 10 лет. Наиболее активно строительство логистических складов шло в 2009 г., когда были введены складские комплексы *Raven Russia* (120,5 тыс. м²), «Эльдорадо» (40,5 тыс. м²), *Itella* (20 тыс. м²), и в 2012 году, когда были введены РНК-Толмачево (86 тыс. м²), СК «Сибирский» («Евразия», 91 тыс. м²), Сибирский грузовой терминал (СГТ, 44 тыс. м).

Однако располагаются качественные склады класса А и В в Новосибирске очень неравномерно. 70 % складов высокого класса расположены на левом берегу. Ситуация по складам класса А еще острее: 87 % складов сконцентрированы на левом берегу, из них 50 % — в районе промышленно-логистического парка Новосибирской области. Это говорит о неравномерном распределении складов и образовании зон с высокой и низкой конкуренцией.

Свободные складские площади в классе А составляют 10 %, в В классе — 14 %, причем свободные площади по классу А на левом берегу составляют 9 % (93 тыс. м²), на правом берегу — 1 % (11,5 тыс. м²), на что прямо влияет уровень арендных ставок [1]. В абсолютном выражении суммарные свободные площади складов класса А и В составляют 196 тыс. м².

В погоне за клиентом сетевые ретейлеры активно заходят в Сибирский регион и на Дальний Восток, поглощают мелкие региональные сети, расширяют свою сеть магазинов и распределительных логистических центров. Прогнозируется усиление роли складских операторов, строительство мультитемпературных, кросс-докинг складов. Кроме продуктовых ретейлеров активность проявляют DIY, фешн, электроника, транспортные компании.

В 2018 г. логистическими провайдерами было введено в эксплуатацию 141 тыс. м² качественных складов. Крупнейшие складские объекты, введенные в 2018 году, представлены на рис. 2.

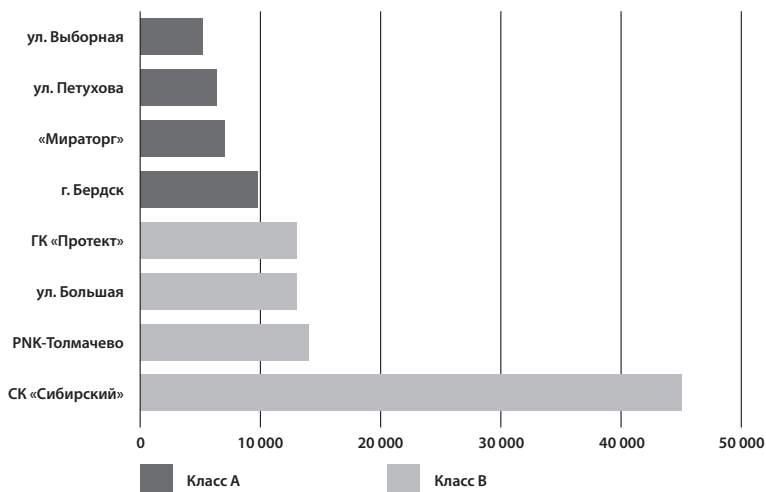


Рис. 2. Крупнейшие складские объекты, введенные в 2018 г. [1].

Как видно из рисунка, наблюдается перекося рынка складских операторов, т. к. имеется дефицит складов в черте города и на правом берегу. Это связано с персоналом и бизнес-процессами компаний:

для многих компаний расположение склада в черте города является ключевым фактором. На сегодняшний день наиболее востребованы склады класса А, блоками 5–10 тыс. м² (на сегодня свободные площади составляют всего 1 %) и класса В блоками 0,5–1,5 тыс. м² с отметкой пола 1,2 м, так называемые *Light Industrial*.

Для малых инвесторов открываются большие возможности в этом направлении. Для крупных инвесторов, девелоперов следующей точкой роста является Восточное направление, район Северного объезда, Восточного промышленно-логистического парка, Пашинского шоссе. Это связано с выгодным месторасположением, пересечением транспортных потоков, строительством Восточного объезда и наличием ж. д. станции «Иня восточная».

В ближайшее время прогнозируется активность девелоперов в данной локации. В целом можно отметить, что Новосибирск как логистический хаб СФО будет только усиливать свои позиции, планируется строительство новых логистических терминалов и промышленных парков. Стоит еще отметить активность производителей, особенно в пищевой отрасли, это означает создание узкоспециализированных производственных кластеров [3].

По прогнозам консалтинговой компании «Nazarov partners», объем ввода в 2019 г. составит 289 тыс. м², это в 2 раза больше, чем в 2018 г. [3]

В 2019 г. планируется ввод новых объектов логистического парка (рис. 3).

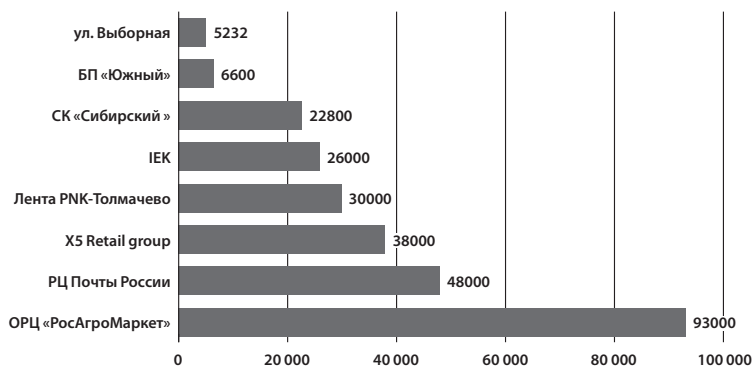


Рис. 3. Планируемый ввод объектов логистического парка в 2019 г.

В 2019 г. основными вновь построенными объектами логистического парка станут ОПЦ «Росагромаркет», распределительный центр Почты России, X5 Retail group, Лента РНК-Толмачево, ИЕК, СК «Сибирский», БП «Южный», ул. Выборная [2]. Большинство этих объектов сконцентрировано в районе промышленно-логистического парка.

На 2020 г. также запланирован ряд крупных проектов: АО Тан-дер (45 тыс. м²), Монро (20 тыс. м²), RBT.RU (26 тыс. м²).

По типу строительства 80 % запланированных объектов на 2019–2020 гг. — это *Build-to-suit* с индивидуальными проектами. Основными их потребителями являются сетевые ритейлеры — продукты, фэшн, электроника. Все компании уже представлены в регионе, это означает, что после ввода своих распределительных центров будет отток с арендованных складов и увеличение предложений на рынке логистических провайдеров.

Ближайшие три года на территории Промышленно-логистического парка Новосибирской области инвесторов и девелоперов ожидает самая высокая конкуренция. Парк «РНК-Толмачево» почти весь застроен, остался небольшой участок под застройку в 30 тыс. м². Ближайший конкурент — СК «Сибирский» — напротив, имеет большую территорию в 134 га с возможностью строительства еще 435 тыс. м² [2]. Несмотря на рекордный объем ввода, прогнозируются новые проекты *Build-to-suit* для ритейла и транспортных компаний, а также увеличение спекулятивных проектов в черте города от 1,5 до 10 тыс. м², направленных на городскую логистику. В течение 2–3 лет прогнозируется активное освоение Восточного промышленно-логистического парка, участков в районе Северного объезда и Пашинского переезда [3].

Новосибирский рынок бизнеса вступил в «эпоху профицита и высокой конкуренции», маржинальность бизнесов по многим направлениям ниже 10 %, это отражается и на рынке логистических провайдеров. Арендаторы требуют более «персонализированных» складов под свои процессы, происходит более тщательная сегментация рынка по удаленности, качеству и назначению склада. На первое место выходит более глубокий SWOT-анализ месторасположения, конкуренции, целевой аудитории и концепции проекта.

Список литературы

1. Новосибирск может столкнуться с дефицитом складов [Электронный ресурс]. — URL: <https://infopro54.ru/news/novosibirsk-mozhet-stolknutsya-s-deficitom-skladov/> (дата обращения: 02.03.2019).
2. Новосибирск ожидает рекордный объем ввода складов за последние 10 лет [Электронный ресурс]. — URL: [ernado, Boris 54, SinklerNsk liked this post](https://www.instagram.com/p/Bv1k1Nk1k1k/) (дата обращения: 02.03.2019).
3. Официальный сайт консалтинговой компании Nazarov & Partners. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.nazarov-partners.com> (дата обращения: 02.03.2019).
4. Склады Новосибирска: итоги 2018 г. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.cre.ru/analytics/74415> (дата обращения: 02.03.2019).

УДК 339.13

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ КОНЬЮНКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

В. В. Салий, д-р экон. наук, профессор

Л. Н. Стребкова, канд. экон. наук, доцент

А. А. Пайвин, студент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрены подходы к исследованию конъюнктуры рынка, которые включают различные экономические, социальные и стратегические аспекты оценки конкурентной среды. Практическое применение этих подходов может помочь предприятиям в определении ключевых областей для развития компетенций по адаптации к рынку и принятии соответствующих управленческих решений.

Ключевые слова: рынок, конъюнктура, конкуренция, потребительский рынок, удовлетворенность, взаимоотношения.

Внешнеэкономические условия последних лет, отражающие отрицательные воздействия, такие как значительное снижение цен на нефть на мировом рынке и экономические санкции, принятые против нашей страны, негативно повлияли на экономику Российской Федерации, затронув, без преувеличения, все сферы экономической деятельности. В частности изменилась конъюнктура потребительского рынка. Но из данных изменений можно извлечь и некоторую

выгоду. Так, альтернативными источниками поставки потребительских товаров в Россию стали Китай, Казахстан, Беларусь. В стране прогрессивными темпами начало развиваться отечественное производство, впервые за два десятилетия. На сегодняшний день повышение уровня жизни и благосостояния населения нашей страны и создание нужных условий для стабилизации национальной экономики считаются первоочередными задачами для нашего государства.

Так как потребительский рынок характеризуют социальные и экономические составляющие народного хозяйства, его динамика и состояние — это индикаторы развития общества, то конъюнктура данного рынка должна воздействовать на уровень жизни населения страны определенным образом. Именно она отражает степень удовлетворения потребительского спроса, уровень потребления населением товаров и услуг. Она считается важной составляющей экономики страны.

Среди показателей, которые характеризуют конъюнктуру потребительского рынка, одним из важнейших является индекс потребительских цен. Его динамика очередной раз подтверждает зависимость уровня жизни населения страны и потребительского рынка от макроэкономических факторов — экономической и политической ситуации в мире.

Конъюнктура рынка и уровень жизни населения являются взаимосвязанными понятиями. Отдельные индикаторы уровня жизни одновременно являются показателями конъюнктуры потребительского рынка. Одной из первоочередных задач для любой страны, в т. ч. и для России, считается создание необходимых условий для стабилизации национальной экономики в целом, а также потребительского рынка, и повышение уровня жизни населения. Несмотря на все негативные проявления со стороны зарубежных стран (повышение курса иностранной валюты, введение экономических санкций против России и т. д.), конъюнктура потребительского рынка страны, как и основные показатели уровня жизни, не претерпела значительных изменений. Предложение потребительских товаров на российском рынке компенсировалось альтернативными источниками поставок продукции из таких стран, как Китай, Казахстан, Беларусь и др., а также развитием собственного производства потребительских

товаров. Это явление относится к политике импортозамещения, проводимой в последние годы в нашей стране. В некоторых случаях это привело к росту цен на соответствующие виды товаров и снижению их потребления, но тем не менее, по данным официальной статистики, значение индекса потребительских цен не превысило критического уровня инфляции. По указанной выше причине динамика цен и курса иностранных валют малозначительно повлияла на индикаторы уровня жизни населения страны. То есть наблюдается слабая или умеренная корреляция отдельных показателей уровня жизни населения и показателей конъюнктуры рынка.

В теории управления организациями выделяют следующие основные подходы, используемые российскими компаниями в исследовании конъюнктуры потребительского рынка: плановый (аналитический), сетевой и ориентированный на действие (предпринимательский). Существующая классификация подходов определяет поведение организаций, а следовательно, и их отношение к формированию механизмов адаптации к внешней конкурентной среде [1].

Плановый (аналитический) подход заключается в планировании внутренней среды компании для противостояния неблагоприятному окружению. При этом подходе организации осуществляют сбор информации о конкурентной среде посредством мониторинга или специально организованного маркетингового исследования, проводят анализ собранных данных и разрабатывают управленческие решения, которые позволят адаптироваться к внешней среде.

Сущность сетевого подхода — построение долгосрочных взаимовыгодных отношений организации с внешним миром существующими и потенциальными партнерами, клиентами, органами власти, всеми заинтересованными сторонами. Согласно сетевому подходу, рынок представляет собой совокупность конкретных субъектов рынка, которые, взаимодействуя, создают долговременные связи друг с другом на основе взаимного доверия.

Основными инструментами анализа и получения новых знаний о субъектах рынка являются качественные методы сбора и анализа данных: кейсы и моделирование, исторический анализ (экстраполяция), интервью, эксперимент, наблюдение и др.

Подход, ориентированный на действие, является альтернативной первым двум: предприниматели зачастую не хотят заниматься планированием или изучением сетевых отношений, а предпочитают принимать решения, основываясь на своей интуиции и практическом опыте. В условиях, когда конкурентная среда является нестабильной, предприятие вынуждено быстро реагировать на меняющиеся условия, а потому не может заниматься планированием и развитием долгосрочных отношений.

Использование данного подхода не предполагает сбор и обработку данных с помощью математических или экономико-статистических методов, исследование носит субъективный характер, основанный, как правило, на экспертной оценке. В итоге можно говорить о самостоятельности каждого из подходов — они акцентируют внимание на разных аспектах оценки конкурентной среды (количественные и качественные показатели, структура рынка, взаимоотношения участников рынка, интерпретация направлений развития конкурентной среды и т. д.).

Для получения максимально подробной информации необходимо обеспечить использование всех трех подходов.

Аналитический подход. Его основным преимуществом при оценке конкурентной среды является возможность количественной оценки ее экономических параметров, которая включает оценку динамики продаж и прибылей компании, совокупного дохода от продаж продукции или услуг, рыночной доли компании. Поэтому изучение конкурентной среды компании связывают с определением существующих конкурентов, оценкой их рыночных долей, расчетом показателей концентрации рынка, изучением востребованности населением в целом и отдельными его сегментами предлагаемых товаров и услуг, а, соответственно, и прибыльности отдельных сегментов рынка [1].

При определении линии поведения на рынке организации ставят целью не только получение экономических результатов, но и повышение конкурентоспособности продукции, ее дифференциацию, более удачное позиционирование, а это стратегические задачи, которые ориентированы на долгосрочные результаты. В этой связи при оценке конкурентной среды организации проводят сравнительный анализ конкурентных стратегий, цен конкурентов, их динамики,

уровня дифференциации продуктов, оценивают факторы, влияющие на предприятие, разрабатывают маркетинговый инструментарий воздействия и адаптации к внешней среде, в т. ч. связанный с развитием ключевых компетенций. Успех предприятия на рынке во многом зависит от наличия не просто постоянных, а именно лояльных клиентов. В этой связи удовлетворенность потребителей является одним из наиболее важных критериев деятельности компании и определяет ее эффективность.

Только когда потребитель максимально доволен купленным товаром, можно рассчитывать на то, что он совершит повторную сделку. Поэтому организации значительное внимание уделяют оценке удовлетворенности населения возможностью выбора товаров и услуг, уровнем цен, качеством товаров и услуг, их уровню доверия и лояльности торговым маркам и организациям.

Источником информации об уровне удовлетворенности населения товарами и услугами могут послужить данные специально организованных маркетинговых исследований, а также данные мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров, работ и услуг. Результаты мониторинга отражают уровень удовлетворенности населения качеством, ценой, предложением и возможностью выбора услуг на рынках, включенных в перечень приоритетных и социально значимых рынков для содействия развитию конкуренции. Информация об уровне удовлетворенности населения по отдельным группам товаров и услуг может послужить основой для разработки системных мероприятий по выявлению возможностей повышения предложения и качества на рынке товаров и услуг [2].

Сетевой подход. При реализации данного метода оценки конкурентной среды в качестве основного объекта анализа рассматривается не предприятие, а его отношения с контрагентами. Главной целью является укрепление позиции организации и контроль над взаимодействием с другими бизнес-субъектами, что обеспечивает установление выгодных и эффективных связей.

Основная выгода от взаимоотношений — получение доступа к ресурсам, технологиям, информации компании-партнера. В качестве экономических параметров оценки конкурентной среды можно рассмотреть число альтернативных партнеров (в том числе единичных

и сетевых взаимоотношений), их долю в объеме продаж или закупок, а также эффективность межфирменных отношений. Количественными показателями экономической эффективности выступают функция прибыли, объемы и ритмичность покупок, потенциал потребителей, выполнение плана закупок, сокращение затрат, сохранение клиентской базы и др.

Стратегическая ценность взаимоотношений определяется тем, насколько они позволяют компании получить стратегические преимущества, сосредоточить усилия на развитии ключевых компетенций, рационально распределить ресурсы. В качестве стратегических результатов можно выделить следующие: опыт, формат, стабильность взаимоотношений, репутация и имидж участников рынка, выбор стратегии взаимоотношений с ключевыми участниками рынка, реализация стратегических целей организации, оптимальное распределение ресурсов, развитие стратегии взаимоотношений с партнерами и клиентами и др. [3]

Социальный аспект взаимодействия связан с созданием доверительных, открытых и, следовательно, долгосрочных и более эффективных взаимоотношений. Ориентация на достижение конкурентного преимущества на основе взаимодействия между партнерами ведет к постепенному созданию уникальной культуры взаимоотношений, оказывающей поддержку, облегчающей решение конфликтных ситуаций, ускоряющей решение вопросов, требующих согласования. Основные социальные результаты, которые достигаются от развития системы внешних взаимоотношений организации: уровень доверия, лояльности, удовлетворенность участников рынка, готовность предоставить информацию, открытость для сотрудничества, степень удовлетворенности каждой из фирм взаимодействием с партнером и т. п.

Подход, ориентированный на действие, исходит из способности фирмы к поиску и реализации новых рыночных возможностей, к быстрому реагированию на угрозы со стороны внешней среды. Каждый участник рынка преследует свои интересы и использует свой инструментарий для получения информации. Каждое «столкновение» участников приносит новый опыт для менеджеров и формирует новые знания, которые могут быть использованы в будущем [1].

Экономический аспект оценки конкурентной среды при использовании этого подхода связан с экспертной оценкой тенденций развития рынка, входных и выходных барьеров, на основе знаний менеджеров организаций, полученных через интерактивное взаимодействие с участниками рынка. В качестве измерителей адаптации могут выступать структурированные показатели адаптации продукта, производственного процесса и технологий, логистических схем и уровней запасов, разработка совместной распределительной системы, изменения в системе планирования и контроля.

В основе стратегического анализа и планирования развития конъюнктуры рынка лежит прогнозирование, которое необходимо для определения перспектив реализации и получения прибыли. Естественно, прогнозы являются важнейшим критерием целесообразности расширения конкретных рынков товаров и услуг. На основании опыта, интуиции, результатов прогнозирования осуществляется выбор стратегических альтернатив, формируются конкурентные преимущества, ведется работа по доступу и контролю ресурсов.

При рассмотрении социальных результатов необходимо исходить из того, что географические, социально-экономические, культурные и другие отличия между сторонами приводят к появлению различного рода дистанций между участниками рынка, что, в свою очередь, может привести к появлению напряжения и непонимания между ними, а также к развитию различных конфликтных ситуаций. Одним из факторов, определяющих эффективное сотрудничество, а также показателем высокого уровня доверия и лояльности является открытый обмен информацией. К наиболее значимым сведениям можно отнести информацию о продукции, ассортименте, ценах, поставках и т. д.

Рассмотренные методы оценки состояния и развития конкурентной среды имеют несколько преимуществ. Они могут быть использованы для описания экономических, стратегических и социальных аспектов оценки состояния и развития конкурентной среды. Не рассматривая подробно аналитические инструменты, необходимо заметить, что возможна адаптация существующих методов, приемов, технологий анализа и прогнозирования конкурентной среды и интеграция их в единую методологию системного исследования.

Список литературы

1. Бушуева Л. И. Комплексная модель оценки состояния и развития конкурентной среды на региональном рынке потребительских товаров и услуг // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2018. — № 5 [Электронный ресурс]. — URL: http://intellekt-izdanie.osu.ru/arch/n-5_2018.pdf (дата обращения: 07.03.2019).
2. Данилов А. А., Данилова В. А. Совершенствование организационно-экономических механизмов управления региональным потребительским рынком // Сервис +. — 2012. — № 3 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-organizatsionno-ekonomicheskikh-mehanizmov-upravleniya-regionalnym-potrebitelskim-rynkom> (дата обращения: 07.03.2019).
3. Попова Ю. Ф. Сетевые отношения на промышленных рынках: результаты исследования российских компаний // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. — 2010. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevye-otnosheniya-na-promyshlennyh-rynkah-rezultaty-issledovaniya-rossiyskih-kompaniy-1> (дата обращения: 07.03.2019).

УДК 339.1

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОММЕРЧЕСКИХ РИСКОВ В ТОРГОВЛЕ

Л. Н. Стребкова, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрены методы оценки коммерческих рисков торгового предприятия, каждый из которых имеет свои преимущества и ограничения. Выбор того или иного метода зависит от вида решаемой управленческой задачи, а также от количества и качества имеющейся информации. Описаны примеры использования метода экспертной оценки, статистического метода и «дерева решений» для анализа рисков, связанных с получением предприятием прибыли.

Ключевые слова: риск, оценка, анализ, метод, коммерческий риск, вероятность, потери.

Коммерческий риск возникает в процессе реализации товаров и услуг и может быть обусловлен такими причинами, как резкое снижение спроса, потеря части основных клиентов, изменение конъюнктуры рынка, усиление конкуренции, возникновение непредвиденных затрат, которые могут быть вызваны повышением цен поставщиками и т. п. [1].

Ключевым этапом в процессе анализа коммерческих рисков после их идентификации является оценка степени риска, которая может быть представлена вероятностью наступления рискового события и величиной возможных потерь. Существует большое количество статистических, аналитических, экспертных и других методов оценки коммерческих рисков. Однако немногие из них можно с легкостью применить на практике. Среди весьма распространенных и не имеющих особых ограничений к их использованию можно назвать метод экспертной оценки, статистический метод и метод дерева решений. Рассмотрим ниже задачи оценки коммерческих рисков в торговле с помощью данных методов.

Метод экспертной оценки

Для проведения анализа рисков торговых предприятий методом экспертной оценки руководителям фирм были предложены анкеты, в которых необходимо было указать вероятность реализации рисков и величину возможных последствий. Ниже приведены результаты опроса 25 руководителей торговых компаний (табл. 1). Вероятность риска оценивалась по шкале от 1 до 100 %, величина потерь от 1 до 6 баллов (1 — минимальный уровень потерь, 6 — максимальный уровень потерь).

Таблица 1

Оценка степени риска

Риск	Вероятность риска, %	Величина потерь, баллы
Недополучение прибыли, в т. ч. риск банкротства	30	6
Отказ покупателя от заказанного товара	20	4
Недополучение заказанных у поставщиков товаров	15	5
Неверное установление цены	15	2
Недополучение и несвоевременное получение денежных средств за реализованные товары	10	1

Как видно из табл. 1, наиболее вероятным, по мнению опрошенных, является риск недополучения прибыли, реализация которого, в свою очередь, порождает риск банкротства. Отказ покупателя от заказанного товара также является очень вероятным событием, практически каждый пятый клиент меняет свое решение о покупке.

Для оценки рисков нельзя использовать только показатель вероятности, т. к. возможны ситуации, когда маловероятные события могут иметь крайне серьезные последствия, и наоборот, весьма вероятные риски не представляют существенной угрозы для жизнедеятельности предприятия. Поэтому для более полной характеристики риска следует оценить величину потерь, которые может понести предприятие в случае реализации того или иного коммерческого риска.

Видно, что наиболее существенные потери сопровождаются такими рисками, как риск банкротства и недополучения прибыли, риск недополучения заказанных товаров у поставщиков и риск отказа покупателей от совершения покупки. Эти риски имеют также и более высокую вероятность их проявления, поэтому им необходимо уделить особое внимание при разработке соответствующих управленческих мер, которые должны быть направлены как на снижение вероятности возникновения рисков, так и на минимизацию их последствий [2].

Статистический метод

Одним из наиболее распространенных рисков на любом предприятии является риск недополучения прибыли. Для оценки этого риска используем статистический метод анализа, основываясь на показателях деятельности предприятия за год (табл. 2).

Таблица 2

Прибыль предприятия за 2018 год

месяц	Прибыль, руб.
январь	1216 000
февраль	1200 000
март	1530 000
апрель	1920 000
май	1760 000
июнь	2240 000
июль	2800 000
август	3200 000
сентябрь	2400 000
октябрь	2160 000
ноябрь	2080 000
декабрь	2080 000

Среднее ожидаемое значение прибыли можно найти посредством вычисления средней арифметической, оно будет равно 2048 833 руб.

Для более точной оценки необходимо измерить колеблемость возможного результата, т. е. степень отклонения ожидаемого значения от средней величины, для ее определения обычно вычисляют среднеквадратическое отклонение. В данном случае оно будет равно 163 119 руб.

Таким образом, ожидаемый уровень прибыли составит от 1885 714 руб. до 2211 952 руб.

Для оценки колеблемости уровня прибыли от наиболее вероятной величины вычислен коэффициент вариации, рассчитанный как отношение среднеквадратического отклонения к средней арифметической. Он равен 7,96 %.

Чем выше коэффициент вариации, тем сильнее колеблемость признака. В нашем случае значение коэффициента менее 10 %, а значит можно сделать вывод о слабой колеблемости. Чем меньше коэффициент вариации, тем ниже риск получения прибыли гораздо меньше среднего значения [3].

По результатам расчетов можно сделать вывод о том, что данный риск недополучения предприятием прибыли невысок и возможные результаты коммерческой деятельности фирмы находятся в безрисковой зоне.

Метод дерева решений

Следующий метод анализа риска, возможно, один из наиболее распространенных на практике. Речь идет о дереве решений и его применении для анализа риска проектов и принятия решений по выбору альтернатив.

Применительно к работе торгового предприятия чаще всего метод дерева решений при анализе рисков используется при выборе нового направления деятельности либо при включении новой товарной группы в ассортимент. Для примера возьмем торговую организацию, которая планирует освоить торговлю одной из двух товарных групп.

Оценка данных альтернатив будет происходить по вероятности получения прибыли за месяц. По каждой из альтернативных товарных групп получены данные по вероятности получения определенного размера прибыли, которые представлены в таблице 3.

Таблица 3

Вероятность получения прибыли

Альтернатива	Вероятность	Прибыль, руб.
Товарная группа 1	0,8	200 000
	0,2	400 000
Товарная группа 2	0,7	75 000
	0,3	150 000

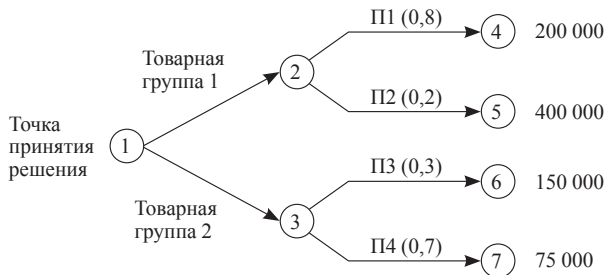
По представленным данным, характеризующим разные альтернативы принятия управленческого решения о продвижении нового товара, необходимо построить соответствующее дерево решений (рис.). Далее нужно рассчитать возможную прибыль от нового направления для каждого из вариантов.

Ожидаемая возможная прибыль для случайного узла 2 «Товарная группа 1»: $(200\ 000 \times 0,8) + (400\ 000 \times 0,2) = 240\ 000$ руб.

Ожидаемая возможная прибыль для случайного узла 3 «Товарная группа 2»: $(150\ 000 \times 0,3) + (75\ 000 \times 0,7) = 97\ 500$ руб.

Таким образом, наиболее предпочтительным вариантом является внедрение в ассортимент предприятия товарной группы 1.

Дерево решений



Безусловно, принятие решения о выборе нового товара для реализации не должно основываться только на оценке наиболее вероятной величины возможной прибыли. Необходимо учесть также ряд других факторов, например: каков уровень предложения подобного

продукта на рынке, каковы предпочтения потребителей, какой гарантирован им уровень качества товара и сервиса, какие необходимы первоначальные затраты, налажены ли связи с поставщиками и посредниками.

При использовании любого метода оценки рисков не стоит ограничиваться одним, т. к. один метод не может охватывать все факторы, влияющие на работу предприятия, при принятии решения нужно использовать комплексный подход к оценке альтернатив и связанных с ними рисков.

Использование предложенных методов анализа и оценки рисков должно способствовать эффективному принятию решений, а именно, достижению максимально возможной прибыли при приемлемом уровне коммерческого риска.

Список литературы

1. Спивак Е. А., Никишин А. Ф. Коммерческие риски в современной торговле // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — №10 (62) [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommercheskie-riski-v-sovremennoy-torgovle> (дата обращения: 07.03.2019).
2. Стребкова Л. Н. Маркетинговые исследования в оценке предпринимательских рисков // Российское предпринимательство. — 2012. — № 17 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-issledovaniya-v-otsenke-predprinimatelskih-riskov> (дата обращения: 07.03.2019).
3. Фомин Г. П. Формальные методы оценки рисков в торговле // Вестник РЭА им. Г. В. Плеханова. — 2018. — № 5 (101) [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formalnye-metody-otsenki-riskov-v-torgovle> (дата обращения: 07.03.2019).

УДК. 338.24

РАЗРАБОТКА БАЗОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

А. Е. Трейго, студент

Научный руководитель В. Я. Зиннер, канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматривается процесс разработки базовой стратегии организации через выявление сильных и слабых сторон и построение дерева целей. Отличие предложенной методики от предшествующих состоит в изменении последовательности выбора базовой стратегии организации. Похожие исследования проводились И. К. Ларионовым и В. А. Кашинным, однако постановка целей и задач деятельности организации осуществлялась после выбора базовой стратегии.

Ключевые слова: стратегия, стратегический менеджмент, стратегическое планирование, стратегическая концепция, стратегия развития.

Разнонаправленное влияние экзогенно генерируемых факторов на оперативное и долгосрочное развитие предприятий, общая динамичность современной экономики и турбулентные изменения мировых и национальных рынков требуют более глубокого исследования процессов разработки долгосрочной стратегии развития компаний как части стратегического менеджмента. Под стратегическим менеджментом принято понимать функцию управления, которая распространяется на длительные цели и функционирование организации [1; 2; 3; 4].

ООО «ХимСнабКомпозит» начал свою историю с создания ООО «НГК Сибирь» в 2003 году. Таким образом, данное предприятие обладает 15-летним опытом по продаже сырья для производства композитных материалов.

Прежде чем осуществить выбор базовой стратегии организации, необходимо провести анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз. Для этого воспользуемся методом SWOT-анализа.

SWOT-анализ ООО «ХимСнабКомпозит» представим в таблице.

SWOT анализ ООО «ХимСнабКомпозит»

	<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение перечня выполняемых работ (товаров); 2. Выход на новые сегменты рынка; 3. Использование новых технологий в производстве. 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность появления новых конкурентов; 2. Неблагоприятная политика государства; 3. Изменение потребностей покупателей; 4. Инфляция
<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Квалификация персонала; 2. Высокие производственные возможности; 3. Инновационная деятельность 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Игра на инновационном рынке с большой рентабельностью; 2. Увеличение объемов продаж за счет выхода на новые сегменты рынка; 3. Диверсификация — хороший инструмент для снижения зависимости от внешней среды 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка оптимальных вариантов действий на изменения; 2. Усиление своих позиций на рынке; 3. Гибкость в области закупок
<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень затрат; 2. Слабый управленческий аппарат; 3. Отсутствие необходимых финансовых средств 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение рынка путем исследования и прогнозирования; 2. Повышение квалификации и обучение персонала; 3. Привлечение дополнительных покупателей за счет рекламы товаров-новинок 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение адаптации к политике государства за счет повышения квалификации персонала; 2. Стимулирование спроса с помощью гибких цен

На основе анализа матрицы SWOT компания пришла к следующим выводам:

- конкуренция на рынке продажи сырья для ПКМ сильна и будет расти с каждым годом;
- рентабельность отрасли слишком мала для быстрого развития организации и ее конкуренции с сильнейшими игроками;
- ООО «ХимСнабКомпозит» обладает колоссальным опытом в сфере запуска производств, что позволит предприятию использовать кадровый потенциал и квалификацию специалистов для запуска собственного производства;
- рентабельность производства инновационного продукта в России находится на довольно высоком уровне, и в отрасли серийного производства ПКМ достигает в среднем 55 %;

- открытие производства позволит увеличить объем закупки материалов у основного поставщика, что снизит закупочную цену;
- открытие производства нового уникального продукта позволит «подстраховаться» от негативного воздействия внешней среды на основную сферу деятельности.

На основании проведенного анализа предприятие выбрало стратегию диверсификации как наиболее эффективную и возможную в сложившейся ситуации. Для ООО «ХимСнабКомпозит» очевидным выбором является вертикальная стратегия диверсификации по цепочке вверх, т. е. переработки сырья для ПКМ в композитные материалы. Это позволит предприятию увеличить объемы закупки сырья, что даст более низкие цены на продажи сырья для производства ПКМ и преимущества в себестоимости при производстве КМ. Данная стратегия позволит использовать кадровый потенциал и получить превосходство в отрасли благодаря огромному опыту, более низким ценам на сырье и постоянной технической поддержке со стороны поставщика — производителя смол Scott Bader.

Таким образом, на данный момент предприятие находится в кризисном положении и необходимо оперативно устранять ситуацию. Во время анализа был сделан вывод о неэффективном использовании ресурсов предприятия, т. к. несмотря на существенное увеличение объема продаж рост себестоимости превысил рост выручки. Для улучшения показателей предприятию необходимо усилить контроль за соблюдением технологии и расходом сырья, обеспечить сохранность материальных ценностей и усилить кадровую политику. Необходимо искать новые методы увеличения прибыли и в первую очередь работать над повышением рентабельности — как минимум за счет снижения издержек и совершенствования культуры и технологии производства.

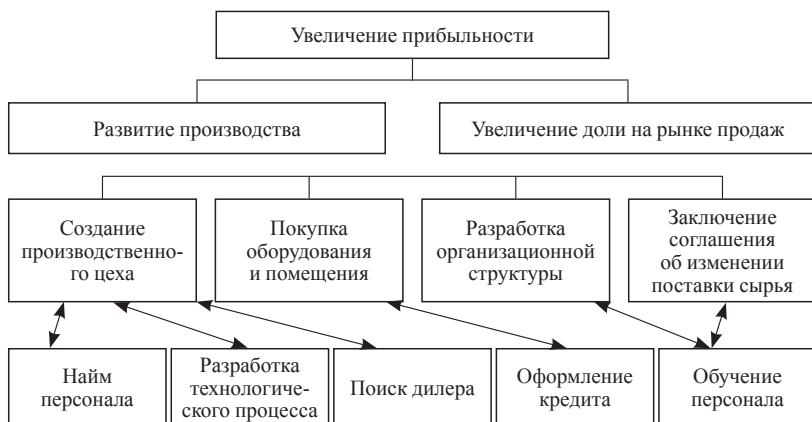
Действующая стратегия развития предприятия неактуальна, т. к. не учитывает те изменения во внешней среде, которые произошли на рынке сырья для ПКМ в России. На основании проведенных анализов было принято решение о разработке стратегии диверсификации производства.

Анализируя мировой рынок ПКМ, организация пришла к выводу, что в России нет производства стеклопластиковых настилов,

а вся продукция завозится из-за границы. Это даёт дополнительное преимущество в виде отсутствия конкурентов производителей и более выгодного ценового предложения на рынке по сравнению с конкурентами импортерами. Поэтому организация приступила к разработке стратегии диверсификации по открытию в России производства стеклопластикового настила.

На основании проведенного анализа руководство предприятия приняло решение о разработке стратегии развития, построенной на модели стратегии диверсификации деятельности. Данный вид является одной из конкурентных стратегий, подчиненный корпоративной стратегии Роста. Стратегия диверсификации предполагает расширение видов деятельности и продукции, и при правильном управлении как минимум одна из деятельностей будет эффективна. В соответствии со стратегией развития была разработана новая организационная структура предприятия. Для структурирования целей и задач было сформировано дерево целей и задач, представленное на рис.

Дерево целей и задач



Действующая миссия ООО «Химснаб Композит» — популяризация отрасли производства композитных материалов и получение прибыли от продажи сырья для производства — полностью соответствует

новой стратегии развития, поэтому не требует корректировки. Была разработана глобальная цель — увеличение прибыльности бизнеса.

Таким образом, стратегию можно считать действенной. Выбранный продукт является актуальным и новым для России, персонал обладает колоссальным технологическим опытом по наладке производства. Размещение производства в Новосибирске позволяет минимизировать затраты на заработную плату и сократить стоимость и сроки доставки при работе с клиентами с Дальнего Востока. Имея склад в Москве, можно обеспечивать там складской минимум для оперативной доставки клиентам из Европейской части России.

Список литературы

1. Керцнер Г. А. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами: учеб. пособие / Г. А. Керцнер, 2-е изд. — М.: МИСИ-МГСУ, 2018. — 321 с.
2. Кашин В. А. Стратегическое управление финансами: как добиться личного финансового благополучия / В. А. Кашин, В. В. Панков, В. И. Перов — М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016. — 176 с.
3. Ларионов И. К. Стратегическое управление / Под ред. И. К. Ларионов, 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2017. — 234 с.
4. Фомичев А. Н. Стратегический менеджмент: Учебник для вузов / Фомичев А. Н. — М.: Дашков и К, 2018. — 468 с.

УДК 334.735 (571.56)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

Я. Н. Унарова, ст. преподаватель

Якутский филиал Сибирского университета потребительской кооперации, г. Якутск, Россия

В статье представлены результаты исследования потребителей по оценке деятельности потребительской кооперации в Республике Саха (Якутия) с целью повышения качества работы потребительских обществ.

Ключевые слова: потребительская кооперация, потребители, пайщики.

В Республике Саха (Якутия) на данный момент потребительская кооперация представлена Союзом потребительских обществ «Холбос», входящим в состав Центросоюза Российской Федерации. На конец 2018 г. общее количество пайщиков по системе потребительской кооперации республики составило 30 тыс. человек [1]. Средний паевой взнос по системе составляет 700 рублей. Но в последнее время наблюдается снижение количества пайщиков, следовательно, потребительским обществам необходимо вести активную работу по удержанию пайщиков и привлечению новых.

Потребительская кооперация имеет богатый многолетний опыт хозяйствования в республике с 1918 г. Несмотря на это, в потребительской кооперации республики уже нет собственных оптовых торговых баз, во многих районах работа прекращена, заготовительная деятельность сведена к минимуму, фактически деятельность потребительских обществ ограничена розничной торговлей и хлебопечением.

С целью оценки деятельности потребительских обществ в течение 2018 г. был проведен опрос потребителей по следующим критериям:

- качество выпускаемой продукции, внешний вид и дизайн товара, цена на продукцию;
- качество предоставляемых услуг: розничной торговли, переработки продукции, общественного питания и бытовых услуг;
- оценка работы потребительского общества в целом.

В выборку вошли 280 респондентов из 8 улусов города Якутска и его пригорода. География проживания представлена на рис. 1.

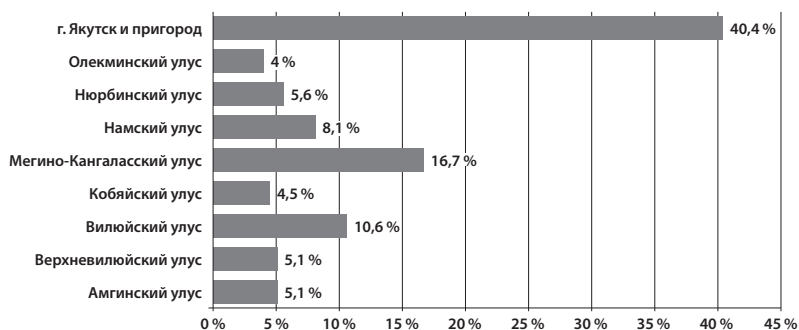


Рис. 1. Распределение респондентов по месту проживания, %

Из опрошенных респондентов 36,2 % являются пайщиками потребительских обществ, остальные 63,8 % являются потребителями.

На вопрос, какими услугами потребительских обществ пользуются респонденты, были получены следующие ответы (рис. 2).

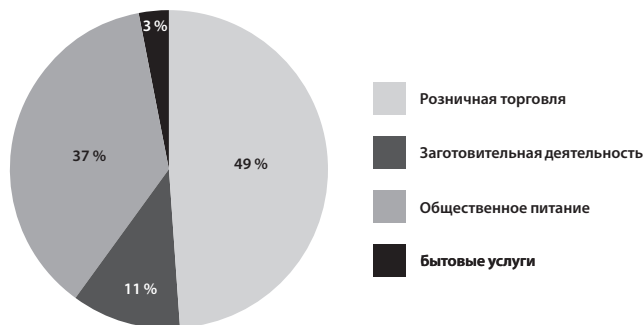


Рис. 2. Предпочтения респондентов по видам услуг, оказываемых потребительскими обществами, %

Итак, респонденты в основном предпочитают услуги розничной торговли — 49,2 %, общественного питания — 36,9 %, менее всего пользуются спросом заготовительная деятельность — 10,8 % и оказание бытовых услуг — 3,1 %.

На вопрос, имеют ли отличия услуги потребительских обществ от предоставляемых услуг других предприятий, респонденты ответили следующим образом: имеют отличие — 66,7 %, не имеют отличия — 15,6 %, затрудняюсь ответить — 17,8 %.

Следующим этапом исследования была оценка качества продукции потребительских обществ. По полученным данным рассчитали среднюю оценку по выбранным критериям, которая показана на рис. 3.

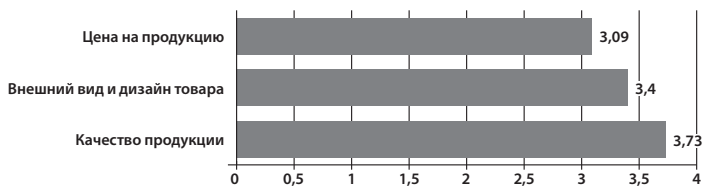


Рис. 3. Средняя оценка выпускаемой продукции потребительскими обществами, в баллах

По полученным данным видно, что респонденты выпускаемую продукцию оценивают в среднем выше 3,4 балла, кроме уровня цены — 3,09 балла, поскольку по сравнению с товарами-аналогами на рынке республики цены на продукцию потребительских обществ немного выше.

Далее респонденты оценили качество предоставляемых услуг потребительскими обществами. Также сопоставили полученные данные и рассчитали среднюю оценку по выбранным критериям (рис. 4):

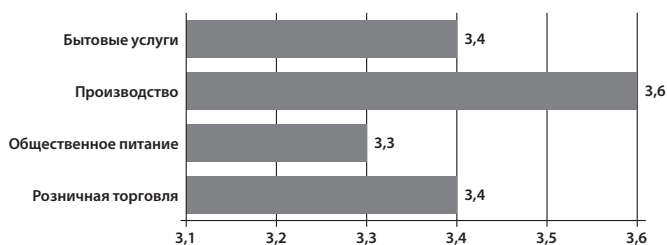


Рис. 4. Средняя оценка качества предоставляемых услуг по видам деятельности потребительских обществ, в баллах

Полученные результаты показывают, что услуги потребительских обществ оцениваются респондентами примерно на одном уровне — в среднем 3,25 балла.

Последним этапом исследования была общая оценка деятельности потребительских обществ, которая показала, что опрошенные в целом оценили их работу на хорошо — 63,6 % (рис. 5).

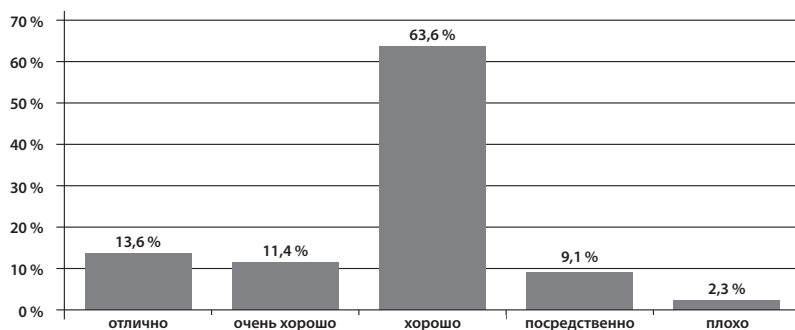


Рис. 5. Общая оценка респондентами работы потребительских обществ

Таким образом, проведенное исследование показывает, что респонденты в основном пользуются услугами розничной торговли и общественного питания. 15,6 % респондентов отмечают, что услуги потребительских обществ не имеют отличия, а 17,8 % затруднились ответить на это вопрос. Немаловажным является и то, что выпускаемая продукция и качество предоставляемых услуг оцениваются только на среднем уровне.

Следовательно, необходимо наметить мероприятия по увеличению числа пайщиков обществ, по повышению узнаваемости потребительских обществ среди обслуживаемого населения, т. е. применение маркетинговых методов и приемов конкурентной борьбы на рынке республики.

На региональном уровне (в союзах потребительских обществ) требуется создание единых служб маркетинга, чтобы консолидировать свои усилия на удержании клиентов, повышении уровня обслуживания, формировании долгосрочных партнерских отношений с потребителями, грамотно отвечать на новые вызовы конкурентов в современных реалиях развития потребительского рынка [2].

Приоритетом в работе потребительских обществ должно стать удовлетворение потребностей пайщиков и потребителей, тем самым осуществляется социальная миссия потребительской кооперации.

Список литературы

1. Холбос. Путь длиною в столетие / [редкол.: П. Н. Мишкин, Н. Попова, А. М. Колодезникова]. — Якутск: Сахаада, 2018. — 304 с.
2. Унарова Я. Н. Маркетинговый подход к развитию потребительской кооперации в России // Инновации—наука—образование: пути устойчивого развития: Материалы IV Всероссийской (очно-заочной) научно-практической конференции, Дербент, 25–26 июня 2013 г. — Дербент: Изд-во Филиала ФГБОУ ВПО «ДГТУ», 2013. — С. 154–157.

СТРАХОВЫЕ ВЗНОСЫ: СПОРНЫЕ ВОПРОСЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*О. А. Чистякова, канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассмотрены отдельные вопросы в области страховых взносов на основании анализа действующего в настоящее время законодательства. Автором раскрыты и обоснованы достаточно спорные вопросы, касающиеся объектов обложения налоговой базы по страховым взносам. Раскрыты вопросы, связанные с уплатой взносов с выплат иностранным работникам и самозанятых лиц, дополнительные тарифы за вредность и представлены рекомендации по правильному исчислению данного налога.

Ключевые слова: страховые взносы, самозанятые лица, иностранные работники, дополнительные тарифы, субъекты малого и среднего предпринимательства.

Малый и средний бизнес (далее СМП) может как использовать общий режим налогообложения, так и применять определенные льготы, которые установлены законодательно. В частности, СМП могут применять специальные налоговые режимы, а средний бизнес может использовать отраслевые льготы по другим налогам, например по страховым взносам.

Организации и индивидуальные предприниматели, применяющие упрощенную систему налогообложения и осуществляющие начисление выплат и вознаграждений физическим лицам, в силу пп. 1 п. 1 ст. 419 НК РФ признаются плательщиками страховых взносов:

- на обязательное пенсионное страхование;
- обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством;
- обязательное медицинское страхование [1].

При исчислении страховых взносов «упрощенцами» — работодателями используются общие тарифы, установленные ст. 426 НК РФ:

- на обязательное пенсионное страхование:
- в пределах установленной предельной величины базы для исчисления страховых взносов на ОПС (1 021 000 руб.) — 22 %;

— свыше установленной предельной величины базы для исчисления страховых взносов на ОПС — 10 %;

— на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством:

— в пределах установленной предельной величины базы для исчисления страховых взносов по данному виду страхования (855 000 руб.) — 2,9 %;

— в отношении выплат и иных вознаграждений в пользу иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих в РФ, в пределах установленной предельной величины базы для исчисления страховых взносов по данному виду страхования — 1,8 %;

— на обязательное медицинское страхование — 5,1 %.

Отдельные же экономические субъекты, которыми выполняются требования, установленные пп. 5 п. 1, пп. 3 п. 2 и п. 6 ст. 427 НК РФ, могут воспользоваться пониженными тарифами страховых взносов.

К плательщикам взносов относят две категории лиц — это лица, производящие выплаты другим физическим лицам (организации, индивидуальные предприниматели, адвокаты, нотариусы и т. д.), а также лица, не производящие выплаты физическим лицам (индивидуальные предприниматели, которые сами на себя работают, адвокаты, нотариусы, арбитражные управляющие и еще ряд лиц, которые осуществляют такую самозанятость) [1].

Согласно пп. 1 п. 1 ст. 420 НК РФ, объект налогообложения страховыми взносами — выплаты в рамках трудовых отношений. В целом это не только выплаты по трудовому договору. Это любые выплаты, которые производит работодатель в пользу работника только потому, что у них есть трудовые отношения. В частности, есть ряд выплат, которые не зафиксированы в трудовом договоре, но они были произведены. К ним относятся выплаты, произведенные на основании приказа руководителя или указанные в коллективном договоре или в каком-то ином акте организации. И связанные, естественно, с наличием трудовых отношений.

Например, работодатель купил путевку работнику. Данная выплата не прописана в трудовом договоре. Соответственно, раз нет этой выплаты в контракте, значит она не облагается. Но если бы не было трудовых отношений, тогда работодатель не стал бы оплачивать

путевку за работника. Поэтому, все, что работодатель производит в пользу работника в той или иной форме (натуральной или денежной), считается объектом обложения для страховых взносов.

Есть лица, с которыми субъекты малого и среднего бизнеса заключают договоры подряда, договоры возмездного оказания услуг, следовательно, вознаграждение по таким договорам включается в объект обложения страховыми взносами. Плательщиком является организация и вознаграждение в пользу лиц (исполнителей), которое начисляется за исполнение тех или иных работ или оказание услуг, должно, включаться в объект обложения страховыми взносами.

Есть еще один важный нюанс, который затрагивает ст. 420 НК РФ. Несмотря на то, что объектом у нас являются выплаты в рамках трудовых отношений или по гражданско-правовым договорам, предметом которых являются работы или услуги, эти выплаты должны производиться в пользу застрахованных лиц по соответствующим видам социального страхования. В Российской Федерации есть три закона, в которых поименованы лица, которые являются застрахованными по трем видам страхования [2; 3; 4]. Поэтому выплаты только в их пользу признаются объектом обложения.

Очень распространена в настоящее время ситуация, когда руководитель субъектов малого и среднего бизнеса принимает на работу иностранцев. Поэтому очень важно для бухгалтера знать, что существуют абсолютно разные подходы в исчислении взносов с иностранцев и с уплатой с доходов граждан иностранных государств налога на доходы физических лиц (далее НДФЛ). В НДФЛ применяется принцип резидентства. Бухгалтер определяет количество дней нахождения иностранных граждан на территории Российской Федерации. В отношении страховых взносов вообще принцип резидентства не имеет никакого значения, мы не применяется. Для бухгалтера важно, застрахованное он лицо в системе обязательного пенсионного, обязательного социального и обязательного медицинского страхования или не является таким застрахованным лицом.

Следовательно, необходимо знать, к какому статусу в части федерального закона от 25 июля 2002 года № 115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» относится работник. Иностранцы делятся на три категории: временно

пребывающие (мигранты), временно проживающие (те, кто имеет разрешение на временное проживание), постоянно проживающие (те, кто имеет вид на жительство — они застрахованы так же, как и российские граждане).

Для постоянно проживающих иностранных граждан — и по обязательному пенсионному, и по обязательному социальному страхованию на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством, на медицинское страхование начисляют на выплаты в их пользу взносы. Здесь исключений нет.

Временно проживающие иностранцы по обязательному пенсионному страхованию застрахованы, а по обязательному страхованию на случай временной нетрудоспособности застрахованы, если работают по трудовому договору. Тарифы применяют те же самые как к выплатам в пользу российских граждан (пп. 1 п. 1 ст. 420 НК РФ, п. 1 ст. 7 ФЗ от 15.12.2001 № 167-ФЗ, ст. 10 ФЗ от 29.12.2006 № 225-ФЗ, ст. 3, 5. п. 1 ст. 20.1 ФЗ от 24.07.1998 № 125-ФЗ). Для обязательного медицинского страхования очень важно понимать, является ли он высококвалифицированным иностранным специалистом (далее ВКС) или не высококвалифицированным иностранным специалистом. Практически все приглашенные профессора из-за рубежа, которые преподают в университетах — это высококвалифицированные специалисты. Следовательно, временно проживающих иностранцев со статусом ВКС не страхуют в системе обязательного медицинского страхования (пп. 1 п. 1 ст. 420 НК РФ, ст. 10 ФЗ от 29.11.2010 № 326-ФЗ). Въезжая на территорию Российской Федерации иностранец имеет свою медицинскую страховку, взносы на обязательное медицинское страхование (далее ОМС) на выплаты в его пользу не начисляют. Если работник не ВКС, а обычный временно проживающий гражданин, то соответственно, взносы на ОМС начисляют в его пользу.

Исчисление и уплата страховых взносов самозанятыми лицами также имеет свои особенности. В первую очередь необходимо определить доходность для определения размера взносов на обязательное пенсионное страхование. Если доход такого плательщика как индивидуального предпринимателя, адвоката, нотариуса, медиатора, арбитражного управляющего не превышал 300 тыс. рублей,

то этот размер взносов увязывался с минимальным размером оплаты труда (далее МРОТ) умножением на соответствующий тариф. В 2018 г. подход был изменен. МРОТ уже не участвует в определении размера страховых взносов для этой категории плательщиков. Принято решение для тех, у кого доход не превышает 300 тысяч рублей, установить фиксированный платеж в Пенсионный Фонд России в размере 26 545 рублей за расчетный период 2018 года. Это взносы на обязательное пенсионное страхование (далее ОПС), которые должно заплатить физическое лицо, осуществляющее самостоятельно без наемных работников свою предпринимательскую деятельность (например, ИП — не работодатель) или свою профессиональную деятельность (например, адвокат, нотариус) с доходом до 300 тыс. рублей (пп. 1 п. 1 ст. 430 НК РФ).

Если доход превышает 300 тыс. рублей, то такие плательщики должны дополнительно заплатить взносы на ОПС плюс 1 % от суммы превышения этого дохода, но до определенной величины. Доходы определяются в зависимости от системы налогообложения. Для тех самозанятых лиц, которые находятся на общей системе налогообложения, установлен порядок определения доходов с вычетом расходов (п. 3 ст. 210, пп. 1 п. 9. ст. 430 НК РФ). Если субъекты налогообложения находятся на упрощенной системе налогообложения, то в этом случае НК РФ отсылает к доходам, указанным в ст. 346.15 НК РФ, без вычета расходов, которые установлены ст. 346.16 НК. Для тех, кто на патенте это потенциально возможный доход, соответственно, расходы вычитать не нужно (ст. 346.47, ст. 346.51 НК РФ). Налогоплательщики, находящиеся на ЕНВД, определяют свою доходную базу в зависимости от ведения той или иной деятельности и вмененного дохода для определения величины налога при данном специальном режиме (пп. 4 п. 9 ст. 430, ст. 346.29 НК РФ).

Большая категория плательщиков исчисляет и уплачивает дополнительные тарифы на обязательное пенсионное страхование (далее ОПС), которые уплачиваются плательщиками, применяющими вредные, опасные и тяжелые условия труда для своих работников. Статья 428 Налогового кодекса РФ посвящена тем работодателям, у которых есть работники с правом на досрочную пенсию. Уплата этого тарифа фактически обеспечивает финансирование досрочных

пенсий работникам, занятым во вредных, опасных условиях труда. Существует два списка, в которых перечислены именно те виды работ, на которых заняты работники, выплаты которым работодатели облагают дополнительным тарифом к основному тарифу на ОПС (22 % плюс 10 %), или 6 %, 9 % — два максимальных дополнительных тарифа. Список № 1 — это наиболее вредные условия труда (подземная работа, работа в горячем цеху). Максимальный тариф, когда нет результатов спецоценки — 9 % с выплат лицам, занятым в указанных вредных (опасных) условиях. В списке № 2 находятся работники, обеспечивающие работу на общегородском транспорте, стройке, пожарники, моряки и т. д. (максимальный тариф-6 %). С целью стимулировать работодателя проводить мероприятия, связанные с улучшением условий труда, был принят федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 426 ФЗ «О специальной оценке условий труда» [5]. На основании этого закона можно снизить процент отчислений.

Очень много вопросов возникает у практических работников, которые рассчитывают дополнительные тарифы. Необходимо отметить, есть ли право для формирования досрочной пенсии, в которую не включаются определенные периоды времени (напр. основной или учебный отпуск и др.). Если работник отправлен в учебный отпуск, и он оплачиваемый, то в стаж для досрочной пенсии период этого отпуска не включается. При этом оплата самого учебного отпуска будет облагаться дополнительным тарифом, потому что исключений для обложения дополнительным тарифом на ОПС нет (Письмо ФНС России от 01.10.2018 № БС-4-11/19048). Статья 428 Налогового кодекса РФ не содержит положений по вопросу о том, что облагаются только выплаты за периоды, включаемые в стаж для долгосрочных пенсий. Следовательно, объект обложения тот же, что и по основному тарифу. Важно знать, что никакой предельной величины базы для исчисления дополнительного тарифа не существует.

Если работник частично занят во вредных условиях труда и это закреплено в локальном акте организации, необходимо вести раздельный учет выплат в пользу сотрудника (сколько он заработал за работу во вредных условиях, сколько за работу в нормальных условиях труда).

Рассмотрим ситуацию, когда специальная оценка показала класс условий труда допустимый, оптимальный (ст.14 ФЗ от 28.13.2013 № 426-ФЗ). Важным моментом является устранение вредных факторов. Нельзя устранить опасность полетов летчиков, даже если везде имеются электронные установки.

Данные по классу, подклассу, по специальной оценке необходимо отразить в подразделе 1.3.2 и в подразделе 1.3 расчета по страховым взносам.

Таким образом, автором рассмотрены отдельные вопросы, касающиеся расчета страховых взносов для субъектов малого и среднего предпринимательства, являющиеся ключевыми при определении режима налогообложения и налоговой базы.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.09.2018).
2. Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации: федеральный закон от 15 декабря 2001 № 167-ФЗ (ред. 28.11.2018).
3. Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации: федеральный закон от 29 ноября 2010 № 326-ФЗ (ред. 14.12.2015).
4. Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством: федеральный закон от 29 декабря 2006 № 255-ФЗ (ред.27.12.2018).
5. О специальной оценке условий труда: федеральный закон от 28.12.2013 № 426-ФЗ (ред. от 27.12.2018).

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н. В. Шаланов, д-р экон. наук, профессор, чл.-корр. САН ВШ

О. Н. Шаланова, канд. экон. наук

М. Н. Пешкова, канд. экон. наук

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье предлагается авторский методический подход к оценке предельного налогового бремени предприятия. Под налоговым бременем в данном случае понимается сумма налогов и отчислений. Под ставкой же налогового бремени подразумевается удельный вес налогов и отчислений в выручке предприятия. Предельная ставка налогового бремени предполагает функционирование предприятия в режиме простого воспроизводства.

Ключевые слова: простое воспроизводство, налоговое бремя, ставка налогового бремени, предельная ставка, уровень рентабельности.

Важным аспектом в хозяйственной деятельности любого предприятия является его капиталовложение. Возникает весьма актуальный вопрос: какое налоговое бремя в состоянии нести предприятие? Очевидно, существует такая предельная или максимально возможная ставка налогового бремени, которая позволяет ему осуществлять свою хозяйственную деятельность в рамках простого воспроизводства. При этом, если удельный вес налогов и отчислений превышает эту ставку, то предприятие вынуждено работать в режиме суженного производства, а если же ниже этой ставки — то в режиме расширенного производства [1].

Расширенное воспроизводство дает возможность увеличивать факторы производства, такие, как основные фонды, оборотные средства и численность персонала. Суженное воспроизводство вынуждает недостаток прибыли, идущей на налоги и отчисления, пополнять оборотными средствами, что способствует существенному сокращению производства.

Следовательно, краеугольным камнем в осуществлении эффективной хозяйственной деятельности предприятия выступает оценка возможности предприятия погасить налоги и отчисления и обеспечения расширенного воспроизводства [2].

Нами предлагается методический подход к определению предельной ставки налогового бремени. При этом в основу налогооблагаемой базы предприятия положена сумма выручки предприятия как интегральный показатель результата его хозяйственной деятельности [3].

Для определения необходимых характеристик, учитывая сумму выручки и уровень рентабельности предприятия, нужно рассчитать прибыль, которая выражается следующим образом:

$$y = ax,$$

где y — чистая прибыль;

x — сумма выручки предприятия;

a — уровень рентабельности (отношение чистой прибыли к сумме выручки).

Несомненно, что предприятие заинтересовано в максимизации прибыли. В связи с чем, функция, отражающая зависимость прибыли от суммы выручки, вполне может быть использована в моделировании в качестве целевой.

Так как налоги и отчисления взимаются, в конечном счете, с суммы выручки, то можно допустить, что имеет место такой максимально возможный объем налогового бремени (под налоговым бременем, в контексте данной работы, понимается сумма налогов и отчислений в пересчете на сумму выручки) D , который позволяет предприятию функционировать в режиме простого воспроизводства.

Поскольку налоговое бремя, так или иначе, входит в издержки, то его рост способствует увеличению себестоимости выпускаемой продукции, что влечет за собой рост цены на неё.

В этой связи ограничением, которое обеспечивает предприятию функционирование в режиме простого или расширенного воспроизводства, может выступать следующее:

$$\beta x \leq D,$$

где D — сумма налогов и отчислений;

β — существующая ставка налогового бремени предприятия.

Итак, используя целевую функцию и ограничение на объем налогового бремени, можно сформировать задачу условного экстремума:

$$\beta x \leq D$$

$$y = ax \rightarrow \max$$

Решение этой задачи в первоочередном порядке предполагает составление функции Лагранжа:

$$F(x, \lambda) = \alpha x + \lambda (D - \beta x) \rightarrow \min,$$

являющейся функцией двух переменных. Для отыскания ее экстремума необходимо рассчитать частные производные первого порядка и приравнять их к нулю:

$$\begin{cases} \frac{\partial F}{\partial x} = \alpha - \lambda\beta = 0 \\ \frac{\partial F}{\partial \lambda} = D - \beta x = 0 \end{cases}$$

Из первого уравнения полученной системы уравнений выразим множитель Лагранжа λ .

Итак,

$$\lambda = \frac{\alpha}{\beta}$$

Экономический смысл показателя λ состоит в том, что он отражает предельную (максимально возможную) ставку налогового бремени, при которой предприятие способно функционировать в режиме простого воспроизводства при существующем уровне рентабельности α и налоговой ставке β на текущий момент времени.

Если ставка налогового бремени β меньше, чем λ , то предприятие имеет возможность функционирования в режиме расширенного воспроизводства, а если же ставка налогового бремени β превышает предельную λ , то тогда предприятие вынуждено перейти на суженное воспроизводство, что, в конечном счете, может привести к банкротству.

Также нами предлагается методика определения предельной ставки налогового бремени исходя из затратного механизма.

Пусть γ — затраты предприятия на рубль суммы выручки (удельные затраты), тогда γx — суммарные затраты предприятия.

Как известно, сумма выручки состоит из суммы затрат и прибыли, то есть

$$\gamma x + \alpha x = x$$

Предполагается, что при щадящей налоговой политике, чтобы предприятие функционировало в режиме простого воспроизводства,

необходимо соблюдение равенства фактической и предельной ставок налогового бремени, т. е. $\lambda = \beta$.

Из равенства

$$\lambda = \frac{\alpha}{\beta}$$

учитывая сформулированное предположение, уровень рентабельности выразится как $\alpha = \lambda^2$.

Используя данное равенство, получим $\gamma x + \lambda^2 x = x$.

Осуществив тривиальные тождественные преобразования, получим следующее уравнение:

$$x(\gamma + \lambda^2 - 1) = 0.$$

Поскольку сумма выручки предприятия отлична от нуля, то сомножитель, сопряженный с ним, должен быть равен нулю:

$$\gamma + \lambda^2 - 1 = 0$$

или

$$\lambda^2 = 1 - \gamma$$

Тогда предельная ставка налогового бремени, рассчитанная согласно затратному механизму предприятия, выразится в виде: $\lambda = \sqrt{1 - \gamma}$, но т. к. $1 - \gamma$ есть не что иное, как α , то $\lambda = \sqrt{\alpha}$, т. е. предельная ставка налогового бремени предприятия равна корню квадратному из уровня рентабельности этого хозяйствующего субъекта.

Таким образом, предельная ставка налогового бремени предприятия представляет собой пороговое число, согласно которому осуществляется оценка эффективности его хозяйственной деятельности. Если λ превышает имеющиеся возможности предприятия, то следует повышать уровень рентабельности посредством внедрения высокотехнологичного оборудования, а это можно обеспечить, осуществляя эффективное управление.

Список литературы

1. Гранберг А. Г. Математические модели социалистической экономики: учеб. пособие для экономических вузов и факультетов. — М.: Экономика, 1978. — 348 с.
2. Шаланов Н. В. Экономико-математические методы в торговле: учеб. пособие. — Новосибирск: СибУПК, 1998. — 120 с.
3. Шаланов Н. В. Математические методы исследования систем. — Saarbrücken, Deutschland: Palmarium academic publishing, 2012. — 520 p.

ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ МАРКЕТИНГОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ НА РЫНКЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ЖИЛЬЯ

И. А. Шмидт, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрен подход к маркетинговому продвижению объектов на рынке индивидуального жилья, основанный на ценностях. В основе подхода положено взаимодействие основных субъектов рынка; в результате их взаимодействия создаются разные ценности, проявление которых формирует ценность взаимоотношений, отражающую оценку работы с потребителем. Подобные подходы рассматривались ранее в рамках вопросов о конкурентоспособности в работах А. В. Чирков, а также в работах А. И. Уховой в рамках вопросов клиентоориентированных маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: продвижение, ценность, индивидуальное жилье, ценность взаимоотношений, риелторская фирма, потребитель.

В настоящее время рынок жилой недвижимости является одним из динамично развивающихся рынков с возрастающим уровнем конкуренции, что отражает выполнение задач Концепции долгосрочного социально экономического развития РФ на период до 2020 года (Стратегия 2020) за счет высокого качества и комфортных условий жизни населения [7]. В соответствии с данной Стратегией, необходимо формирование градостроительной политики, направленной на создание нового облика российского города и села, архитектурной среды, комфортной для жизни людей, характеризующейся не только функциональными, утилитарными, но и эстетическими особенностями. Это предполагает рациональное сочетание разнообразных типов строительства (многоэтажного и малоэтажного), учет при застройке населенных пунктов принципов формирования их архитектурного облика. Это дает основание говорить об актуальности продвижения объектов индивидуального жилья.

В современных условиях функционирования рынка индивидуального жилья в России для обеспечения своего устойчивого развития актуальной для строительных организаций становится проблема ценностно-ориентированного подхода к формированию комплекса

интегрированных маркетинговых коммуникаций. Для достижения максимально возможной эффективности современного управления в строительной организации коммуникации необходимо выстраивать с учетом взаимоотношений между субъектами рынка, на основе которых и формируется продвижение жилого объекта, что позволяет повысить экономическую эффективность хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе за счет сформированной ценности взаимоотношений.

Для достижения максимально возможной эффективности современное управление в строительной организации требует от субъектов быстрой адаптации к существующей ситуации на рынке, который насыщен не только объектами жилья старого типа, но и развивающимся сегментом новых типов жилья: коттеджными поселками, поселками таунхаусов, малоэтажными комплексами, малоэтажными домами. Следует отметить, что для России данные форматы жилья являются относительно новыми и требуют создания мотивации их приобретения.

Продвигать жилые объекты, формируя мотивацию на покупку, означает предложить те ценности потребителю, которые максимально будут удовлетворять потребности целевого рынка [5]. Продвижение жилых объектов осуществляется в процессе взаимодействия субъектов рынка, а переход одних отношений субъектов в другие сопровождается созданием ценности строительных организаций, риелторских фирм и потребителя [6]. Их взаимодействие формирует совместную ценность — ценность взаимоотношений.

Потребителя на данном рынке можно определить как домохозяйство (семья), способное приобрести объект индивидуального строительства, рассматривающее его как альтернативу элитной или повышенной комфортности квартире, для удовлетворения личных потребностей за собственные средства или при помощи государственных и кредитных программ.

Специфической особенностью рынка индивидуального жилья является то, что строительная организация в процессе продвижения своих объектов коммуницирует с конечным потребителем напрямую не во всех его состояниях, например, в эмоциональном состоянии потребитель взаимодействует с риелторской фирмой.

Коммуникация может исходить от имени самой строительной организации или от риелторской фирмы. Вместе с тем, адресантом в любом случае, остается строительная организация. Таким образом, важно понимать, как и кто будет взаимодействовать с потребителем в разных его состояниях в процессе продвижения объектов жилья, и какие ценности создаются и проявляются в этих состояниях.

В рамках концепции маркетинга взаимоотношений учеными уделяется пристальное внимание вопросам создания ценности различных объектов. Это связано, в первую очередь, с повышением конкурентоспособности компаний на различных рынках [4].

Использование ценности в продвижении объектов индивидуально-го жилья обосновывается тем, что потребитель всегда хочет обозначить свои предпочтения, свою индивидуальность. На данном рынке ценность рассматривается как способность удовлетворить потребности потребителя, как осозанный или неосозанный выбор, характерный для конкретного потребителя, представление о желаемом [3]. Ценностный подход в продвижении объектов применительно к рынку индивидуального жилья отражает авторское понимание продвижения как процесса формирования на основе существующей потребности мотивации на покупку конкретного объекта с помощью системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Субъектами процесса выступают строительная организация и риелторская фирма, где они рассматриваются не как отдельное звено со своими функциями и целями, а как партнеры по бизнесу.

Продвигать жилые объекты, формируя мотивацию на покупку, значит создать потребность в тех ценностях, которые, по мнению потребителя, максимально удовлетворяют его потребности. Авторский подход сформировался на основе двух подходов, используемых на рынке в современной ситуации: 1) организация создает товар и продает его, опираясь на априорные знания (опыт); 2) выявляются и создаются совместные ценности жилого объекта для определенного круга потребителей.

На рынке индивидуального жилья ценность заключается не только в самом объекте. Потребность в жилье есть всегда (стены, потолок, пол) — это первичная потребность, но важно и его окружение, обслуживание. Необходимо представить потребителю жилой объект как

пространство, созданное для самовыражения и самореализации, т. е. для удовлетворения вторичных потребностей. Также объекту индивидуального жилья присущи собственные характеристики: площадь, планировка, инженерные коммуникации, внутренняя отделка, конструктивные особенности и др. Вместе с этим объект неотделим от земельного участка и его месторасположения, поэтому набор основных характеристик всегда включает некоторые атрибуты местности: земельный участок, качество окружающей среды, соседство, транспортная доступность, социальная инфраструктура, внешний вид окружающих объектов и самого района, качество воздуха и уровень шума.

Импульсом в построении отношений между потребителем и организацией является потребность в жилье, формируемая характеристиками, созданными совместно с потребителем [1; 2]. Таким образом, совместное создание ценности жилья становится началом взаимоотношений и началом формирования ценности взаимоотношений.

Ценность объекта индивидуального жилья для потребителя включает как положительную, так и отрицательную ценность, т. е. некоторые свойства или характеристики объекта для потребителя несут дополнительные затраты или отрицательные эмоции (восприятие). Ценности представлены в таблице.

Ценность объекта индивидуального жилья для потребителя

Положительная ценность	Отрицательная ценность
Ценности, заключенные в жилом объекте, представлены важными для потребителя характеристиками, и являются ориентирами при выборе объекта	Жилье является долгосрочным товаром, поэтому ценность можно ощутить потребителю во времени, что дает возможность строительной организации взаимодействовать на уровне предоставления сопутствующих услуг (ремонт и поддержание инженерных коммуникаций) на этапе эксплуатации объекта (т. е. потребитель несет эксплуатационные затраты)
В отличие от потребительского товара жилье является самым дорогим товаром и имеет высокую потребительскую ценность (лучшая инвестиция)	
Ценности жилья не сохраняемы во времени, имеют свойство изменяться; меняется и система ценностей у потребителя жилья с течением времени	
Ценности жилья относятся к материальным ценностям, что в процессе удовлетворения может способствовать формированию мотивации для покупки другого объекта или, например, покупая жилье, у пользователя может сформироваться потребность в семье или детях	
В отличие от потребительских товаров, пользователь может изменить ценность жилья в лучшую для себя сторону, что способствует взаимодействию субъектов рынка (теория «со-создания ценности»)	

Все характеристики жилого объекта для потребителя дополняются ценностями дополнительных (служба «одного окна», страхование) и сопутствующих (ремонт и обслуживание объекта, его инженерных коммуникаций) услуг для потребителя, а также ценностью персонала (опыт, квалификация), которая заключается в обслуживании. Таким образом, в результате совместного создания жилого объекта (совместное проектирование объекта), обслуживания персонала риелторской фирмы, предоставления дополнительных и сопутствующих услуг с применением маркетинговых коммуникаций у потребителя формируется мотивация приобретения конкретного объекта индивидуального жилья, т. е. формируется ценность взаимоотношений. Можно сказать, потребность в жилье постепенно трансформируется в потребность в организации в целом. Для потребителя строительная организация становится решением его проблем, связанных с покупкой жилого объекта и его обслуживанием.

Таким образом, ценность взаимоотношений на рынке индивидуального жилья определяется как совместно созданная способность удовлетворить потребности целевого рынка, отражающая оценку результата работы субъектов продвижения.

Автором ценность взаимоотношений рассматривается с трех сторон: для потребителя, для риелторских фирм и для строительной организации. Ценность взаимоотношений для потребителя определяется как Ц1 + Ц2 + Ц3 + Ц4 + Ц5, для риелторской фирмы как Ц2 + Ц3 + Ц5, для строительной организации Ц2 + Ц3:

где Ц1 — услуга совместного создания объекта жилья,

Ц2 — квалификация персонала,

Ц3 — дополнительный потенциал риелторской фирмы,

Ц4 — сопутствующие услуги строительной организации,

Ц5 — дополнительные услуги риелторской фирмы.

Строительная организация ценность взаимоотношений формирует при помощи комплекса ИМК, который разрабатывает самостоятельно. При этом со-создание ценности жилого объекта и ценность персонала переплетаются, создавая ощущения удовлетворенности или неудовлетворенности для потребителя.

Придерживаясь данной теории, можно полагать, что в результате функционирования системы взаимоотношений создается некая

услуга, предлагаемая потребителю в форме взаимоотношений. Для потребителя это польза, которая удовлетворяет различные его потребности. Следовательно, результатом взаимодействия субъектов рынка в процессе ценностно-ориентированного маркетингового продвижения объектов индивидуального жилья считается формирование ценности взаимоотношений.

Список литературы

1. Возмилов И. Д. Маркетинговое управление проектами на рынке жилой недвижимости: монография / И. Д. Возмилов, Л. М. Капустина; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2010. — 139 с.
2. Зунде В. В. Концепция и алгоритмизированная модель формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций российских компаний: автореф. дис. ... на соиск. учен. ст. д-ра экон. наук. — Ростов н/Д, 2009.
3. Наумова А. В. Планирование рекламной кампании / А. В. Наумова; Центр-союз РФ, Сибирский ун-т потреб. кооперации. — Новосибирск, 2005. — 272 с.
4. Чирков А. В. Маркетинговое обеспечение конкурентоспособности компании с использованием ценностно-ориентированного подхода (на примере предприятий общественного питания): дис. ... на соиск. учен. ст. канд. экон. наук: 08.00.05 / А. В. Чирков. — Екатеринбург, 2015. — 174 с.
5. Шмидт И. А., Красильникова Т. В. Управление продвижением на рынке малоэтажного строительства на основе ценности объекта недвижимости // Вестник Новосибирского государственного университета экономики и управления: научный журнал. — 2014. — № 4. — С. 201–208.
6. Шмидт И. А., Красильникова Т. В. Стратегический подход в управлении продвижением объектов малоэтажного строительства // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права: международный научно-теоретический журнал. Серия «Экономические науки». — 2014. — Вып. 3 (51). — С. 347–354.
7. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <http://economy.gov.ru/mines/main> (дата обращения: 22.02.2019).

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 331.101.3

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ТРУДА РАБОТНИКОВ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. А. Балабанова, студентка

А. С. Веселкова, студентка

А. А. Хлыбова, студентка

С. А. Баркова, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрены вопросы мотивации и стимулирования труда работников оптовых торговых организаций. Предложены направления совершенствования системы мотивации труда работников.

Ключевые слова: мотивация труда, стимулирование, заработная плата, премирование.

В статье впервые представлена комплексная система оценки мотивации трудовой деятельности АО ПК «ПРОДСИБ». Вопросы мотивации и стимулирования трудовой деятельности рассматривались как отечественными, так и зарубежными исследователями. В их числе А. П. Егоршин, М. Х. Мескон, А. Я. Кибанов [1; 2; 4]. Однако в силу прикладного характера вопросов мотивации подобное исследование в АО ПК «ПРОДСИБ» ранее проведено не было.

Мотивация представляет собой важнейшую функцию менеджмента, заключающуюся в активизации, стимулировании, управлении и реализации целенаправленного поведения людей по достижению собственных целей и целей предприятия [3]. Она базируется на совокупности внутренних и внешних движущих сил, которые заставляют человека действовать, определяют формы и границы действия, его направления, ориентацию на достижение определенной цели. При этом цель может быть разного уровня: от цели отдельного человека до цели страны в целом, а также разных видов (трудовая, хозяйственная, экономическая и т. д.).

Торговля — одна из отраслей, интересных для изучения вопросов мотивации. В качестве объекта исследования было выбрано АО ПК «ПРОДСИБ» г. Бердска. «ПРОДСИБ» — это крупная торговая организация, в ассортименте которой насчитывается свыше 30 товарных групп.

Анализ системы мотивации и стимулирования труда персонала предполагает, в первую очередь, выяснение вопроса: насколько заработная плата выполняет свою стимулирующую функцию (табл. 1).

Таблица 1

**Средняя заработная плата и средняя выработка работников
АО ПК «ПРОДСИБ» в 2015–2017 гг., тыс. руб.**

Вид оплаты	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Темп роста, %	
				2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.
Средняя выработка	457,3	451,7	441,4	98,8	97,7
Средняя заработная плата	217,1	234,3	254,2	107,8	108,5

Как видно из табл. 1, заработная плата значительно опережает по темпам роста среднюю выработку. Это свидетельствует о том, что система стимулирования недостаточно эффективна, т. к. темп роста заработной платы превышает темп роста производительности труда.

Наибольший вес в фонде оплаты труда в АО «ПРОДСИБ» занимает должностной оклад. Его доля в структуре фонда заработной платы на протяжении 2015–2017 гг. составляла более 85 %.

В целях более полного исследования вопросов мотивации было также проведено исследование материального неденежного стимулирования. В соответствии с теоретическим анализом, в первую очередь были рассмотрены стимулы, связанные с воспроизводством рабочей силы. Следует отметить, что в рассматриваемой организации применяется лишь один вид этой группы стимулов: льготное питание для сотрудников АО ПК «ПРОДСИБ». Однако этот стимул распространяется не на всех работников предприятия. В первую очередь, льготное питание предлагается лишь работникам тех магазинов, в которых имеется собственный цех приготовления пищи

(салаты, гриль). Эту продукцию сотрудники предприятия могут приобретать по льготной цене. Подобные цеха, вследствие специфики расположения и планировки магазинов сети, имеются не во всех магазинах. Как правило, они есть там, где площадь позволяла провести перепланировку с учетом выделения дополнительной площади под такой цех. Также указанные цеха находятся в новых магазинах, которые были построены сравнительно недавно. По внутренним данным, примерно 70 % магазинов такими цехами не оборудованы. Это означает, что рассматриваемый стимул — льготное питание — предлагается лишь 30 % персонала АО ПК «ПРОДСИБ».

Также была изучена вторая группа материального неденежного стимулирования: стимулы, связанные с обеспечением комфортных условий труда. В соответствии с законодательством РФ, все работники должны быть обеспечены рабочими местами, отвечающими требованиям безопасности. В связи с этим следует отметить, что руководство АО ПК «ПРОДСИБ» выполняет законодательно установленные требования. Кроме того, в 2016 г. была проведена специальная оценка условий труда, в результате которой был сделан вывод о соответствии условий труда требованиям законодательства.

Вторым видом стимулов рассматриваемой категории, который применяется в АО ПК «ПРОДСИБ», выступила бесплатная доставка персонала с работы на служебном транспорте. В связи с тем, что общественный транспорт в г. Бердске работает, преимущественно, до 22.00, а время закрытия магазинов сети АО ПК «ПРОДСИБ» варьируется с 22.00 до 23.00, многим сотрудникам неудобно добираться домой после работы. Это вызвало необходимость служебного транспорта. Однако отметим, что этот стимул распространяется также не на всех сотрудников организации. Во-первых, многим работникам этот транспорт не требуется, поскольку имеется личный автомобиль. Во-вторых, работники магазинов, работающих до 22.00 и расположенных по центральным улицам, имеют возможность добраться домой на общественном транспорте. Наконец, многие сотрудники АО ПК «ПРОДСИБ» проживают в таких местах, где не проходят маршруты служебного транспорта. Таким образом, рассматриваемым видом стимулирования охвачены не все сотрудники предприятия.

Для оценки нематериальной мотивации было опрошено 50 сотрудников организации путем проведения анкетного опроса.

Результаты опроса показали, что большинство сотрудников — более 60 % — не удовлетворены организацией нематериальной мотивации.

Перечисленные выше обстоятельства повлияли на увеличение текучести кадров.

В качестве направлений совершенствования было предложено совершенствование системы премиальных путем внедрения премиальной системы прогрессивного характера (табл. 2).

Таблица 2

**Премиальная система, рекомендуемая для внедрения
в АО ПК «ПРОДСИБ»**

Увеличение выручки по сравнению с предшествующим годом, %	Уровень премии, % к должностному окладу
0–2	Премия не выплачивается
2–4	2
4–6	4
6–8	6
8–10	8
10–12	10
свыше 12	12

Уровень премии определяется на основании нижнего предела роста выручки. При этом показатель выручки должен определяться в сопоставимых ценах, поскольку именно рост физического объема оборота выступает показателем роста производительности труда.

Для выплаты премий предлагается период, равный кварталу. При этом основание для выплаты — предварительная оценка роста выручки по сравнению с аналогичным периодом предшествующего года. В случае, когда фактический уровень роста выручки оказался меньше либо больше по сравнению с оцененным предварительным, окончательная корректировка премиальных предполагается в четвертом квартале.

Достоинством такой системы премиальных является то, что рост оплаты труда в данном случае происходит меньшими темпами по сравнению с ростом выручки. Еще одним достоинством такой системы премиальных является то, что она становится «прозрачной», т. е. персонал знает, что рост выручки означает и рост премиальных. Если учесть, что текущий уровень премиальных (по данным за 2017 г.) составляет 3,4 %, а рост выручки за 2017 г. равен 1,3 %, то становится очевидно, что невысокий уровень премиальных вообще не способствует повышению производительности труда. Однако иная ситуация, когда работники будут иметь возможность больше заработать, если будут работать более эффективно. Так, в частности, текущая ситуация означает, что премия составляет лишь около 720 руб. в месяц, что явно недостаточно. Но в случае роста выручки, к примеру, на 6 %, объем премии возрастет до 1270 руб. в месяц, что уже более существенно. Однако и это не предел, поскольку рост выручки на 10 % означает уровень премиальных, равный 2120 тыс. руб. в месяц, что является вполне стимулирующей выплатой.

1. Корректировка системы надбавок. Предлагается внедрение для своих сотрудников нового вида надбавок — надбавка за стаж. Для этого целесообразно проведение коррекции структуры персонала по стажу. В настоящее время применяется следующая система: до 1 года, от 1 до 5 лет, от 5 до 10 лет, свыше 10 лет. Однако, как показывает практика, такая система неэффективна, поскольку недостаточно гибкая. Предлагается следующая дифференциация: до 1 года, от 1 до 2 лет, от 2 до 3 лет, от 3 до 5 лет, от 5 до 7 лет, от 7 до 10 лет, свыше 10 лет. Таким образом, новая дифференциация естественным образом будет включать в себя старую, и существенной перестройки системы внутреннего управленческого учета не потребуется.

2. В сфере нематериального стимулирования можно предложить соревнование «лучший кассир». Результаты соревнования оцениваются ежемесячно, на основе отзывов потребителей. На кассе имеется электронное устройство обратной связи с двумя кнопками: красной и зеленой, покупатель нажимает на красную кнопку, если не удовлетворен обслуживанием и на зеленую — если удовлетворен. Кассир, который набрал наибольшее количество баллов (если оценивать одно нажатие на зеленую кнопку как один положительный

балл, а одно нажатие на красную — как один отрицательный балл) а абсолютном смысле, удостоивается звания «лучший кассир месяца». Соревнование целесообразно проводить во всей сети магазинов, так, чтобы его итоги учитывали весь персонал кассиров АО ПК «ПРОДСИБ». Наградой является награждение почетной грамотой, а также фотографирование лучшего сотрудника; фотография вывешивается на Доску Почета магазина, в котором работает выигравший соревнование кассир.

Также предлагается внедрить дифференцированный пакет социальных льгот персоналу АО ПК «ПРОДСИБ», в зависимости от оценки индивидуальных результатов деятельности конкретных сотрудников.

Предлагаемый комплекс мероприятий позволит значительно повысить мотивационную активность персонала.

Список литературы

1. Егоршин А. П. Организация труда персонала / А. П. Егоршин, А. К. Зайцев. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 320 с.
2. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; Пер. с англ. — М.: Дело, 2013. — 624 с.
3. Травин В. В. Менеджмент персонала предприятия / В. В. Травин, В. А. Дятлов. — М.: Дело, 2014. — 324 с.
4. Управление персоналом организации / Под ред. А. Я. Кибанова. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 441 с.

УДК 331.1

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Н. В. Беликова, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Рассмотрены проблемы и специфика обучения и развития персонала на примере банковского учреждения. Выявлены проблемы и предложены новые для компании способы улучшения процесса обучения и развития персонала на примере ПАО «Сбербанк России».

Ключевые слова: персонал, обучение, развитие, карьерный рост, программы обучения, банковские учреждения, банковская сфера.

Вопросы обучения и развития персонала во многих компаниях (финансовые учреждения не исключение) занимают важное место в системе управления человеческими ресурсами и способствуют достижению целей компаний и развитию потенциала сотрудников. Новый взгляд на роль обучения персонала в повышении эффективности деятельности современных компаний заключается в том, что существенно меняется уровень знаний и навыков специалистов, появляется возможность применения данных знаний в работе и внесения своих (новаторских, творческих) идей, тем самым повышается эффективность работы компании и ее конкурентоспособность.

В настоящее время выделяют три основных, приоритетных области применения процесса обучения или развития персонала:

1. Когда на предприятие поступил новый сотрудник.
2. При назначении уже работающего сотрудника на новую должность или на повышение.
3. В случае, когда аттестационная комиссия выявила недостаточную квалификацию у того или иного сотрудника [2].

Основными целями обучения персонала являются:

- специфика профессии — для того, чтобы быть востребованными на рынке сотрудники должны идти в ногу с прогрессом;
- повышение квалификации — сотрудник с новыми знаниями может легко реализовывать свои идеи и решать любые задачи;
- соответствие стандартам — иногда для получения сертификата системы менеджмента качества в структуре организации должна существовать актуальная и эффективная система обучения персонала;
- международное сотрудничество — важное значение для повышения статуса компаний имеет наличие у ее сотрудников различных наград, дипломов и сертификатов;
- отсутствие специалистов — в некоторых случаях потребность в обучении сотрудников возникает в связи с отсутствием готовых специалистов;
- мотивация — при получении новых знаний за счет компании, сотрудник прикладывает максимум усилий в достижении целей компании;
- стратегия компании — очень часто компании закладывают систему обучения персонала в общую стратегию развития банковского бизнеса [3].

Основные цели в области развития персонала:

- обеспечение организации профессиональными работниками для достижения стратегических целей компании;
- формирование системы обучения в компании;
- объединение персонала;
- рост образовательного и творческого потенциала сотрудников;
- адаптация работников к изменяющимся условиям рынка и нововведениям и т. д.

Можно сделать вывод, что система обучения и развития персонала обеспечивает функционирование всех бизнес-процессов, связанных с управлением в организации. Развитие персонала необходимо представлять как инвестиции в нематериальное достояние компании, т. к. все мероприятия направлены на рост производительности труда, повышение мотивации и снижение текучести кадров [1].

Общепринято считать, что при благоприятных условиях обучение персонала выполняет важную функцию эффективного использования персонала и функцию мотивации.

Значимость непрерывного образования и обучение подтверждают определенные факторы (рис. 1):

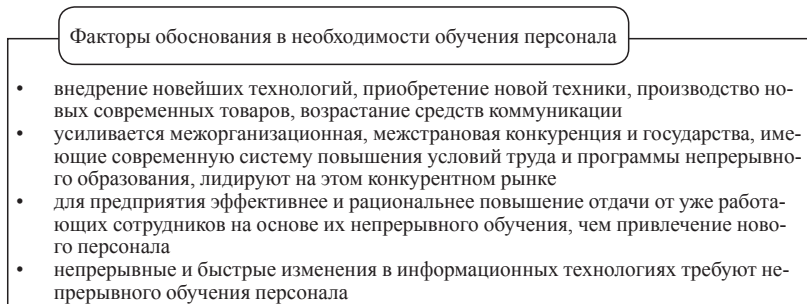


Рис. 1. Основные факторы, подтверждающие непрерывность обучения персонала

С точки зрения работодателя и самого работника, цели обучения персонала могут существенно отличаться.

Рассмотрим ситуацию с обучением в ПАО «Сбербанк России».

На сегодняшний день руководство ПАО «Сбербанк России» прикладывает усилия, чтобы обеспечить необходимый и непрерывный процесс обучения сотрудников.

Развитие сотрудников в банке проходит, как правило, в следующих формах:

Адаптация. Новичкам представляют опытного наставника, который помогает им адаптироваться на новом рабочем месте. Процесс адаптации помогает новым сотрудникам познакомиться со спецификой работы в ПАО «Сбербанк России». Новые сотрудники, таким образом, проще осваивают методики и инструменты банковского дела, и соответственно, быстрее вступают в должность. После адаптации новичок становится полноценным членом коллектива банка. Адаптация в ПАО «Сбербанк России» длится обычно три месяца, во время испытательного срока.

Профессиональное развитие. Персонал банка может выбрать программы для профессионального развития. Работник во время программы проходит тренинги, слушает лекции коллег и приглашенных профессионалов, играет в деловые игры. Так сотрудники банка учатся лучше взаимодействовать с коллегами и клиентам; осваивают продукты банка, что помогает быть более ответственным, улучшает скорость и качество работы. Обучение в программах корпоративного развития ускоряет карьерный рост в ПАО «Сбербанк России».

Корпоративный университет (КУ). Это большой образовательный центр ПАО «Сбербанк России». Он расположен в 30 км от Москвы и работает с 2012 года. В университете обучают по программам ведущих мировых бизнес-школ. Среди преподавателей — иностранные эксперты и 260 руководителей банка [7].

На корпоративном сайте более детально рассмотрены все программы КУ [4]. Эти программы, по мнению обучающихся и преподавателей, несут достаточно положительную динамику, т. к. направлены на освоение знаний, умений и профессиональных навыков у обучающихся.

Рассмотрим эффект от программ обучения и развития менеджеров, с 2014 г. по 2017 г. (рис. 2):

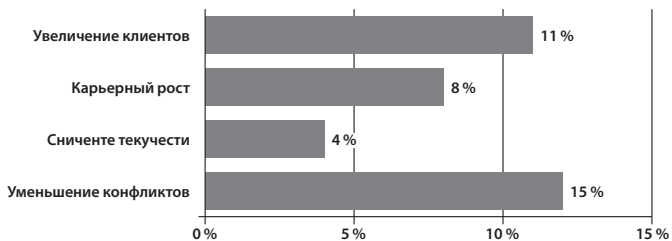


Рис. 2. Результат после проведения обучения и развития менеджеров в ПАО «Сбербанк России»

Итак, обучение по программам Корпоративного университета Сбербанка позволяет получить не только передовые управленческие знания от ведущих преподавателей лучших бизнес-школ мира, но и уникальный опыт общения с ключевыми руководителями ПАО «Сбербанк России» в рамках отдельных лекций и спецкурсов. Корпоративный университет Сбербанка также оказывает образовательные услуги по реализации портфельных программ Корпоративного университета по заказу компаний-партнеров.

Таким образом, хочется подчеркнуть, что, воплощая инновации в жизнь и стремительно развиваясь, ПАО «Сбербанк России» открывает широкие перспективы для карьерного роста и профессионального развития персонала.

Конечно, сеть ПАО «Сбербанк России» не может охватить все проблемы, которые возникают в некоторых отделениях банка. Для этого существуют кадровые работники, которые должны разрешать многие проблемные ситуации, связанные с деятельностью персонала на местах. Эта работа не всегда ведется эффективно. Несмотря на достаточно грамотный подход в профессиональном обучении сотрудников, в работе персонала ПАО «Сбербанк России» имеются проблемы и трудности.

Во-первых, во многих отделениях Сбербанка остается высокая текучесть кадров.

Во-вторых, внутреннее обучение во время испытательного срока проводится поверхностно и не всегда профессионально. У новичков остается впечатление, что они зря потратили время, а эффекта практически нет.

В-третьих, из-за недостаточной мотивации, не у всех сотрудников наблюдается причастность и преданность работе в Сбербанке.

Заявленная средняя заработная плата персонала на 2017 год — 58 000 рублей, далеко не всегда является одинаковой во всех регионах [6].

Для повышения качества и конкурентоспособности продукции, завоевания новых сегментов, достижения стратегических целей, наиболее полного удовлетворения потребностей своих клиентов, снижения текучести кадров, а также улучшения психологического климата в коллективе отделений г. Новосибирска необходимо разработать и внедрить обновленную систему обучения и развития персонала.

В первую очередь, для обучения менеджеров по работе с клиентами, которых взяли на испытательный срок, можно порекомендовать ввести практику обучения *«Методику увеличения продаж за счет матричной системы»*. Ее еще называют «Апгрейд продаж».

Всю работу с клиентом банка можно разделить на следующие этапы:

1 этап — это установка контакта с клиентом. Здесь рекомендуется с первого взгляда понравиться клиенту (дресс-код, улыбка, вежливое отношение и т. д.);

2 этап (от которого может зависеть успех продажи) — это выявление потребностей: перспективность клиента, его финансовое положение (если корпоративный клиент, то размеры бизнеса, общий оборот, платежеспособность и др.) и условия работы. Такие параметры будут составлять основу прогнозной матрицы. Эта матрица нужна для принятия решения по стратегии дальнейшей работы с каждым клиентом банка;

3 этап — презентация коммерческого предложения. Это то, чем должен обладать каждый менеджер по работе с клиентом, а именно умением убедить клиента воспользоваться услугами банка. Презентация того или иного коммерческого предложения должна проходить ненавязчиво, но очень убедительно, чтобы клиенту понравилось предложение и он бы не только проявил интерес, но и готов был воспользоваться им в полной мере (покупка банковского продукта);

4 этап — когда в ходе «обработки» клиента, у последнего возникает желание отказаться от всех процедур заключения сделки, т. е. он имеет определенные возражения. Менеджеру необходимо выяснить, в чем суть этих возражений и найти компромиссное решение, может предложить клиенту другие условия сотрудничества.

До 5 этапа доходят не все клиенты и менеджеры. Но этот этап — это успех не только для работника банка. Клиент также должен ощущать, что это выгодное для него предложение. Заключение сделки, помимо юридического, носит и экономический, и психологический характер. Это тоже надо учитывать.

Как показывает практика, после 3–4 таких сделок у менеджера по работе с клиентами появляется уверенность в дальнейшей работе с клиентами банка.

В любом банковском учреждении необходимо внедрять, а затем актуализировать нормативные документы, регламенты и процедуры, которые обеспечат функционирование системы обучения и развития персонала. Если их нет, то следует внедрить такие документы, как: «Положение об обучении»; «Заявки на обучение»; «Программа адаптации персонала», «Программа планирования и развития карьеры» [5].

В рамках реализации программы по развитию карьеры необходимо установить средний срок карьерного развития — 5 лет, в течение которого молодой сотрудник, стремящийся к карьерному росту, может занять позиции от стажера до ведущего специалиста. В случае проявления выдающихся способностей, инициативы и творчества, молодой сотрудник может получить внеочередное повышение.

Необходимо в соответствии с годовым бюджетом ежегодно разрабатывать программы повышения квалификации, обучения и развития персонала.

Плановая программа должна содержать следующую информацию:

- цели и задачи обучения и развития персонала;
- периодичность и длительность;
- методы обучения и развития персонала;
- должности обучающихся сотрудников;
- стоимость обучения и развития.

При этом 80 % выделяемых средств на обучение и развитие персонала должны расходоваться на плановое обучение, а 20 % на внеплановое по производственной необходимости.

Таким образом, выполнение некоторых мероприятий позволит отделениям банкам создать непрерывную систему обучения и развития персонала, тем самым получить конкурентные преимущества, улучшить систему мотивации, снизить текучесть кадров. Более того, когда работник получает какие-то дополнительные знания за счет банковского учреждения, он понимает, что его ценят, что его труд необходим. Все это способствует тому, что сотрудник сам начинает стремиться повысить производительность своего труда и, как следствие, повышается эффективность всей работы компании банковской сферы.

Список литературы

1. Беликова Н. В. Современные подходы к эффективной мотивации персонала / Н. В. Беликова // Вестник КРСУ. — Бишкек. — 2013. — Т. 13, № 10.
2. Минервин И. Внутрифирменное обучение рабочих / И. Минервин // Экономист. — 2012. — № 2. — 37 с.
3. Федосеев В. Н. Управление персоналом организации / В. Н. Федосеев, С. Н. Капустин. — М.: Экзамен, 2017. — 368 с.
4. Каталог программ [Электронный ресурс]. — URL: <http://sberbank-university.ru/ru/programs/#managers> (дата обращения: 20.12.2018).
5. Обучение персонала банка или Банковские тренинги [Электронный ресурс]. — URL: http://lico.ru/o_kompanii/stati/obuchenie_i_treningi/chemu_i_kak_obuchat_sotrudnikov_banka/ (дата обращения: 20.12.2018).
6. Руслана. Исчерпывающая информация о компаниях России, Украины и Казахстана [Электронный ресурс]. — URL: <https://ruslana.bvdep.com/version201845/home.serv?product=Ruslana> (дата обращения: 20.12.2018).
7. Сбербанк — официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.sberbank.ru/> (дата обращения: 20.12.2018).

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ

Л. В. Бурова, магистрант

Н. В. Беликова, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрена специфика и эффективность обучения персонала на примере компании «Газпром». Актуальность темы состоит в том, что правильно и вовремя обученный персонал сможет своевременно отреагировать на изменения на рынке, а также найти пути решения возникших проблем с выгодой не только для себя, но и для предприятия.

Ключевые слова: персонал, обучение, организации, методы обучения, компания.

Одно из главных различий между успешными и терпящими неудачи организациями состоит в том, что в первых — есть о ком и кому заботиться в этой компании.

В данной статье предлагается новый взгляд на особенности обучения персонала в современных организациях. Различные точки зрения на проблемы обучения персонала были рассмотрены в работах известных ученых и исследователей: М. И. Магура, А. П. Егоршин, А. Я. Кибанов и др. [1; 2; 3].

Так, М. И. Магура дает следующее определение: «обучение персонала — это важнейший инструмент, с помощью которого руководство получает возможность повышать потенциал человеческих ресурсов и оказывать влияние на формирование организационной культуры» [3].

В своей работе А. Я. Кибанов пишет: «обучение — это целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками» [2].

А вот А. П. Егоршин считает, что «обучение персонала — это обеспечение соответствия профессиональных знаний и умений работника современному уровню производства и управления» [1].

Согласно источникам научной литературы, под обучением персонала следует понимать процесс освоения и практического применения компетенций, необходимых для рационального и успешного выполнения профессиональных задач.

В условиях современной экономики в России очень важно найти новые формы и методы управления, позволяющие организациям быть адаптивными к динамике внешней среды, грамотно и рационально использовать трудовой потенциал, усиливать конкурентные преимущества и формировать базисные реальные предпосылки к обеспечению стратегической устойчивости в перспективной деятельности.

По нашему мнению, обучение персонала — это основной путь получения профессионального образования, т. е. хорошо организованный, целенаправленный, систематически и планомерно сформированный процесс получения знаний, умений, навыков и способов применения технологий под руководством опытных специалистов, наставников, преподавателей, руководителей и т. п.

Компания «Газпром» находится на высшем уровне конкурентоспособности, а специфика предприятия связана с опасным видом деятельности. Для ее осуществления необходимо, чтобы состав предприятия состоял из высококвалифицированных работников. В связи с этим необходимо постоянно совершенствовать систему обучения в соответствии с потребностью организации к уровню квалификации персонала.

К основным видам деятельности предприятия относятся обслуживание «объектов газотранспортной системы, транспортировка и распределение газа, производство высокоэнергетического газоиспользующего оборудования, а также перевод автомобильной техники на газомоторное топливо и развитие сети автомобильных газонаполнительных компрессорных станций» [5].

Компания «Газпром» обеспечивает надежное и эффективное функционирование всей технологической системы за счет инновационных подходов в решении производственных задач, внедрения новейших средств управления, автоматизации, контроля и защиты магистральных газопроводов, капитального ремонта линейной части, реконструкции и технического перевооружения. Но при этом постоянно ведется работа и по совершенствованию кадровой политики, обучению персонала.

Одно из самых важных направлений деятельности компании — «расширение использования природного газа в качестве моторного

топлива для автомобильного транспорта и развитие газомоторной инфраструктуры, дальнейшее развитие технологий по получению и использованию сжиженного природного газа» [4]. Общество эксплуатирует и организует строительство автомобильных газонаполнительных компрессорных станций, обеспечивает потребителей компримированным и сжиженным природным газом, развивает парк автомобилей на природном газе, решает вопросы автономной газификации удаленных объектов.

Главная цель же системы управления персоналом — это повышение эффективности работы сотрудников, разработка и реализация программы обучения и развития персонала.

В таблице представлены основные кадровые показатели ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск» [4]

Основные кадровые показатели ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск»

Показатели в 2017 году	
<i>Категории работников в процентном отношении</i>	
Рабочие	57 %
Специалисты	26 %
Руководители	13 %
Другие служащие	4 %
<i>Распределение сотрудников по возрастам (в %)</i>	
До 30 лет	18 %
От 30 до 40 лет	29 %
От 40 до 50 лет	27 %
Старше 50 лет	26 %
<i>Распределение сотрудников по гендерному признаку</i>	
Мужчины	61 %
Женщины	39 %
<i>Трудовые показатели</i>	
Среднесписочная численность работников (чел.)	9495
Количество отработанных дней (чел./ч)	247
Среднее количество дней работы 1 работника (ч)	1976
Неявки на работу (дни)	73
Среднесписочная продолжительность рабочего дня (ч)	5,6
Среднее количество часов работы одного работника (ч)	174
Количество отработанных рабочими часов (ч)	1392

Из данных таблицы видно, что в организации более всего представлена категория персонала — рабочие (57 %).

Это обусловлено спецификой работы предприятия. Организация в большей степени состоит из сотрудников старше 30 лет (82 %). Самое малое количество работников возрастом до 30 лет (18 %). Это означает, что предприятие нацелено на опытный, высококвалифицированный персонал. Из-за специфики предприятия основную численность персонала составляют мужчины (61 %). Женщины (39 %) в большей части занимают такие должности как офис-менеджер, специалист в отделах, секретарь и т. д. За год по плану рабочие должны были отработать 1976 часов, но фактически они отработали 1392 часа. Это связано с неявками на работу (73 дня). Для организации это может означать невыполнение плана по выработке.

Что касается обучения персонала в ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск», то можно сказать, что в системе непрерывного фирменного профессионального образования (СНФПО) реализуются обязательное, целевое и периодическое обучение.

Из этого следует, что в ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск» перед работниками ставят следующие цели обучения:

1. Обучение с целью повышения квалификации для продвижения по карьерной лестнице.
2. Обучение с целью обновления знаний в связи с нормативными, техническими и иными изменениями.
3. Обучение при недостатке профессионального опыта и наличия проблем в работе.

Обучение с целью самосовершенствования.

В СНФПО ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск» используются традиционные и активные методы обучения персонала. Традиционные методы: лекции, семинары, лабораторные работы, самостоятельное обучение. Активные методы: тренинги, мастер-классы, деловые игры, разбор конкретных практических ситуаций (кейс-задания).

В компании в большей мере реализуются активные методы обучения с отрывом от производства.

Как правило, мониторинг обучения в учебных заведениях СНФПО, в рамках всего ПАО «Газпром» осуществляется в виде

периодической оценки результативности образовательного процесса. А именно:

- опросов обучающихся и преподавателей при помощи анкет выходного контроля на предмет: качества, актуальности, результативности обучения персонала;
- отсроченного опроса непосредственных руководителей слушателей по оценке эффективности проведенного профессионального обучения;
- комплексной оценки качества учебных программ.

На рис. 1 представлено соотношение по годам обученных работников всей компании «Газпром». Немалая доля работников приходится и на Новосибирское подразделение.

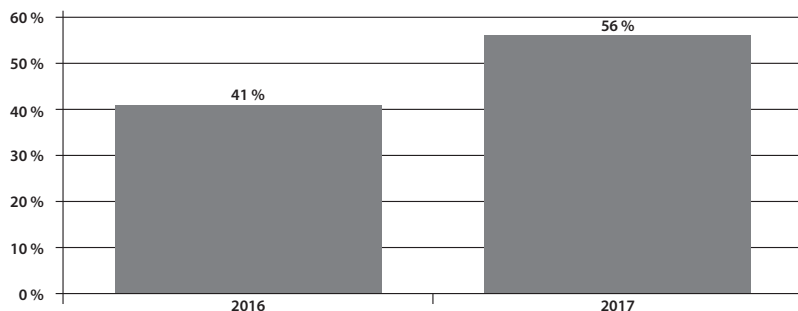


Рис. 1. Доля работников, прошедших обучение (2016–2017 гг.)

Из представленной диаграммы видно, что за 2016 г. доля обученных сотрудников в компании «Газпром» составила 41 %, а за 2017 г. — 56 %. На основании этого можно сделать вывод, что увеличение доли работников, прошедших обучение, означает рост процента высококвалифицированных кадров, что обеспечивает стабильность и устойчивое развитие организации. Служба по управлению персоналом компании эффективно проводит процесс обучения и снабжает все региональные подразделения квалифицированными сотрудниками. Так как доля обученных работников увеличилась за год на 15 %, это означает, что и вся система обучения улучшается и становится с каждым годом все эффективнее.

Также увеличивается и количество часов в год на обучение рабочих, специалистов, ИТР и руководителей (рис. 2).

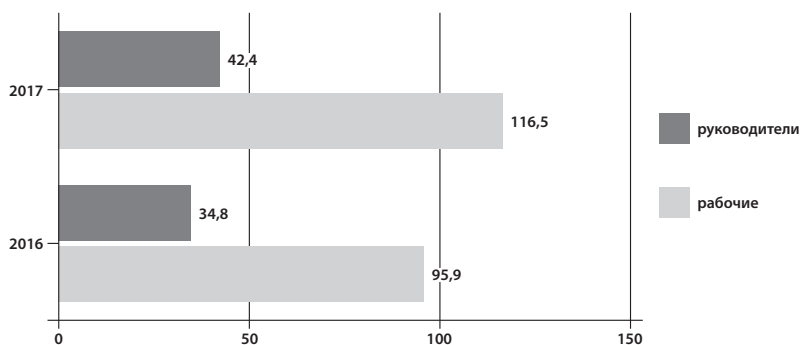


Рис. 2. Среднегодовое количество часов на обучение персонала в компании «Газпром» (2016–2017 гг.)

Из рис. 2 видно, что среднегодовое количество часов обучения на одного работника составило в 2016 г. для рабочих — 95,9 часа; для руководителей, специалистов и др. служащих — 34,8 часа. В 2017 г. — 116,5 и 42,4 часа соответственно.

За год количество часов обучения в среднем выросло на 22 %. Это означает, что компания стала уделять еще больше внимания обучению персонала. С увеличением количества часов увеличился и объем информации, что позволяет сказать о повышении числа высококвалифицированных специалистов. Также увеличиваются затраты на обучение одного сотрудника, которые являются запланированными в бюджете на персонал.

Таким образом, из всего вышеперечисленного можно сделать обобщенный вывод, что эффективная работа по обучению персонала — залог достижения компанией стратегических целей, ее конкурентных преимуществ в области кадрового менеджмента. Также это говорит о готовности компании к проведению организационных изменений. Существующая система непрерывного корпоративного профессионального образования персонала не только в ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск», но и во всех региональных представительствах ПАО «Газпром» представляет собой

целенаправленный процесс, связанный с целями и задачами отрасли, со стратегией компании. «Обучение, как элемент кадровой политики, является непрерывным образовательным процессом повышения квалификации руководителей, специалистов и вспомогательного персонала на основе имеющегося профессионального образования либо достижение ими более высокого образовательного уровня» [2].

Конечно, как для всей компании, так и в ООО «Газпром межрегионгаз Новосибирск», тема развития кадров очень актуальна. В данном подразделении столь крупной компании обучение персонала должно быть правильно, четко спланировано и организовано по причине опасной сферы деятельности и большого количества работников.

Подчеркнем, что важным моментом является не только правильно спланированный и организованный процесс обучения, а еще и получение обратной связи для оценки эффективности этого обучения сотрудников. Это помогает увидеть все проблемные места в системе образования работников современных компаний.

Список литературы

1. Егоршин А. П. Основы управления персоналом: учеб. пособие / А. П. Егоршин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 352 с.
2. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учеб. пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2016—360 с.
3. Магура М. И. Организация обучения персонала компании. Библиотека журнала «Управление персоналом». / М. И. Магура, М. Б. Курбатова — М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2003. — 244 с.
4. ООО Газпром межрегионгаз Новосибирск: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.nrg.org.ru> (дата обращения: 25.12.2018).
5. ООО «Газпром»: официальный сайт [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gazprom.ru> (дата обращения: 26.12.2018).

ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ОБОСНОВАНИЯ КАДРОВЫХ РЕШЕНИЙ

Л. С. Вдовина, студент

Научный руководитель В. А. Суровцева, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Статья посвящена вопросам оценки и развития персонала как начального этапа процесса принятия кадровых решений. В исследовании систематизированы методы оценки персонала, изучены проблемы управления персоналом и предложены пути их решения в конкретной организации.

Ключевые слова: персонал, кадровый состав, оценка персонала, методы оценки персонала, кадровые решения, затраты на проведение мероприятий по оценке персонала, социальные и экономические эффекты.

В статье предлагается системный подход к оценке персонала, что повысит эффективность обоснования кадровых решений. Различные методы оценки персонала рассматривались в работах Т. Ю. Базарова, А. Я. Кибанова, В. В. Лукашевича и др. Предложенный механизм предполагает комплексные изменения в системе управления персоналом.

Так, один из важнейших управленческих процессов — это процесс разработки и принятия кадровых решений. Кадровые решения, связанные с продвижением, обучением, адаптацией, стимулированием и др. опираются на результаты оценки персонала. Оценка персонала — это комплексный процесс, по результатам которого устанавливается объективное соотношение между сотрудником и должностью, результативностью и оплатой труда. Оценка может помочь руководству определить навыки сотрудника и подкорректировать его работу в необходимом направлении.

Кадровый состав рассматривается как основной компонент работы каждой компании. С появлением и развитием инновационных технологий важность сотрудников растет, потому что для реализации сложной технологии нужна специальная подготовка персонала. Повышение требований к качеству продукции и услуг со стороны потребителей делает актуальным формирование нового типа

отношений в трудовом коллективе, в частности, развитие неформального и творческого отношения работников к труду [3].

Особая роль отводится персоналу в условиях кризиса в организации. В сложный для компании период происходит смена руководящего состава для улучшения финансового положения компании.

Как показывают исследования, на практике оценка персонала осуществляется поверхностно, что не позволяет получить полноценную и объективную информацию о деловых и индивидуальных качествах персонала. В связи с этим для эффективной оценки персонала необходимо использовать не один, а систему методов.

Систему методов оценки персонала целесообразно разделить на три автономные группы (рис.) [5].

Методы оценки персонала

Качественные методы	Количественные методы	Комбинированные методы
<ul style="list-style-type: none"> • Матричный метод • Метод системы производственных характеристик • Оценка выполнения задач • Метод «360 градусов» • Групповая дискуссия 	<ul style="list-style-type: none"> • Метод балльной оценки • Ранговый метод • Метод сводной балльной оценки 	<ul style="list-style-type: none"> • Метод суммы оценки • Система группировки

Как видно из рисунка, каждая группа включает набор методов. Для достижения запланированных результатов необходимо сочетать методы из различных групп. Однако такая углубленная диагностика потребует изменений в системе управления персоналом, а значит, и дополнительных финансовых затрат. Однако это окупится повышением производительности труда и эффективности организации в целом [2].

Проблема оценки персонала изучена на материалах ПАО «Сургутнефтегаз». Это крупная публичная компания, в штате которой насчитывается более 110 тыс. чел., что делает проблему оценки персонала очень актуальной.

Для анализа ситуации, сложившейся в ПАО «Сургутнефтегаз», рассмотрим динамику трудовых ресурсов компании в абсолютном и относительном выражении (табл.).

Данные табл. свидетельствуют о том, что за анализируемый период средняя численность сократилась на 2 тыс. чел. Обращает внимание тенденция по приему и увольнению работников, сложившаяся в анализируемом периоде. Так, число принятых сократилось с 3345 чел. в 2015 году до 358 чел. в 2017 г., или в 9 раз. И наоборот, число уволенных по разным основаниям возросло с 852 чел. в 2015 г. до 1358 чел. в 2017 г., или 1,6 раза. Это свидетельствует о неблагоприятном положении в системе управления персоналом.

Показатели движения трудовых ресурсов ПАО «Сургутнефтегаз» за 2015–2017 гг.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Принято, чел.	3 345	621	258
Выбыло, чел.	852	1 621	1 358
В том числе:			
на учебу, чел.	437	1 003	875
на пенсию и по другим причинам, предусмотренным законом, чел.	156	303	265
по собственному желанию, чел.	96	182	172
за нарушение трудовой дисциплины, чел.	163	133	46
Среднесписочная численность работников, чел.	118 000	117 000	116 000
<i>Клэффиценты оборота:</i>			
по приему	2,83	0,53	0,31
по выбытию	0,72	1,39	1,17
Общий оборот рабочей силы	3,56	1,92	1,48
Коэффициент текучести	0,22	0,27	0,19
Коэффициент замещения	3,93	0,38	0,26

Одним из критериев эффективности управления персоналом является коэффициент текучести. За анализируемый период показатель незначительно снизился, однако имеет значение выше среднеотраслевого, что требует системных преобразований [4]. Следовательно, необходима реструктуризация подсистемы управления персоналом: внедрение новых подразделений и введение дополнительных должностей по отдельным кадровым функциям. Любые изменения требуют финансовых вложений, поэтому необходимо выполнить расчет предполагаемых затрат.

Издержки на образование новых отделов, таких как отдел кадров, отдел обучения и управления персоналом, а также отдел развития и продвижение персонала, будут зависеть от выплат работникам организации, которые только что трудоустроились.

Предполагается расширить штатное расписание и добавить новые должности в отдел управления персоналом:

- менеджер по анализу и прогнозированию трудовых ресурсов, месячный должностной оклад которого составит 19 тыс. руб., количество штатных единиц — 1 человек;

- менеджер по адаптации персонала, месячный должностной оклад составит 17 тыс. руб., количество штатных единиц — 2 человека;

- менеджер по подбору персонала, месячный должностной оклад составит 15 тыс. руб., количество штатных единиц — 2 человека;

- менеджер по расстановке кадров, месячный должностной оклад составит 14 тыс. руб., количество штатных единиц — 2 человека.

Также необходимо расширить штатное расписание отдела развития и продвижения персонала, и добавить группу по оценке персонала с количеством штатных единиц 4 человека, месячный должностной оклад каждого составит 12 тыс. руб.

В итоге общая сумма издержек в год на образование новых отделов будет равна:

$$\Sigma = (19+17 \times 2+15 \times 2+14 \times 2+12 \times 4) \times 12 = 1908 \text{ тыс. руб.}$$

Процедура обучения вновь трудоустроившихся сотрудников может проходить без дополнительных затрат, за счет того, что в организации существует собственный учебный центр. Согласно данным бухгалтерского учета, себестоимость одного такого занятия составит 17 тыс. руб.

Распланировав семинары в течение года для вновь трудоустроившихся сотрудников, было решено провести всего 10 семинаров, издержки на их проведение будут следующими:

$$\Sigma_c = 17 \times 10 = 170 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, выполнен расчет общей суммы издержек в год на образование новых отделов, их сумма будет равна:

$$\Sigma = 1908 + 170 = 2150 \text{ тыс. руб.}$$

Любое изменение может быть связано с рядом проблем субъективного и объективного характера, например, сопротивление переменам.

Предпосылками неблагоприятного состояния при внедрении систем оценки персонала являются:

- отсутствие или недостаток теоретических и методологических, организационных и социально-психологических знаний, лежащих в основе аттестации;
- отсутствие или недостаток навыков, необходимых для правильной оценки персонала;
- недостаточная стимуляция и регулирование оценки персонала.

Для ПАО «Сургутнефтегаз» проблема повышения эффективности кадровых решений может быть решена через совершенствование системы управления персоналом, которая включает как кадровые подразделения, так и используемую систему методов оценки персонала.

В связи с этим можно предложить ряд мер:

- преобразование отдела кадров и отдела обучения в соответствующие отделы: управления персоналом и развития и продвижения персонала;
- периодическое проведение проверки системы управления персоналом для соответствия корпоративным целям (организации необходимого поведения в производстве);
- оценка (включая вознаграждение) работы службы управления человеческими ресурсами на основе результатов работы компании (уровня достижения стратегических целей). Разработка системы критериев оценки для осуществления данных мероприятий;
- проведение пробного внедрения новых методов в одном из сегментов компании, их оценка и определение влияния на сотрудников компании [1].

Таким образом, грамотное, комплексное и всестороннее введение системы оценки персонала может помочь предельно адаптировать самых молодых сотрудников в компании, а также тех, кто работает

уже давно, чтобы получить высокие показатели. Это повысит эффективность работы компании и обеспечит ей устойчивость в своем сегменте бизнеса.

Список литературы

1. Базаров Т. Ю. Управление персоналом: практикум. — М.: Юнити-Дана, 2015. — 239 с.
2. Кибанов А. Я. Управление персоналом / А. Я. Кибанов, Н. В. Федорова. М.: Финстатинформ, 2000. — 325 с.
3. Лукашевич В. В. Основы управления персоналом: учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 350 с.
4. Фролов В. Е, Гайфуллина М. М. Анализ качественных и количественных характеристик персонала нефтегазовых компаний [Электронный ресурс]. — URL: [https://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_23/Frolov%20V.%201\(sovremennye%20tehnologii%20upr%20organiz\).pdf](https://www.iupr.ru/domains_data/files/zurnal_23/Frolov%20V.%201(sovremennye%20tehnologii%20upr%20organiz).pdf) (дата обращения: 26.11.2018).
5. Методы оценки персонала [Электронный ресурс]. — URL: <https://hrhelpline.ru/metody-i-metodiki-ocenki-personala> (дата обращения: 26.11.2018).

УДК 330.16

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО МЕТОДА СТИМУЛИРОВАНИЯ В ЛАБОРАТОРНЫХ УСЛОВИЯХ

М. Д. Ким, студент

Научный руководитель С. Д. Капелюк, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Человеческие ресурсы на сегодняшний день относятся к важнейшим факторам производства. При этом руководители заинтересованы, чтобы их сотрудники работали максимально эффективно. Для этого им необходимо стимулировать своих сотрудников с целью получения от них максимальной отдачи. Существуют различные системы поощрений сотрудников, но какой из них является самым эффективным? Для ответа на поставленный вопрос с помощью инструментов поведенческой экономики проведен лабораторный эксперимент среди обучающихся.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, лабораторный эксперимент, методы стимулирования.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке
студенческого гранта СибУПК имени профессора А. С. Турова*

Эффективность деятельности предприятия напрямую зависит от трудовых ресурсов. Еще с древних времен ученые обратили внимание на изучение стимулирования персонала и мотивации труда. Сегодня стимулирование играет большую роль в современном менеджменте, а правильно выстроенная система мотивации сотрудников имеет прямое влияние на эффективность предприятия [1]. Во многом стимулирование сотрудников обеспечивается за счет выбора наиболее подходящей системы оплаты труда и эффективной ее реализации. Существует различные системы оплаты труда: прямая повременная, повременно-премиальная, прямая сдельная, сдельно-премиальная, сдельно-прогрессивная, косвенно-сдельная и аккордная [2]. В данном исследовании будет рассмотрена повременно-премиальная система оплаты труда.

В последние годы лабораторные эксперименты стали широко использоваться экономистами и социологами для проверки научных гипотез. Данный вид эксперимента имеет свои преимущества и недостатки. Достоинством лабораторного эксперимента является дешевизна его проведения. Достаточно искусственно создать условия, необходимые для исследования; кроме того, в лабораторном эксперименте имеется возможность изменения условий и контроля. Недостатками лабораторного эксперимента являются: возможность допущения ошибок при создании ситуации, обособленность от реального мира и зависимость от субъективных представлений экспериментатора.

В поведенческой экономике подобные эксперименты проводятся для подтверждения гипотез о «нерациональности человека». Ричард Тайлер со своими коллегами Дэниэлом Кенеманом и Амосом Тверски смог предоставить эмпирические доказательства, что человек в повседневной жизни не подчиняется законам неоклассической экономической теории [3].

В одном из экспериментов поведенческой экономики было доказано, что люди эмоционально воспринимают потерю предмета в два раза сильнее, чем его же приобретение. На основе данного эффекта можно предположить, что при одинаковом вознаграждении, но с разной формой оплаты труда мотивация сотрудников будет различаться.

На основе этой гипотезы нами проведен эксперимент, в котором были предложены две различные формулировки вознаграждения за выполненную работу. Этот эксперимент наглядно показывает, как в зависимости от формулировки задания и определения вознаграждения один и тот же результат влияет на восприятие индивидом. В эксперименте приняли участия школьники 9–11 классов Новосибирской области. При проведении эксперимента было решено награждать школьников сладкими призами.

Далее представлены способы вознаграждения на примере предприятия. Оклад работника — 20 тыс. руб., работодатель поощряет сотрудников премией за выполнение плана, которая составляет 5 тыс. руб.

При первом способе премия входит в заработную плату, которая в итоге составляет 25 тыс. руб. Если результат по итогам месяца будет меньше намеченного плана, то сотрудник лишается премии и получает 20 тыс. руб.

Второй способ заключается в том, что сотрудник получает премию к основной заработной плате 20 тыс. руб., если выполнит план.

По содержанию эти два способа абсолютно одинаковые, но на практике они показывают разные результаты. Аналогичным образом были составлены формулировки для лабораторного эксперимента.

Участники были разделены на три группы, которые были определены на основе рандомизации.

Первой группе участников было выдано вознаграждение в начале занятия, с условием, что худшие команды по окончании занятия будут вынуждены сдать вознаграждение обратно. У участников вознаграждение было на виду. Численность группы — 101 человек.

Вторая группа участников знала, что лучшие команды будут вознаграждены, и знали, какой именно будет приз. Численность группы — 116 человек. По окончании эксперимента вознаграждение было выдано лучшим участникам.

Контрольная группа ничего не знала о вознаграждении, благодаря этой группе мы смогли оценить эффективность двух других подходов. Численность группы — 114 человек.

В эксперименте принял участие 331 человек. Они были разделены на 67 команд. Среднее количество участников в команде составило 5 человек. Всего викторина была проведена 12 раз.

Викторина включала в себя 6 вопросов стоимостью 100, 200, 300 баллов. За правильный ответ участникам начислялись баллы, равные стоимости вопроса. Если ответ неверен, то баллы вычитались в аналогичном размере. Если участники не уверены в правильности ответа, они могли воздержаться от ответа (баллы в таком случае не вычитались). По итогам мероприятия собраны результаты и внесены в базу для анализа. В табл. 1 представлены результаты викторины.

Таблица 1

Средние баллы результатов викторины (по группам)

Группы	Средний результат
В целом по всем группам	-143
Первая	-432
Вторая	-155
Третья	88

Проанализировав результаты, было выявлено, что средний балл первой группы составил -432, второй группы -155, третьей группы 88, по всем группам -143. На основе этих результатов можно сделать следующие выводы:

1. После получения сладкого приза в начале мероприятия участники первой группы расслабились, т. к. получили желаемое.
2. Первая группа боялась потерять уже полученный приз и из-за этого они были склонны рисковать.

Два этих вывода противоречат друг другу. Благодаря данным, которые представлены в табл. 2, мы можем понять, какой вывод оказался верным.

Таблица 2

Количество воздержавшихся от ответа (по группам)

Группы	Число воздержавшихся	Количество ответов	Доля в общем количестве, %
Первая	3	120	2,5
Вторая	2	162	1,2
Третья	1	102	1

Из представленных результатов мы видим, что первая группа чаще остальных воздерживалась от ответа: в 2 раза чаще по сравнению со второй группой и в 2,5 раза по сравнению с контрольной группой.

После проведенного анализа можно сделать вывод, что второй метод стимулирования оказался более результативным по сравнению с первым, т. к. люди в первой группе из-за полученного вознаграждения принимали менее рискованные решения из-за страха потерь.

Список литературы

1. Галимова А. Ш., Галимова Л. Ф., Тимербулатова А. Р. Заработная плата как фактор мотивации к труду // Вестник Волжского университета им. В. Н. Тагитцева. — 2015. — № 1 (33). — С. 163–169.
2. Капелюк З. А. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях торговли общественного питания: курс лекций. — М.: Омега, 2006. — 224 с.
3. Тайлер Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Р. Тайлер; [пер. с англ. А. Прохоровой]. — М.: Эксмо, 2018. — 384 с.: ил. — (Top Economics Awards).

УДК 331.108.3:159.9.072

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ОТБОРЕ ПЕРСОНАЛА (НА МАТЕРИАЛАХ МОНГОЛЬСКИХ БАНКОВ «ХААН БАНК» И «ХАСБАНК»)

О. Монхбаяр, аспирант

Дарханский филиал Монгольского университета гуманитарных наук
г. Дархан, Монголия

В данном исследовании мы рассмотрели процесс набора и отбора персонала как одну из важнейших задач кадровой политики. В статье обосновывается необходимость расширения использования психологических методов при отборе персонала. Представлены результаты опроса банковских работников, проведенного с целью определения наличия необходимых навыков, степени профессиональной пригодности и коэффициента IQ.

Ключевые слова: найм, отбор персонала, психологические тесты, коэффициент интеллекта, компетенции.

Подбор квалифицированных специалистов, обладающих необходимыми для достижения целей организации знаниями, умениями и опытом, выступает непростой задачей в любой сфере деятельности, поэтому совершенствование отбора персонала является актуальной проблемой.

Развитие человеческих ресурсов — это главный фактор роста объемов деятельности, увеличения прибыли организации и повышения производительности труда.

В данной работе мы рассматриваем процесс набора и отбора персонала как одну из важнейших задач кадровой политики. В исследовании мы используем методы индукции, наблюдения, сравнения, а также статистические методы.

Отбирая квалифицированные кадры, коммерческие банки формируют команду профессионалов. Обеспечив себя человеческими ресурсами с достаточным запасом умений, способностей и опыта, организация может повысить конкурентоспособность на рынке. Используя психологические методы при отборе персонала, организация сможет обеспечить себя профессиональными специалистами с необходимыми для своих целей знаниями, навыками и талантами.

Одной из основных обязанностей HR-менеджера выступает как можно более полное использование способностей каждого из сотрудников. Способности сотрудника в каждом случае представляют собой индивидуальный набор характеристик, поэтому критерием эффективного использования способностей является производительность его физического и умственного труда. Данная производительность индивидуальна для каждой личности и проявляется в процессе трудовой деятельности человека.

Степень развития человеческих ресурсов организации определяется степенью эффективности их использования исходя из способностей каждого сотрудника и целей организации. Управление человеческими ресурсами имеет 3 основных направления: формирование эффективной рабочей силы, развитие способностей и оказание поддержки в долгосрочном периоде (рис. 1).

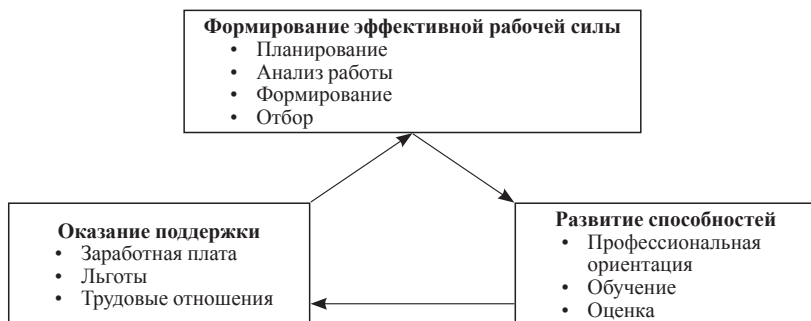


Рис. 1. Направления в системе управления человеческими ресурсами

Выполнение данных обязанностей требует от HR-менеджеров способностей к планированию, объективной оценке выполненных работ и рациональному определению заработной платы. В большинстве организаций HR-менеджеры концентрируют свое внимание на отборе персонала и определении заработной платы и вознаграждений. Функциями HR-менеджеров могут быть планирование потребности в рабочей силе, определение вакансий, подбор новых работников, проведение интервью с соискателями, ознакомление новых работников с организацией.

Сегодня значение психологической науки постоянно растет во всех сферах экономики и бизнеса. При организации видов деятельности, связанных с людьми, мы постоянно сталкиваемся с такими проблемами как различия в характере, талантах, умении, потребностях, интересах и эмоциях. Из истории психологической науки видно, что психологию субъектов бизнеса исследовали с древних времен. Но исследования в области психологии бизнеса — сравнительно недавнее явление. В 1912 г. психолог Гуго Мюнстерберг опубликовал книгу «Психология и экономическая жизнь», а также начал исследования по использованию методов психологической науки в экономике. Согласно его теории промышленной психологии, производитель продуктов и услуг изучается как личность.

Любому коммерческому банку нужны способные сотрудники с хорошими знаниями, умениями и опытом. Поэтому мы провели исследования в банках «Хаан Банк» и «ХасБанк» с целью определения

навыков, профессиональной пригодности, мотивации к работе и коэффициента интеллекта (IQ) среди кандидатов на работу. Для этого мы использовали соответствующий опросник.

Исследование охватило 140 человек в 2 банках. При обработке ответов мы использовали корреляционный анализ (табл.).

Распределение ответов респондентов

№	Вопрос	Ответы	«Хаан Банк» (80 человек)	«ХасБанк» (60 человек)
1	Коэффициент IQ	Высокий	14	9
		Хороший	28	21
		Удовлетворительный	30	30
		Низкий	8	7
2	Тип темперамента	Знаю	31	14
		Не знаю	49	46
3	Выбор профессии	На основе своих талантов и способностей	66	47
		Желание родителей или других людей	14	13
4	Важность психологического климата	Зависит от коллектива	71	52
		Всегда важно	9	6
		Лучше быть одному/одной	0	2
5	Отношения с коллегами	В зависимости от того, как человек относится ко мне	12	5
		Я всегда умею ладить с людьми	60	55
		Я всегда осторожен с другими	8	0
6	Интерес к повышению карьеры и роста	Очень высокий	19	10
		Высокий	47	47
		Низкий	13	3
		Отсутствует	0	0
7	Уверенность в своих способностях	Очень сильная	6	6
		Сильная	41	27
		Удовлетворительная	3	24
		Низкая	0	3
8	Отношение работника к деньгам	Очень важны	6	7
		Важны	47	29
		Не очень важны	27	24
		Не важны	0	0
9	Как долго вы работаете в данном банке	1–2 года	63	52
		2–4 года	14	8
		5–6 лет	3	0
		6 лет и более	0	0

Сегодня конкуренция между частными организациями Монголии усиливается. Это затрагивает и деятельность коммерческих банков. В число важнейших факторов конкурентоспособности входят не только технологии, но и человеческие ресурсы. Поэтому появилась необходимость разработать метод диагностики психологии личности, чтобы раскрыть особенности внутреннего мира сотрудника и преодолеть трудности при отборе способных людей, которые смогут работать в организации, с большим усердием и эффективностью. Согласно исследованию, многие сотрудники не знают тип своего темперамента, их психологическое состояние во многом зависит от коллектива. Многие считают, что у них высокий IQ, и что деньги для них важны.

Исследование показало, что сотрудники очень нестабильны. Мы выяснили, что при найме на работу людей с небольшим стажем уменьшается доход компании. Это означает, что организация должна обеспечить долгосрочную и стабильную работу молодым сотрудникам с небольшим стажем работы. Поэтому важно применять психологические методы при отборе персонала и набирать в организацию сотрудников с необходимыми знаниями, умениями и талантом. Отметим, что необходимо делать рациональный выбор с использованием методов психологической диагностики, обучать сотрудников работать стабильно, находить кандидатов на вакантные места руководителей, используя внутренние ресурсы, поддерживать командные и групповые проекты, отбирать сотрудников, которым можно доверять, знать отношение сотрудников к деньгам, использовать тесты и опросники при найме на работу.

Любая коммерческая организация имеет свои особенности, важными требованиями к сотрудникам банковской сферы являются:

- аккуратность;
- конфиденциальность;
- скорость;
- вежливость;
- стабильность и др.

Данные черты характера можно определить по психологическим тестам. Обеспечить организацию человеческими ресурсами с указанными чертами — это одна из важнейших задач. Необходимо

определить вышеуказанные психологические качества при отборе и проанализировать следующие аспекты:

- личностное развитие;
- оценка способностей;
- определение типа темперамента;
- определение способностей к данному виду деятельности.

Список литературы

1. Дорж Т. Менеджмент. — Улан-Батор, 2019.
2. Психологические тесты / Академия управления. — Улан-Батор, 2002.
3. Увш Г. Психология отношений. — Улан-Батор.
4. Цэнд Н., Шуурав Я. Менеджмент. — Улан-Батор, 2000.
5. Цэцэгмаа Ц. Управление человеческими ресурсами. — Улан-Батор, 2001.
6. Чадраабал Д., Баатар Ч. Управление человеческими ресурсами. — Улан-Батор, 2006.

УДК 65.01

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ

Н. В. Осипова, студентка

Научный руководитель В. Я. Зиннер, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,

г. Новосибирск, Россия

В статье рассматривается комплексный анализ системы мотивации персонала предприятия, с целью выявления направлений ее совершенствования. Различные методики анализа системы мотивации предприятий предлагались ранее в работах С. А. Агапцова, Е. А. Капитоновой, В. М. Масловой [1; 3; 4]. Наша методика отличается от методик, предложенных ранее, включением в анализ обязательных составляющих, таких как анализ документов и опрос персонала.

Ключевые слова: труд, мотивация, совершенствование системы, опрос, материальная мотивация, нематериальная мотивация.

На сегодняшний день отношения между предпринимателем и работником строятся на совершенно новой основе. Целью любого предпринимателя является успех на рынке, что в дальнейшем приведет к получению значимой прибыли. Цель каждого из работников

предприятия — получить максимальные материальные вознаграждения и тем самым удовлетворить свои потребности.

Разработка системы мотивации и стимулирования — это процесс непрерывный и циклический, и является одним из наиболее важных направлений деятельности современного предприятия. Предприятия постоянно развиваются, меняется их рыночное окружение, перед бизнесом в целом и отдельными подразделениями ставятся новые задачи. Для исследования мотивации трудовой деятельности ООО «Элистен» нами были использованы следующие методы: анализ документов, анкетирование, интервьюирование. Анализ документов — это совокупность методических приемов, применяемых для извлечения из документальных источников социологической информации, необходимой для решения исследовательских задач (табл. 1).

Таблица 1

Анализ кадровых документов по мотивации ООО «Элистен»

Название документа	Достоинства	Недостатки
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Ежегодные отчеты об обучении и оценке персонала	Анализ развития персонала в сфере обучения, сравнение с предыдущими годами, возможности компании обучать персонал, подтверждение того, что персоналом занимается отдел персонала и повышает квалификацию работников	Информация не полная, в электронном виде, официально не является документом, подписана исполнителем, не утверждена
Положение об оплате труда	Проведена внутренняя тарификация работ, разработана грейдинговая система	Отсутствует четкая зависимость результатов труда и премиального вознаграждения; в положении об оплате труда отсутствует разделение по премиям
Положение об оценке персонала	Производится оценка по компетенциям	Отсутствует критерии премий по компетенциям; результаты оценки не учитываются для присвоения категорий по должностям, дифференциация окладов сотрудников
Положение о нематериальной мотивации	—	Отсутствует. Следовательно, нет документальной основы, регламентирующей нематериальную мотивацию

Окончание табл. 1

1	2	3
Ежегодные отчеты отдела персонала о причинах текучести персонала	Статистика причин увольнения	Не является официальным документом, содержит неполную информация. Отсутствует расшифровка причин увольнения, например, уволившихся по собственному желанию
Положение об обучении и повышении квалификации	Бесплатное обучение от организации, развитие персонала	Не содержит информацию об обучении молодых специалистов, в целом не содержит информации по адаптации персонала
Правила внутреннего трудового распорядка	Регламентировано рабочее время в соответствии с графиком работы, присущее каждой должности, а также время отдыха	Схематичное содержание об условиях организации труда
Трудовой договор	Официальное трудоустройство, фиксированная заработная плата, соц. пакет для сотрудника	Сотруднику устанавливается испытательный срок от 1 месяца до 3 на усмотрение работодателя, в течение него принимается решение о дальнейших действиях по отношению к работнику
Должностная инструкция	Прописаны права и обязанности сотрудника	Фактически сотрудник выполняет больше должностных обязательств, чем прописано

Исходя из данных табл. 1, в компании документально закреплена материальная мотивация только в области заработной платы. По нематериальной мотивации документы отсутствуют. Следовательно, сотрудника мотивируют на высокую самоотдачу за счет заработной платы и официального трудоустройства, а то, что касается жизненно важных благ, которые по каким-либо причинам невозможно купить за деньги — документально не подтверждено. Только когда в компании работает и материальная и нематериальная мотивация, возможны высокие результаты, т. к. не для каждого сотрудника важны только денежные средства. Также в компании нет положения о премировании, премия насчитывается по усмотрению руководителя, им же создается приказ о премировании. В организации есть грейдинговая система в виде тарифной сетки. Далее проанализируем результаты, полученные в ходе анкетирования. Первая

анкета направлена на выявление общей удовлетворённости трудовыми условиями в компании, вторая на удовлетворённость системой мотивации в компании. Выборка опрошенных составила 70 человек (генеральная совокупность 82).

На рис. 1 показана удовлетворенность респондентов характеристиками работы.

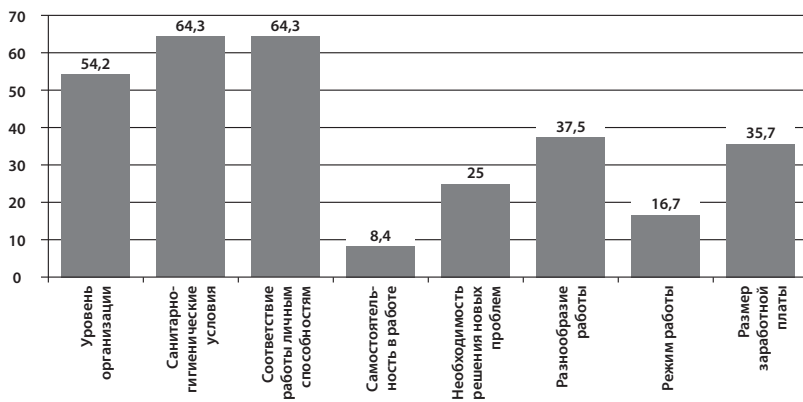


Рис. 1. Степень удовлетворенности респондентов факторами работы и мотивации, %

Из рисунка видно, что респонденты неудовлетворены заработной платой, отсутствием самостоятельности в работе и режимом работы. При этом отсутствуют факторы, которые полностью не удовлетворяют персонал. Вышесказанное говорит о том, что необходимы изменения в мотивации трудовой деятельности компании, как материальной, так и нематериальной. Наглядные результаты о карьерном продвижении сотрудников на 1–2 года на рисунке 2.

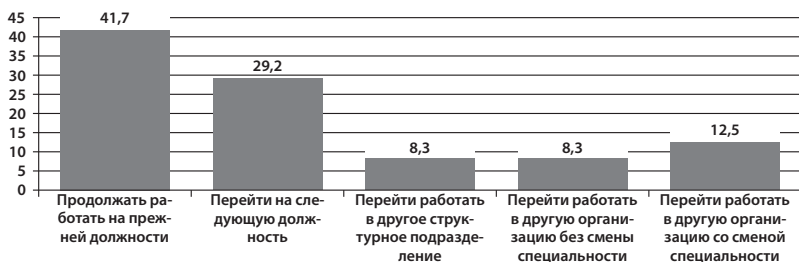


Рис. 2. Мнение респондентов о карьерном продвижении, %

Из данного рисунка можно сделать вывод: респонденты рассматривают вариант смены компании или места работы. Это увеличивает показатель текучести персонала и уменьшает лояльность. Рассмотрим результаты, полученные в ходе опроса. На рис. 3 можно наблюдать как на трудовую активность действуют определенные факторы.



Рис. 3. Мнение респондентов по степени влияния факторов мотивации на трудовую активность

Материальная мотивация — единственный фактор, который влияет на трудовую деятельность всех респондентов. Нематериальная мотивация и трудовой настрой коллектива зависит от положения о нематериальной мотивации и социально-психологического климата. По результатам анкетирования, боязнь потерять рабочее место присуща 50 % респондентов. Для опрошенных нововведения являются тяжело воспринимаемыми.

Что касается характеристик работы, самой важной для респондентов является заработная плата, дальше приоритеты распределились следующим образом: карьерный рост, благоприятный социально-психологический климат, благоприятные условия труда, сложность работы. Материальная основа более необходима, чем нематериальная.

Таким образом, в ООО «Элистен» из нематериальной мотивации есть только карьерный рост и оплата спортивных мероприятий, иные виды нематериальной мотивации в организации отсутствуют. В результате проведенного исследования мы выявили следующие недостатки и достоинства в существующей мотивации трудовой деятельности персонала (табл. 2).

Таблица 2

**Основные результаты исследования состояния мотивации
трудовой деятельности в ООО «Элисден»**

Методы исследования	Выявленные недостатки	Предложенные проектные мероприятия
Анализ документов	а) Отсутствие четких критериев оценки и регламентации премирования (в положении по оплате труда отсутствует раздел по премированию) б) Результаты оценки по компетенциям не учитываются при построении структуры зарплат и категорий по должностям	а) Разработать раздел о премировании и включить его в Положение по оплате труда б) Разработать и ввести КРІ и матрицу премирования для ключевых должностей организации;
Анкетирование «Удовлетворенность респондентов факторами работы и мотивации» (Приложение Б)	Неудовлетворенность размером оплаты труда	Разработка нового премирования
Анкетирование «Удовлетворенность мотивацией труда» (Приложение В)	а) Размер премиального вознаграждения не связан с результатами труда (ввиду отсутствия четких показателей премирования) б) Отсутствует практика использования нематериальной мотивации (кроме карьерного роста и спортмероприятий) в) Не регламентирован порядок составления годового плана обучения, бюджет на обучение г) На предприятии отсутствуют утвержденные процедуры оценки эффективности обучения	а) Разработать матрицу зависимости переменной части заработной платы от общей результативности б) Внедрить практику нематериальной мотивации в) Необходимо разработать систему составления плана обучения сотрудников предприятия и бюджет на обучение г) Разработать методику оценки эффективности обучения

Для решения возникших проблем нами предлагается разработать и ввести КРІ, разработать матрицу премирования, включить раздел о премировании персонала в действующем положении «Об оплате труда», разработать положение «О нематериальной мотивации персонала».

Список литературы

1. Агапцов С. А. Мотивация труда как фактор повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия / С. А. Агапцов, А. И. Мордвинцев, П. А. Фомин, Л. С. Шаховская [Электронный ресурс]. — URL: http://www.smartcat.ru/p_staff/books/book_61/index.shtml (дата обращения: 21.02.2019).
2. Балашов Ю. К. Мотивация и стимулирование персонала / Ю. К. Балашов // Кадры предприятия. — 2017. — № 7. — С. 19–24.
3. Капитонова Е. А. Нестандартные способы мотивации сотрудников компании / Е. А. Капитонова, М. К. Черняков // Современные исследования молодого ученого. Вып. 1: сборник материалов межвузовской науч. конференции. — Новосибирск: НОУ ВПО Центросоюза РФ «СибУПК», 2018. — 77 с.
4. Маслова В. М. Управление персоналом. — М.: Юрайт, 2017. — 488 с.
5. Мордвинова Е. Л. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / Е. Л. Мордвинова. — Новосибирск: Академиздат, 2017. — 138 с.

УДК 331.109

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНФЛИКТАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

В. А. Русских, студент

Научный руководитель В. Я. Зиннер, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,

г. Новосибирск, Россия

В статье рассматривается процесс выявления причин конфликтных ситуаций в организации с целью совершенствования управления конфликтами. Некоторыми авторами уже были рассмотрены способы выявления причин возникновения конфликтов в организации, например М. В. Вдовиным, Г. И. Козыревым, В. Г. Коноваловым [1; 2; 3]. Методика, предложенная в статье, отличается от ранее предложенных включением в анализ коэффициента социально-психологической напряженности.

Ключевые слова: конфликт, управление конфликтом, персонал, методы управления конфликтом, инструменты управления конфликтом.

Тема конфликтов существует в любой сфере деятельности, потому как отношения между сотрудниками являются неотъемлемой частью успешного развития организации. Для разработки рекомендаций по совершенствованию управления конфликтами был проведен анализ системы управления конфликтами в магазине «ОПТ-ТОРГ».

Для примера рассмотрим должность администратора магазина. Администратор должен следить за работой сотрудников магазина, за правилами обслуживания клиентов во избежание конфликтов или неудовлетворения потребностей покупателей. В мире нет дефицита товаров и услуг. Есть дефицит покупателей и организации конкурируют между собой за их привязанность и деньги. Несоответствие ожидаемого клиентом сервиса и уровня обслуживания провоцирует возникновение конфликтных ситуаций в магазине. Продавцы и администратор аргументируют факт наличия конфликтных ситуаций в магазине плохим настроением покупателя, его желанием самоутвердиться за счет продавцов. К сожалению, как показывает практика, в 70 % случаев конфликты спровоцированы именно сотрудниками магазинов. Причина возникновения конфликтов в магазине «ОПТ-ТОРГ» за последние 5 лет следующая: покупатель не удовлетворил уровень обслуживания. Ситуации, вызывающие у клиента неприятные эмоции, знакомы всем: обслуживание оказано не вовремя, невежливое приветствие, общая атмосфера в магазине не располагает к ощущению комфорта у клиента (громкие разговоры персонала на личные темы, запах еды или табака, музыка в стиле «шансон» и т. д.), фамильярное отношение специалистов магазина к покупателю или полное игнорирование [4; 5].

Практически во всех перечисленных конфликтных ситуациях, хотя они и случались очень редко, было необходимо вмешательство руководства данного магазина. Но, к сожалению, не обо всех конфликтах ему сообщалось.

В феврале 2019 год в магазине «ОПТ-ТОРГ» было проведение исследование, целью которого стало — выявить причины организационных конфликтов. Рассмотрим полученные результаты (рис. 1).

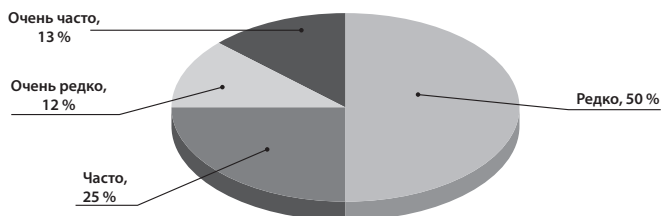


Рис. 1. Частота возникновения трудовых споров

По данным рисунка можно сделать вывод, что конфликтные ситуации и трудовые споры в организации возникают редко, это утверждает 50 % опрошенных сотрудников. Однако говорить о том, что конфликтные ситуации полностью отсутствуют нельзя. 13 % опрошенных сотрудников утверждают, что споры возникают очень часто, а 25 % — часто.

Для того, чтобы узнать влияет ли стиль руководства управленческого состава на конфликтные ситуации в данном магазине, был проведен опрос директора. По результатам исследования руководитель предприятия имеет демократический стиль управления, с небольшими элементами диктата (рис. 2).

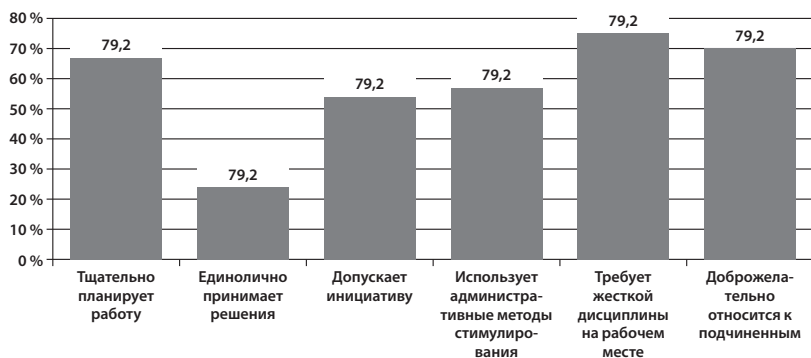


Рис. 2. Характеристика стиля управления директора магазина «ОПТ-ТОРГ»

По данным рисунка видно, что руководитель магазина требует от сотрудников жесткой дисциплины на рабочем месте, но в то же время относится к ним доброжелательно. Руководитель тщательно планирует свою работу и работу персонала, допуская при этом инициативу. Кроме этого, следует отметить, что, по мнению сотрудников, руководитель использует административные методы стимулирования. Все это явно говорит о демократическом стиле управления, с элементами авторитарного.

Что касается роли руководителя в формировании общей организационной культуры, то ее значимость весьма велика. Поддержание корпоративной культуры на хорошем уровне — непростая задача. Но несмотря на разнообразный коллектив ООО «ОПТ-ТОРГ»,

морально-психологическая обстановка благоприятная. Директор старается вникнуть во все вопросы и проблемы, возникающие в организации, а также всячески помочь своим сотрудникам. Участие руководителя в жизни коллектива — это залог снижения конфликтов в фирме.

Таким образом, можно предположить, что сотрудники, по мнению которых организационные конфликты в магазине происходят из-за неэффективных действий руководителя, основывались лишь на собственных амбициях.

Среди причин возникновения организационных конфликтов в магазине «ОПТ-ТОРГ» можно назвать следующие (рис. 3).

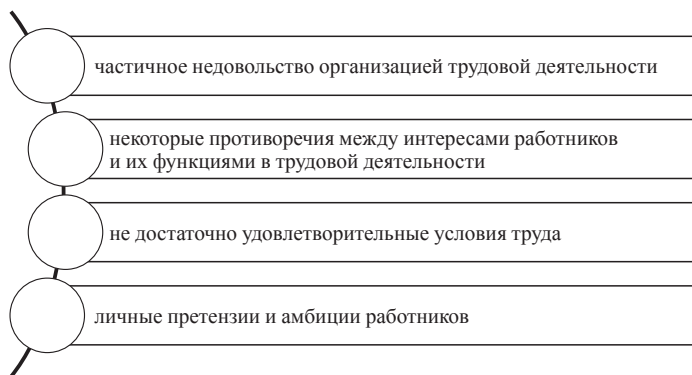


Рис. 3. Причины возникновения конфликтов в организации

В рамках проводимого исследования предлагается рассчитать коэффициент социально-психологической напряженности используя представленную ниже формулу:

$$K = \frac{x_1 + x_2 + x_3 + x_4}{n}$$

где K — коэффициент социальной напряженности;

x_1 — противоречие интересов работников (доля неудовлетворенности);

x_2 — фактор организации трудовой деятельности (доля неудовлетворенности);

x_3 — условия труда (доля неудовлетворенности);
 x_4 — неудовлетворенность руководством;
 n — количество факторов, вызывающих неудовлетворенность более чем у половины опрошенных.

Таким образом: $K = (0,11 + 0,08 + 0,05 + 0,02) / 2 = 0,13$.

Значение данного коэффициента свидетельствует о низком уровне социально-психологической напряженности в коллективе ООО «ОПТ-ТОРГ». Это означает, что в данном магазине редко возникают конфликтные ситуации с покупателями или коллегами, и они практически всегда разрешимы.

По результатам исследования руководству ООО «ОПТ-ТОРГ» рекомендованы следующие действия:

1. Осуществлять контроль за выполнением принятых ранее решений.

2. Повышать самооценку и трудоспособность сотрудников организации за счет признания их достижений перед коллективом организации.

3. Ставить цели перед сотрудниками и мотивировать их достижение как материальными, так и моральными методами стимулирования.

4. Самокритично относиться к своим решениям, в случае необходимости признавать свои ошибки и корректировать принятые решения.

Список литературы

1. Вдовина М. В. Конфликтология в социальной работе / Е. Г. Сорокина, М. В. Вдовина — М.: Дашков и К, 2018. — 284 с.
2. Козырев Г. И. Конфликтология: учебник / Г. И. Козырев. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2017. — 304 с.
3. Конфликтология: учебник / А. Я. Кибанов, И. Е. Ворожейкин, Д. К. Захаров; под ред. А. Я. Кибанова, 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 301 с.
4. Шарков Ф. И. Общая конфликтология / Ф. И. Шарков, В. И. Сперанский — М.: Дашков и К, 2018. — 240 с.
5. Черепанова Е. С. Философия конфликта: учеб. пособие / Е. С. Черепанова, 2-е изд., стер. — М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 196 с.

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Л. А. Сорокина, канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Рыночная экономика предъявляет высокие и жесткие требования не только к знаниям и навыкам работников, но и безусловно к уровню квалификации персонала. Внешние и внутренние условия функционирования организации подвержены постоянным переменам, что ставит большинство российских фирм перед необходимостью дополнительной подготовки персонала к грядущим изменениям, к проблемам и рискам, с которыми можно столкнуться и которые могут плохо отразиться на работе бизнеса.

Ключевые слова: оценка персонала, методы и подходы к оценке персонала, классификация методов оценки персонала.

В данной статье предлагается рассматривать оценку персонала с позиции системного подхода. Подобные исследования проводились, но акцент делался в основном на оценку персонала или на процесс (Ю. Одегов, А. Кибанов) или на процедуру (Е. Маслов).

Движущей силой любого бизнеса являются люди, а именно персонал, работающий в организации. От уровня его квалификации зависит не только успешность деятельности организации, но и степень достижения ее целей. Умения, трудовые навыки, знания персонала становятся важнейшим стратегическим ресурсом в современных условиях по сравнению с производственным и финансовым капиталом.

Оценка персонала преследует определенные цели, а именно:

1) административная цель, которая достигается через принятие обоснованных административных решений, основываясь на объективных и достоверных итогах оценки работы персонала (в данном случае может быть принято решение о повышении или понижении по служебной лестнице, направление на обучение, перевод на другую работу, увольнение);

2) информационная цель — заключается в том, что персонал организации имеет возможность получать достоверную информацию о деятельности подразделений и организации в целом. Данная информация будет являться крайне важной для выбора направлений дальнейшего развития и совершенствования своей деятельности,

а руководителям несомненно даст возможность принять правильное решение в ходе управленческой деятельности;

3) стимулирующая цель, которая оказывает мотивирующее влияние на трудовое поведение людей, т. к. оценка результатов труда будет обеспечивать дальнейшее повышение производительности работников, но только если труд человека будет оценен объективно с учетом разработанных критериев, соответственно его ожиданиям и по справедливости [2; 6].

Оценка персонала позволяет решить следующие задачи:

- снизить риск продвижения и выдвижения сотрудников без необходимых компетенций;
- выявить затраты на обучение персонала;
- поддержать чувство справедливости у персонала и повысить трудовую мотивацию;
- создать атмосферу для поддержания обратной связи с сотрудниками о качестве их деятельности;
- разработать программы для обучения, развития и адаптации персонала в коллективе.

Субъекты оценки персонала, как и объекты, играют немаловажную роль при оценке персонала и деятельности организации в целом:

1) Линейные руководители. Они являются главными действующими лицами в деловой активности и в ее оценке. Они отвечают за точность, полноту, объективность и целостность информационной базы для проведения оценки, проводят беседы с оцениваемыми сотрудниками.

2) Персонал в службе управления персоналом низшего звена.

3) Коллеги и работники, которые имеют функциональные взаимосвязи с оцениваемым персоналом.

4) Люди, которые непосредственно не связаны трудовой деятельности с теми, кого необходимо оценить. Среди таких выделяют независимых экспертов и формируют центры для оценки.

По принципу формализации все субъекты оценки можно разделить на две группы: формальные и неформальные.

Формальные — это линейные руководители и сотрудники отдела по управлению персоналом. Именно они имеют полное право на принятие административного решения по всем результатам оценки.

Неформальные — это коллеги, а именно независимые эксперты, которые дают только свое заключение, которое далее будет учитываться формальными субъектами оценки при обобщении и суммировании результатов информации для принятия управленческих решений.

Объектом оценки могут являться и отдельный работник и группа работников. Они выделяются по какому-либо критерию, в зависимости от его места в организационной структуре управления, а также по квалификационному и профессиональному признаку.

Мы знаем, что оценить результаты рабочих, а особенно сельщиков, довольно легко, потому что результаты их деятельности, как количественные, так и качественные, выражаются в объеме произведенной продукции, либо предоставленных услуг. Намного сложнее оценить результаты труда руководящего звена и специалистов, поскольку они характеризуют их способности оказывать непосредственное влияние на деятельность какого-либо производственного, торгового или управленческого звена, а т. к. оценка руководящих служб очень трудна, порой даже невозможна, необходимо создать независимое подразделение оценки персонала для определения качеств руководителей и их умения управлять персоналом низшего звена.

Так как данный подход весьма трудоемкий и имеет множество проблем, то к нему необходимо подходить ответственно, чтобы иметь хорошую управляющую структуру. Необходимо учитывать все факторы при проведении оценки персонала: естественно-биологические, социально-экономические, технико-организационные, социально-психологические, рыночные. Немаловажны и критерии. Выделяют несколько групп критериев, универсальных для любого предприятия с некоторой степенью их корректировки в зависимости от специализации организации и работника:

- профессиональные;
- деловые;
- морально-психологические;
- специфические.

Методы оценки персонала позволяют:

- оценить потенциал работника;
- провести деловую оценку.

Методы и подходы к оценке [1]:

I.

- 1) Создание центра оценки персонала.
- 2) Создание тестов на профпригодность.
- 3) Создание общих тестов на способности персонала.
- 4) Создание биографических тестов и изучение биографии.
- 5) Создание личностных тестов. Психодиагностические тесты

для оценки уровня развития личностных качеств или отнесенность человека к определенному типу (тип поведения и потенциальные возможности). 20 % организаций применяют его.

II.

- 1) Проведение интервью.
- 2) Рекомендации.

3) Нетрадиционные методы. «11 % организаций используют полиграф (детектор лжи), 18 % алкогольный и наркотический тесты (кровь, моча), что является частью медицинского осмотра и 22 % пользуются некоторыми видами психоанализа в целях выявления мастерства кандидатов» [2].

III.

1) Описательный метод. Он заключается в том, что производящему оценку предлагают описать преимущества и недостатки поведения работника. Один из индивидуальных методов оценки.

2) Метод групповой оценки. Как отечественные, так и зарубежные компании накопили огромный опыт проведения оценки персонала, т. к. имеют давно сложившуюся систему управления персоналом.

Интересен опыт американских компаний, которые выделяют факторы оценки, в значительной степени влияющие на результативность труда:

1) задачи, выполняемые работником. Задачи, реализуемые менеджерами и служащими, отличаются от задач, выполняемых рабочими и, соответственно, заслуживают более высокой оценки;

2) регулирование процедуры оценки на уровне государства, существующие нормы и правила;

3) личное отношение оценщика к оцениваемому. Если нравственная культура оценщика не соответствует рабочей этике, то это может повлечь рост текучести кадров, снижения результативности труда и т. д.

В некоторых американских фирмах при исследовании оценки результативности труда были выявлены критерии, которые чаще всего выступали в качестве приоритетных:

- качество работы — 93 %;
- объем работы — 90 %;
- знание тонкостей работы и рабочего процесса — 85 %;
- присутствие на рабочем месте — 79 %.

Среди личных качеств чаще всего использовались в качестве критериев:

- инициативность — 87 %;
- коммуникативность — 87 %;
- надежность — 86 %;
- необходимость контроля в работе — 67 %.

В каждом конкретном случае в зависимости от задач оценки должен составляться индивидуальный список критериев, которые бы максимально раскрывали поставленную цель.

Если рассматривать периодичность оценки, то данные таковы: ежегодно проходят оценку 74 % служащих и 58 % рабочих; раз в полгода — 25 % служащих и 30 % рабочих и чаще чем раз в полгода — 10 % исследуемых. Именно для американских фирм характерно частое проведение процедуры оценки персонала. Оценку персонала чаще всего проводит сам менеджер-управляющий, но также может проводиться с участием:

- коллег оцениваемого;
- подчиненных;
- лиц, не имеющих отношения к рабочей ситуации;
- самооценки и др.

Оценка персонала в японских фирмах имеет существенные отличия и опирается на глубокие традиции. Здесь в приоритете групповой коллективизм, стремление к совместной деятельности, подчинение старших младшим и по возрасту и по стажу.

Высоко ценятся преданность фирме, ее идеалам, чувство гармонии во всем — и во взаимоотношениях и в работе. Достаточно частое явление для японских фирм — пожизненная система найма, регулярная ротация персонала со сменой профессий и должностей — каждые 3–5 лет.

В основе оценки персонала лежит:

- изучение биографий и личных дел;
- профессиональные испытания в виде письменных заданий;
- устные испытания — в форме собеседования и групповых дискуссий;
- тестирование знаний и умений;
- анкетные опросы для выяснения способностей, опыта работы, желаний.

В некоторых фирмах на каждого сотрудника заводят специальный документ, где фиксируют его профессиональные навыки, рост квалификации, достижения в области инноваций, внутрифирменную активность и достижения в труде.

Этот документ аналогичен аттестационной карте, применяемой при аттестации в российских фирмах и служит объективным основанием для продвижения по службе и изменения размера заработной платы.

Существует множество методов и видов оценки персонала, которые в отдельности не могут дать полной картины о деятельности организации, его функционального состава. Ведь анализ персонала просто необходимо проводить комплексно, в системе, что поможет правильно оценить возможности потенциала сотрудников, их умственные, коммуникативные и профессиональные способности, а также нельзя забывать о личностных качествах человека. Оценка руководящего звена очень трудна, т. к. в основе своей руководство задает темп работы предприятия и занимает ту планку, нишу, которую не может оценить персонал низшего звена. Поэтому необходимо создавать независимые подразделения для сторонней оценки руководства по отношению к звену управляемому и наоборот. Только комплекс внутренней организационной проверки и внешней, сторонней, независимой может дать точные данные оцениваемого персонала и в связи с этим можно будет принять определенные управленческие решения.

Список литературы

1. Методы и подходы при оценке персонала [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php> (дата обращения: 03.03.2019).
2. Оценка персонала в бизнес деятельности [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/ocenka-personala.html> (дата обращения: 01.03.2019).

3. Кибанов А. Я. Концепция компетентностного подхода в управлении персоналом: монография / А. Я. Кибанов, Е. А. Митрофанова. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 156 с.
4. Одегов Ю. Г. Управление персоналом: учебник для бакалавров / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. — М.: Юрайт, 2016. — 513 с.
5. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: учеб. пособие / Е. В. Маслов; Новосиб. гос. акад. экономики и упр. — М.: Инфра-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2003. — 312 с.
6. Морозова Е. С. Современные методы оценки персонала в системе управления человеческими ресурсами / Е. С. Морозова // Региональное развитие. — 2015. — № 4 (8) — С.14–16.

УДК 316.77

УПРАВЛЕНИЕ МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ КЛИМАТОМ В ОРГАНИЗАЦИИ

Н. Е. Филиппова, студентка

Л. А. Сорокина, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В данной статье использована методика оценки материально-психологического климата американского ученого Р. Бейлза в одной из организаций г. Новосибирска.

Ключевые слова: морально-психологический климат, группа, анализ, оценка, решение, конфликт.

Вопросы формирования морально-психологического климата в организациях различных сфер экономики вызывают интерес ученых уже давно. Отличительные особенности его становления и развития в воинском коллективе рассматривались в трудах Б. П. Бархаева, М. Ю. Зеленкова, А. Г. Караяни и др. [1; 2], но результаты эксперимента, проведенного нами с использованием методики Р. Бейлза, применяются впервые для решения проблем межличностного взаимодействия и укрепления внутреннего климата в подразделении.

Под морально-психологическим климатом в воинском коллективе понимается состояние психики, которое обеспечивает качественное и своевременное решение поставленных командиром задач, выполнение своих должностных обязанностей и устойчивость к переменчивым условиям службы.

Термин морально-психологический климат встречается во многих государственных документах и документах управления (в т. ч. уставы ВС РФ, приказы МО РФ и методические указания по работе с воинским составом) [3].

Для оценки МПК существует множество методов. Наиболее распространенными являются:

- 1) наблюдение;
- 2) опрос;
- 3) тестирование.

Для исследования морально-психологического климата и его оценки была использована методика американского психолога Роберта Бейлза. Эта методика рекомендована для наблюдения за воинскими коллективами при проведении служебных совещаний, на сборах, построениях, организации учений, спортивных мероприятий и т. д.

Наблюдение было проведено во время учений. Участвовало 35 военнослужащих. Бланк наблюдения предсавлен ниже

Бланк наблюдения

Инструментальные реакции						
Предлагают версии	Задают вопросы	Отвечают на вопросы	спорят	соглашаются	Стимулируют	Используют предметы
4	6	9	5	6	2	3
Итого: 35 человек						
Эмоциональные реакции						
Положительные						
Смех, улыбка			Похвала другого члена коллектива			
10			6			
Общая оценка: Молодцы						
Отрицательные						
насмешка			Негативная оценка партнера			
2			1			
Итого: 19 человек						

При наблюдении за организацией и проведением военного учения было выявлено:

Речевые аспекты респондентов были четкими, ясными, без лишних слов, все ответы и вопросы поставлены строго по теме.

Движения тела были спокойными, отсутствовала агрессия, возбужденность и импульсивность. Сборы прошли в спокойной, но бурной для обсуждения обстановке.

Обмен информацией между командиром и военнослужащими проходил на 100 %, без утаивания каких-либо подробностей.

Задачи, поставленные командиром, начальником отдела, выполнялись сразу и беспрекословно.

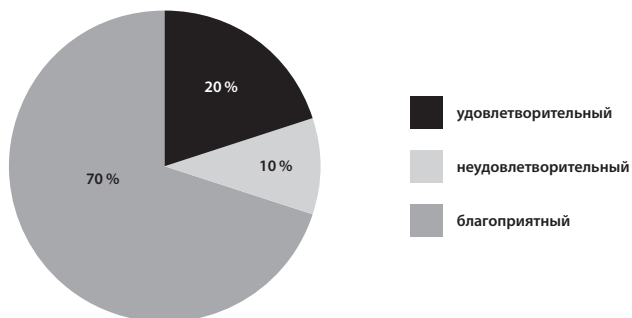
В 4 пункте у коллектива появляются проблемы. Совещания во время учений длятся долго и, следовательно, многие уже чувствуют усталость. В военных структурах принято, что если командир дал приказ, то его нужно выполнить сразу, независимо от эмоционального и физического состояния. Это ведет к скандалам между сотрудниками, к ошибкам в выполнении приказа, ухудшению состояния здоровья.

Предложением для решения этой проблемы является введение перерыва после сбора, для осмысления информации и построения плана действий к выполнению приказа. За это время служащий приведет мысли в порядок и эмоционально перестроится на выполнение распоряжений от начальства.

Также для оценки МПК был проведен опрос в воинской части. По причине у служащих малого свободного времени был проведен блиц-опрос, состоящий из одного вопроса: как вы оцениваете морально-психологический климат в коллективе?

Подводя итоги по опросу 200 человек, мы выявили следующие результаты:

Результаты опроса о состоянии морально-психологического климата в воинской части г. Новосибирска



Проведенный блиц-опрос показывает, что в воинской части служащие и сотрудники оценивают морально-климатический климат в коллективе в основном как благоприятный, что указывает на то, что конфликты могут возникнуть всего в 30 % случаев. Это высокий показатель, свидетельствующий о здоровой обстановке в коллективе.

Следующим этапом было изучение МПК с помощью тестирования. Задачи тестирования:

1. Определение уровня общительности служащих.
2. Выявление уровня коммуникативного самоконтроля.
3. Определение конфликтности служащих.

При подведении итогов было выявлено, что 68 % служащих общительны, что позволяет минимизировать появление конфликтных ситуаций, когда для 32 % характерен низкий уровень общения. Такой тип людей замкнут и скрытен, что является большим минусом для службы в военной сфере.

При анализе самоконтроля было выявлено, что большая часть военнослужащих (67 %) имеет высокий уровень коммуникативного контроля. Такие люди более гибко реагируют на изменения в службе, лучше ориентируются в непредвиденных ситуациях, чем люди с низким контролем (33 %) — такие люди слишком зависимы от чужого мнения.

Делая вывод по конфликтному поведению, получаем, что 85 % служащих являются не конфликтными и все проблемы с коллегами решают спокойно и без агрессии, в то время как остальные 15 % могут при выяснении прибегнуть к оскорблениям.

В целом, можно сказать, что служебный коллектив общительный, неконфликтный и мобильный. Чтобы еще больше уменьшить проценты отрицательных ответов, нужно ввести посещение психолога. Психолог поможет раскрыть и устранить в человеке его личные проблемы, которые ведут к конфликтам, зависимость от чужого мнения и излишнюю агрессивность, которые негативно влияют на качество службы в воинской части.

Также, чтобы минимизировать появление конфликтов, нужно прибегнуть к использованию социально-психологических методов, которые основаны на корректировке мыслей человека, его чувств и настроения [4]:

- метод согласия;
- метод взаимного дополнения;
- метод сохранения репутации партнера;
- метод недопущения дискриминации людей;
- метод психологического поглаживания.

Природа появления конфликта в воинском коллективе разнообразна:

1. Конфликты, связанные с информационной неточностью
 - неверные слухи;
 - информация, предоставленная слишком рано или поздно;
 - неполные и неточные факты.
2. Конфликты, связанные с поведением:
 - стремление к превосходству;
 - агрессивность в общении;
 - эгоистичность;
 - угрозы;
 - подрыв самооценки;
 - разный уровень образования;
 - несогласие с какой-либо точкой зрения.
3. Конфликты, связанные с ценностями:
 - предпочтения;
 - приоритеты;
 - традиции;
 - ценности;
 - религия.

Знание состояния морально-психологического климата позволяет предупредить и оптимизировать его:

1. Создать условия, позволяющие препятствовать возникновению конфликтных ситуаций. Например: создать оптимальные условия службы, учебы и зон отдыха. Значительно уменьшить бытовые проблемы, а именно проблемы связанные с отсутствием постоянного жилья.

2. Справедливо разделять материальные и духовные блага в воинском коллективе.

3. Подбор и обучение руководителей. Одной из причиной конфликтов служит различие в подходах к оценке результатов деятельности

исполнителем и руководителем. Они опираются на сравнении с другими военнослужащими, насколько лучше другие могли бы выполнить работу.

4. Предупреждение отрицательного лидерства.

5. Создание начальных подразделений, отталкиваясь от психологической совместимости.

6. Правовая подготовка и воспитание.

7. Мероприятия по воспитательной работе.

Разрешением конфликта является деятельность по уменьшению влияния конфликтной ситуации на участников данного конфликта. Это работа двух сторон, направленная на «перебарывание» своих стереотипов и суждений для мирного сосуществования на служебном месте.

Список литературы

1. Бархаев Б. П. Психология и педагогика профессиональной деятельности офицера / Б. П. Бархаев, А. Г. Караяни, В. Ф. Первалов, И. В. Сыромятников. — М.: Воениздат, 2011. — 488 с.
2. Зеленков М. Ю. Морально-психологическое обеспечение деятельности войск, воинских формирований и органов: учебник / М. Ю. Зеленков. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 498 с.
3. Михайлина Г. И. Управление персоналом / Г. И. Михайлина, — 3-е изд. — М.: Дашков и К, 2018. — 280 с.
4. Решетникова К. В. Конфликты в системе управления: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Менеджмент организаций», «Государственное и муниципальное управление», «Управление персоналом» / К. В. Решетникова — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 175 с.

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Т. Ю. Ширяева, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Вопрос вовлечённости персонала в деятельность организации является одной из наиболее перспективных для анализа проблем в современном менеджменте. В данной статье рассматривается феномен вовлеченности персонала как фактора повышения эффективности организации.

Ключевые слова: вовлеченность, управление вовлеченностью, элементы управления вовлеченностью.

В настоящее время вовлеченность персонала можно считать одним из ведущих факторов, условий или способов воздействия на человека в системе управления его трудовым поведением. Ее сознательное использование менеджером может повысить эффективность и производительность любой организации.

На сегодняшний день проблема вовлечённости персонала в работе организации является одной из самых актуальных в менеджменте. Для достижения поставленных целей недостаточно креативных решений и качественных продуктов. За каждым шагом в процессе работы организации стоят реализующие его сотрудники, их человеческий капитал, который в современном бизнесе стал ключевым фактором, определяющим конкурентоспособность организаций. Вопросы привлечения, удержания, развития и раскрытия потенциала сотрудников с каждым годом становятся все более актуальными.

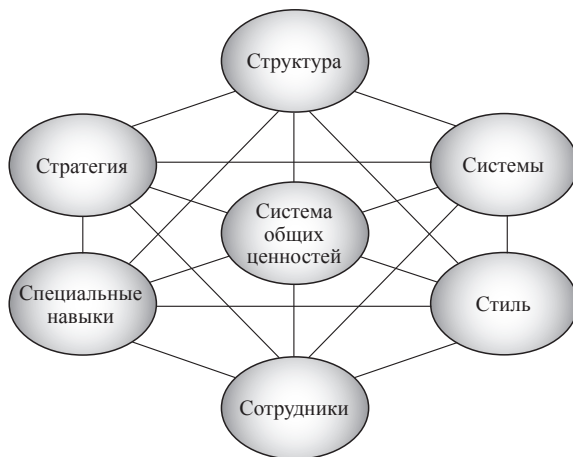
Для любой организации человеческие ресурсы являются наиболее важной составляющей, поскольку в отличие от материальных средств человек способен мыслить, принимать решения и критически оценивать предъявляемые к нему требования. Именно человеческие ресурсы, по мнению специалистов, являются фактором успеха любого бизнеса. Персонал формируется, развивается и видоизменяется под действием деятельности работников управленческого труда. В условиях растущей конкуренции для современных

организаций важно создавать работоспособные и вовлеченные команды единомышленников.

Вовлечённость не может зависеть только от организации либо только от сотрудников. Это совместная работа, когда интересы и цели каждого совпадают и приводят к определенным результатам [1].

Наилучшим образом этот подход к управлению вовлечённостью обеспечивает использование модели 7S, предложенной консалтинговой компанией *McKinsey* для анализа функционирования организации как целостной системы (рис.). В рамках этой модели вся деятельность организации рассматривается через призму семи ключевых параметров, как условия формирования вовлеченности.

Элементы управления вовлечённостью персонала



Рассмотрим возможности применения данной модели в рамках исследуемой темы, принимая каждый элемент организации как самостоятельный фактор вовлечения сотрудников (табл.).

Соотношение 7S факторов с компонентами вовлечённости

Компонент	Инструменты	Объект воздействия
1	2	3
Shared values (общие ценности)	Миссия, сторителлинг, бренд, философия	Чувства

Окончание табл.

1	2	3
Skills (компетенции)	Оценка, обучение, отбор	Знания, поведение
System (системы отношений)	Социальные сети, правила (в т. ч. ПВТР, положения и традиции/ ритуалы, технические регламенты и технологии, условия труда	Поведение
Structure (структура)	Оргструктура, должностная инструкция, должностные регламенты, формальные коммуникации (сайт, телефонограммы, приказы и т. д.)	Знания, поведение
Strategy (стратегия)	Миссия, стратегия, политики, общие собрания, конференции	Чувства, знания
Staff (персонал)	Инструменты мотивации, коллективные формы взаимодействия, подбор по совместимости, тренинги сплочения	Чувства, поведение
Style (стили управления и коммуникации)	Делегирование, совещания, прием по личным вопросам, устные коммуникации, письменные коммуникации, мониторинги, опросы	Чувства, поведение

1. Миссия, стратегия организации. Понимание и принятие миссии дает работнику чувство важности и необходимости его участия в достижении целей стратегии компании. В свою очередь, посвященность в стратегические цели, с одной стороны — повышает чувство собственной значимости, с другой — позволяет работнику планировать свое будущее во взаимосвязи с развитием компании. Максимальная вовлеченность будет достигнута путем понятного и открытого донесения до работников вышесказанных элементов организационной культуры.

2. Оценка, отбор, обучение. Данные инструменты позволяют выявить преимущества и недостатки навыков работника и провести эффективное обучение.

3. Социальные сети. Развитие информационных технологий сделало возможной тесную интеграцию мало связанных друг с другом структурных подразделений и компании в целом. Главными преимуществами данного способа коммуникаций являются: скорость — мобильный обмен данными, информацией — позволяет в ограниченное время принимать решения и транслировать их максимально широкому кругу работников, оперативно получать обратную связь; неформальность — позволяет стирать границы иерархии,

почувствовать свободу высказываний и принадлежность к большому сообществу сети, визуализация — доступность и наглядность передаваемой информации.

4. Регламенты, правила. В соответствии с действующей законодательной базой, правила внутреннего трудового распорядка считаются нормативным документом, благодаря которому выстраиваются нормальные правоотношения между работодателем и наемным персоналом. Защищенность в правовом аспекте дает работнику возможность планирования собственных тактических целей, а также уверенность в стабильности будущей трудовой деятельности в рамках данной конкретной организации.

5. Организационная структура позволяет работнику понять рамки своей ответственности и содержание трудовой деятельности, а также горизонтальные и вертикальные коммуникационные линии взаимодействия, формировать ответственное отношение и самодисциплину.

6. Политика организации — один из важнейших факторов, влияющих на уровень вовлеченности сотрудников. В этом случае можно говорить о двух сторонах этого феномена. Во-первых, политика, касаемо товаров или услуг, которые реализует компания. Принимает ли каждый сотрудник то, с чем приходится работать, — это касает ценностей, разделяемых с организацией или их непринятие. Во-вторых, политика в отношении самих сотрудников. Поддержание развития персонала, его обучение, адаптация и система мероприятий в отношении повышения вовлеченности персонала [2].

7. Мотивация. Для вовлеченности персонала необходимо выстроить такую систему мотивации, при которой учитывались бы и оценивались любой вклад, любое достижение. Тогда и жажда достижений постоянно поддерживалась бы на необходимом уровне. Наличие понятных критериев оценки проделанной работы дает понимание степени достигнутых результатов и конечного вознаграждения за них.

8. Система управления и организация рабочего процесса (делегирование, совещания и т.д.). Важным инструментом управления вовлеченностью здесь выступает выбранный руководителем стиль управления как набор методов влияния на подчиненных.

9. Организация рабочего пространства (условия труда). Нормативное соответствие рабочих мест правилам пожарной безопасности, поддержание эргономических условий труда.

Таким образом, высшего уровня вовлечённости сотрудников можно достичь в саморегулирующейся культуре вовлечённости, основанной на принципах самоорганизации, внутренней мотивации и самодисциплины. Это не отменяет существования в организации необходимой степени формальности, административных методов управления, но предполагает их расширение за счет более активного использования социально-психологических и экономических инструментов управленческого воздействия.

Имея определенные рычаги, мы можем воздействовать на все компоненты вовлечённости персонала через различные подсистемы (факторы) организации, добиваясь ее максимальных значений.

Список литературы

1. Управление персоналом: учебник для бакалавров / под ред. А. А. Литвинова. — М.: Юрайт; ИД Юрайт, 2011. — 433 с.
2. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / А. И. Алексеева, Ю. В. Васильев, А. В. Малеева, Л. И. Ушвицкий. — М.: КноРус, 2015. — 706 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

УДК 658.64

ИССЛЕДОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЯ В ГОСТИНИЦАХ г. НОВОСИБИРСКА

О. В. Балашова, ст. преподаватель

В. А. Русских, студент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье приводится сравнительная характеристика организации отдыха и развлечения гостей в гостиницах г. Новосибирска. В своих работах С. А. Быстров, Л. П. Гончарова и М. В. Камшечко уже рассматривали важность и последовательность оценки организации дополнительных услуг в гостиницах. Наша методика отличается от методик, предложенных ранее, включением показателя важности и весомости отдельных критериев.

Ключевые слова: отдых, развлечения, досуг, гостиница, конкуренты.

В индустрии гостеприимства значимым фактором при поддержании конкурентоспособности является организация отдыха и развлечений для гостей. В связи с этим стал интересен тот факт, насколько данная область обслуживания развита в гостиницах города Новосибирска.

Проведем исследование организации отдыха и развлечения в гостиницах Новосибирска на примере *Novosibirsk Marriott Hotel* и *Doubletree by Hilton*. Сравним организацию отдыха и развлечения гостей в этих гостиницах (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика организации отдыха и развлечения гостей в гостиницах *Novosibirsk Marriott Hotel* и *Doubletree by Hilton*

Составляющие	Marriott Hotel (Новосибирск)	Doubletree by Hilton
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Консьерж	Да	Да
Транспорт	Трансферг до аэропорта	Трансферг до аэропорта

Окончание табл. 1

1	2	3
Фитнес-зал	Да	Да
Крытый плавательный бассейн	Да	Да
Детские услуги	Детская мебель	Детское меню, детская мебель
Наличие в номерах телевизора, кабельное/спутниковое ТВ	Да	Да
Наличие в номерах доступа в Интернет	Да	Да
Услуги питания	Бар-терраса 10Ten, бар в лобби, кафе-бар «Увертюра»	ресторан «Paris», бар, буфет

По результатам выявлено, что конкуренты предлагают сходный ассортимент услуг для отдыха и развлечения гостей, находятся примерно в равных условиях и являются сильными конкурентами, представляя на гостиничном рынке высококачественные услуги.

Для определения степени удовлетворенности потребителями качества гостиничных услуг для отдыха и развлечения гостей, предоставляемых *Novosibirsk Marriott Hotel*, было проведен опрос.

Было опрошено 86 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel*. Им было предложено оценить по 5-балльной шкале основные составляющие качества обслуживания, где 1 — неважно, 1, 2 — маловажно, 3 — недостаточно важно, 4 — важно, 5 — очень важно). Результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2

Важность для клиентов составляющих качества гостиничных услуг *Novosibirsk Marriott Hotel* для отдыха и развлечения гостей

Основные составляющие качества услуг	Важность для потребителей	
	оценка в баллах	весомость факторов
1	2	3
Комфорт номера (звукоизоляция, освещение, отопление, средства гигиены)	4,5	0,091
Стоимость номера	4,8	0,097
Услуги консьержа	4	0,081
Качество сервиса, квалификация персонала	4,6	0,093
Местоположение гостиницы (близость к метро, удобная транспортная развязка)	4,2	0,085

Окончание табл. 2

1	2	3
Качество услуг питания	4,7	0,095
Гарантия безопасности (охрана объекта, структура «контингента», гарантия информационной безопасности)	4,3	0,087
Оборудование номеров средствами теле- и онлайн-коммуникации	4,6	0,093
Возможности для поддержания здорового образа жизни (тренажерный зал, бассейн)	4,5	0,091
Возможности для организации детского досуга	4,7	0,095
Возможности для организации досуга, не связанного с питанием и физкультурой	4,4	0,089
Итого		1,000

Наиболее важными критериями выбора гостиницы оказались: стоимость номера; качество сервиса; квалификация персонала; качество услуг питания.

Также важное место занимают требования, связанные с комфортом номера, оборудованием номеров средствами теле- и онлайн коммуникации, возможностью для поддержания здорового образа жизни (тренажерный зал, бассейн), для организации детского досуга. На рисунке показано как оценивают клиенты *Novosibirsk Marriott Hotel* эти критерии по 5-балльной шкале.

Оценка критериев *Novosibirsk Marriott Hotel*, %



Среднее значение оценки качества услуг *Novosibirsk Marriott Hotel* по 5-балльной шкале — 3,73, а индекс потребительской удовлетворенности 74,6 %.

Наиболее высоко посетители *Novosibirsk Marriott Hotel* оценивают местоположение гостиницы (близость к метро, удобная транспортная развязка), стоимость номера и качество услуг питания. Высокие оценки получили также качество сервиса, квалификация персонала, оборудование номеров средствами теле- и онлайн-коммуникации и возможность для поддержания здорового образа жизни.

Низкие оценки получили возможности для организации детского досуга и возможности для организации досуга, не связанного с питанием и физкультурой.

Такая невысокая оценка в совокупности с важностью этих критериев позволяет сделать вывод о необходимости развития этих направлений для организации отдыха и развлечения гостей *Novosibirsk Marriott Hotel*.

Список литературы

1. Быстров С. А. Организация гостиничного дела: учеб. пособие / С. А. Быстров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 432 с.
2. Гончарова Л. П. Гостиничный сервис: учеб. пособие / Л. П. Гончарова — М.: Форум: ИНФРА-М, 2018. — 174 с.
3. Камшечко М. В. Индустрия гостеприимства: практикум: учеб. пособие / Н. Г. Можяева, М. В. Камшечко. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 120 с.
4. Кравцов С. М. Гостиничный бизнес в сфере туризма (на французском языке): учеб. пособие / Е. М. Автандилова, С. М. Кравцов — Р. н/Д: Южный федеральный университет, 2016. — 108 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СЛУЖБ ГОСТИНИЦ, НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ *MARRIOTT HOTEL*

О. В. Балашова, ст. преподаватель

Н. В. Осипова, студент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье определяется эффективность деятельности подразделений фирмы на основе мнений клиентов. Для этого используется метод опроса. Результаты, полученные в ходе исследования, позволят для каждого из подразделений гостиницы разработать показатели эффективности.

Ключевые слова: гостиница, обслуживание, подразделения, опрос, клиент, удовлетворенность.

Для гостиниц особенно актуальным является оценка эффективности работы персонала и подразделения клиентами. В этой связи предлагается рассмотреть процесс оценки эффективности работы персонала в отдельных структурных подразделениях методом опроса клиентов на примере гостиницы *Novosibirsk Marriott Hotel*.

Обслуживание гостей в *Novosibirsk Marriott Hotel* обеспечивает система обслуживания клиентов (рис. 1).

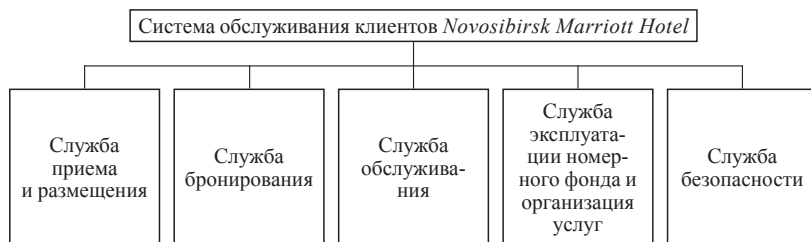


Рис. 1. Система обслуживания клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel*

Служба бронирования *Novosibirsk Marriott Hotel* ответственна за прием и обработку заявок от клиентов и составление документации, необходимой для обслуживания клиентов и работы служб.

Прием заявок осуществляется по телефону и с помощью компьютерной системы бронирования.

На рис. 2 приведены данные опроса проведенного автором среди 89 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel* о степени их удовлетворенности работой службы бронирования.

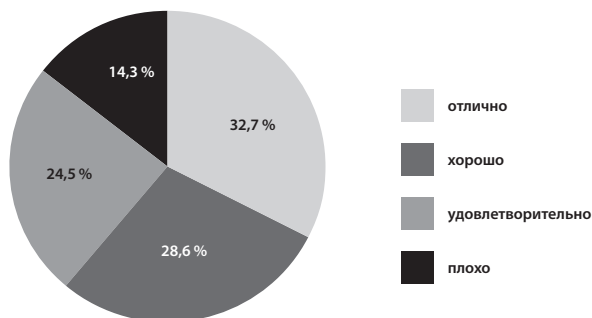


Рис. 2. Оценка клиентами *Novosibirsk Marriott Hotel* работы службы бронирования

По пятибалльной системе 38 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel* оценили работу службы бронирования на «отлично», 28 человек — «хорошо», 24 человека — «удовлетворительно» и 14 человек — «неудовлетворительно». Средний балл оценки работы службы бронирования *Novosibirsk Marriott Hotel* по пятибалльной системе — 3.8.

На рис. 3 приведены данные опроса, проведенного автором среди 89 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel*, о степени их удовлетворенности работой службы приема и размещения.

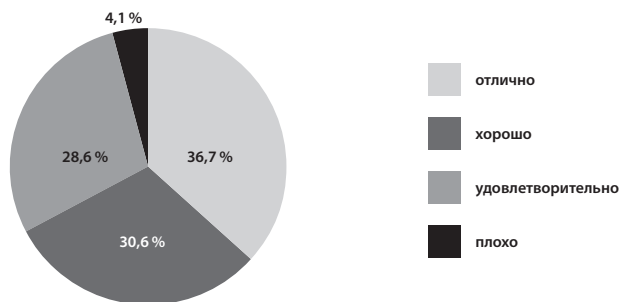


Рис. 3. Оценка клиентами *Novosibirsk Marriott Hotel* работы службы приема и размещения

По пятибалльной системе 36 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel* оценили работу службы приема и размещения на «отлично», 30 человек — «хорошо», 28 человек — «удовлетворительно» и 4 человека — «неудовлетворительно».

Средний балл оценки работы службы приема и размещения *Novosibirsk Marriott Hotel* по пятибалльной системе — 4. Одной из функций службы номерного фонда *Novosibirsk Marriott Hotel* является поддержание комфорта и уюта в гостинице, который бы соответствовал санитарно-гигиеническим требованиям. Поэтому горничные занимаются уборкой гостиничных номеров и общественных помещений гостиницы.

Служба безопасности *Novosibirsk Marriott Hotel* обеспечивает поддержание порядка и безопасности клиентов гостиницы.

За организацию непосредственного обслуживания клиентов в *Novosibirsk Marriott Hotel* отвечает администратор, который руководит рецепцией и горничными. Он отвечает за создание и разработку основных и дополнительных гостиничных услуг. Администратор следит за соблюдением стандартов, принятых в гостинице, оказывает услуги информационного характера.

Процесс обслуживания в *Novosibirsk Marriott Hotel* состоит из следующих этапов:

- встреча и приветствие клиента;
- ознакомление клиента с услугами гостиницы, объяснение правил проживания в гостинице и пользования отдельными услугами, а также основных рекомендаций для клиентов;
- принятие заказа;
- обработка заказа;
- выполнение заказа;

В процессе работы устанавливается личный, индивидуальный подход к клиенту, ведется база данных по клиентам, т. к. эта информация помогает администрации сконцентрироваться на предложении именно тех услуг, которые наиболее востребованы их клиентами.

Персонал *Novosibirsk Marriott Hotel* постоянно осуществляет коммуникацию с клиентами, узнает их пожелания, оценивает степень их удовлетворенности. Это помогает составить объективную картину того, насколько удовлетворены клиенты обслуживанием и

сервисом в целом, а через жалобы клиентов узнавать слабые стороны и устранять.

На рис. 4 приведены данные опроса, проведенного автором среди 89 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel*, о степени их удовлетворенности работой службы эксплуатации номерного фонда. По пятибалльной системе 28 клиентов *Novosibirsk Marriott Hotel* оценили работу службы эксплуатации номерного фонда на «отлично», 36 человек — «хорошо», 34 человека — «удовлетворительно», оценок «неудовлетворительно» не было.

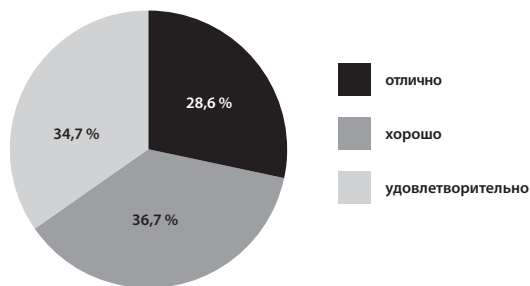


Рис. 4. Оценка клиентами *Novosibirsk Marriott Hotel* работы службы эксплуатации номерного фонда

Средний балл оценки работы службы эксплуатации номерного фонда *Novosibirsk Marriott Hotel* по пятибалльной системе — 3,9.

Таким образом, представленные данные наглядно демонстрируют эффективность применения метода опроса при оценке деятельности служб гостиницы. Мнение клиентов является одним из важных критериев для принятия решения о совершенствовании работы структурных подразделений гостиницы.

Список литературы

1. Быстров С. А. Организация гостиничного дела: учеб. пособие / С. А. Быстров. — М.: Форум: ИНФРА-М, 2016. — 432 с.
2. Гончарова Л. П. Гостиничный сервис: учеб. пособие / Л. П. Гончарова — М.: Форум: ИНФРА-М, 2018. — 174 с.
3. Камшечко М. В. Индустрия гостеприимства: практикум / Н. Г. Можаяева, М. В. Камшечко. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2016. — 120 с.

4. Кравцов С. М. Гостиничный бизнес в сфере туризма (на французском языке): учеб. пособие / Е. М. Автандилова, С. М. Кравцов — Р. н/Д: Южный федеральный университет, 2016. — 108 с.
5. Ушаков Р. Н. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности: учеб. пособие / Р. Н. Ушаков, Н. Л. Авилова. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 136 с.

УДК 338.48

ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

В. Б. Васильева, ст. преподаватель

М. В. Киянова, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье исследованы природно-климатические ресурсы Новосибирской области, рассмотрены перспективы их использования для развития оздоровительного туризма, выявлены некоторые проблемы санаторно-курортной базы региона, представлена краткая характеристика «Озерного кластера».

Ключевые слова: внутренний туризм, туристские ресурсы, природно-климатические ресурсы, природные лечебные ресурсы, курорт, оздоровительный туризм, бальнеологический туризм, т5уристский кластер.

Под оздоровительным туризмом понимают путешествия с целью отдыха по местности с благоприятными для здоровья природно-климатическими условиями. Благоприятные для здоровья природно-климатические условия формируются природными лечебными ресурсами, которые согласно федеральному закону «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» от 23.02.1995 № 26-ФЗ, представлены лечебными грязями, минеральными водами, рапой озер и лиманов лечебным климатом, другими природными объектами и условиями, используемыми для лечения и профилактики заболеваний и организации отдыха.

Территорию, обладающую природными лечебными ресурсами и пригодную для организации лечения и профилактики заболеваний, а также для отдыха населения, называют лечебно-оздоровительной местностью. В случае, если она является особо охраняемой,

используется в лечебно-профилактических целях, и имеет инфраструктуру, она называется курортом.

В Российской Федерации различают 3 типа курортов, в зависимости от того, в ведении каких органов государственной власти они находятся: курорты федерального, регионального и местного значения [1]. Мировая практика курортного дела дифференцирует курорты по лечебному фактору: бальнеологические (природные минеральные воды), грязевые (лечебные грязи), климатические и смешанные.

По оценкам специалистов, Новосибирская область обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом для развития многих видов туризма.

Интерес туристов к Новосибирской области в последние годы неуклонно растет, так в 2017 г. объем оказанных туристских услуг достиг 7586,8 млн руб., что на 21,4 % больше, чем в 2016 г. [8]. В Национальном рейтинге туристической привлекательности регионов РФ область заняла 24 место, поднявшись за год с 43 места. В 2017 г. в Национальном рейтинге за Новосибирской областью уже закрепилось 20 место, и она вошла в первую двадцатку. В 2018 г. область поднялась ещё на три позиции в «Золотой двадцатке», оказавшись на 17 месте. Таким образом, за четыре года (2015–2018 г.) Новосибирская область увеличила туристскую привлекательность, поднявшись с 43 места (третья двадцатка рейтинга) до 17 (первая двадцатка рейтинга) [4].

Помимо этого, по данным рейтинга доходов от внутреннего туризма, составленного Сбербанком РФ, среди регионов России за 10 месяцев 2018 г. Новосибирская область заняла третье место, уступив г. Санкт-Петербургу и Краснодарскому краю.

Подобная динамика свидетельствует о растущем потенциале туристской отрасли региона, что, безусловно, сказывается и на ее инвестиционной привлекательности.

Развитие туризма в Новосибирской области осуществляется на основании федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)», федерального закона от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации (с изменениями на 01.01.2019)» [3].

Приоритетными направлениями развития туризма в Новосибирской области согласно закону НСО от 05.07.2017 № 187-ОЗ «Об отдельных вопросах развития туризма в Новосибирской области» являются: развитие внутреннего и въездного туризма; развитие туристской инфраструктуры; формирование доступной и комфортной туристской среды [2].

Вообще, исследование туристско-рекреационного потенциала Новосибирской области в последние годы является актуальным научным направлением. Туристские ресурсы региона исследованы и описаны в работах Е. О. Ушаковой, Л. А. Захаровой, А. В. Мариненко. Видам развиваемого в области туризма, состоянию рынка туристских услуг и тенденциям его развития, посвящены работы новосибирских исследователей Ю. О. Владыкиной, Е. Ю. Воротниковой, Е. Н. Шеремет и др. Непосредственно организация лечебно-оздоровительного туризма в НСО раскрыта в публикациях Т. Л. Чернышовой и Е. Н. Шеремет.

Исследователи едины во мнении, Юго-восточная часть Западно-Сибирской равнины, где располагается Новосибирская область, обладает уникальным набором природно-климатических ресурсов, в частности, гидроминеральная база региона представлена термальными и высокотермальными йодо-бромными и радоновыми водами. На территории области располагаются месторождения сапропелевых лечебных и сульфидных иловых грязей.

Стоит отметить, что в целях развития лечебно-оздоровительного туризма в научных публикациях акцент сделан в первую очередь на природно-климатические ресурсы Чановского, Доволенского, Краснозерского, Купинского и Чистоозерного районов, где и располагаются основные здравницы Новосибирской области — санаторно-курортный комплекс «Озеро Карачи» (Чановский район), санаторий «Краснозерский» (Краснозерский район), санаторно-курортная зона «Доволенское» (Доволенский район), курортный комплекс «Озеро Горькое» (Купинский район) Между тем, отмечается, что материально-техническая база большинства санаториев Новосибирской области не всегда отвечает современным требованиям, слабо развита туристская инфраструктура в санаторно-курортных зонах. Деятельность многих санаториев области имеет ярко выраженную

сезонность, а уровень сервиса не способен удовлетворить взыскательного иностранного туриста [5; 6; 7].

Именно с привлечением иностранных туристов в Правительстве Новосибирской области связывают рост туристической отрасли региона. Большие надежды возлагают на туристов из КНР, количество которых с каждым годом увеличивается — так в 2015 г. их число составляло около 5 тыс. человек, в 2017 г. превысило 24,6 тыс., а в 2018 г. регион посетило около 30 тыс. китайских туристов, что составляет более половины всех иностранцев, приезжающих в НСО. Таким образом, за последние четыре года турпоток в регион из КНР вырос более чем в пять раз. По данным агентства «Интерфакс», в 2018 г. Новосибирскую область посетили 75,3 тыс. иностранных туристов, большая часть из которых прибыла из Китая, Германии, Казахстана и Кореи. Этот факт имеет особое значение для развития оздоровительного туризма, так как, по мнению специалистов, бальнеологические ресурсы Новосибирской области представляют интерес не только для жителей Сибирского Федерального округа, но и для иностранных гостей.

В связи с необходимостью увеличить реализацию туристско-рекреационного потенциала, постановлением Правительства РФ № 534 от 11.06.2016 года было решено дополнить Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 годы» задачами по созданию туристско-рекреационных кластеров в 17 субъектах федерации. С этого момента в Новосибирской области начались работы по формированию кластера оздоровительного и бальнеологического туризма «Озерный».

В состав «Озерного кластера», получившего федеральное финансирование, входят озера, в т. ч. озеро Чаны — бессточное соленое озеро, самое крупное в Западной Сибири; минеральные источники и лечебные грязи Чановского района Новосибирской области. Предполагается, что в кластере будет создано более 130 дополнительных рабочих мест, а туристический поток увеличится на 240,3 тыс. человек в год. Ядром кластера является санаторий «Озеро Карачи».

Объем финансирования «Озёрного кластера» в 2017 г., по результатам соглашения между Правительством Новосибирской области и Федеральным агентством по туризму (Ростуризм), составил 97 млн руб.

(из них 63 млн руб. за счет федеральных средств и 34 млн руб. — областного бюджета Новосибирской области). В 2018–2019 гг. будет продолжена реализация инвестиционного проекта за счет средств областного бюджета, инвестиционных вложений ОАО РЖД.

Новосибирскую область называют озерным краем, вообще в области насчитывают около 3000 озер, однако не все из них обладают бальнеологическим потенциалом. Кроме водоемов «Озерного кластера» в Чановском районе, на территории Чистоозерного района располагается озеро Лечебное. Оно является горько-солевым, микроорганизмы и бактерии, обитающие в озере, обеспечили его сульфидной высокоминерализованной лечебной грязью и рапой. По предварительным подсчетам, запасы грязи составляют 1100 тыс. куб. м. Терапевтические свойства грязей и рапы озера Лечебное показаны для лечения болезней опорно-двигательного аппарата, и, что важно, подтверждены исследованиями Томского института курортологии.

На границе Купинского и Баганского районов располагается озеро Горькое, известное высокой концентрацией соли в воде и высококачественной сульфидной грязью интенсивного черного цвета. Необходимо отметить, что с 2002 г. озеро Горькое считается памятником природы областного значения.

Таким образом, туристская привлекательность Новосибирской области растет, о чем свидетельствуют данные Национального рейтинга туристской привлекательности регионов РФ. Внутренний и въездной туристический поток в область увеличивается, и, в т. ч. за счет возрастающего количества иностранных туристов. На территории региона есть исторически сложившиеся районы оздоровительного и бальнеологического туризма и природные ресурсы для формирования новых санаторно-курортных зон.

Учитывая, что территория Новосибирской области богата уникальными бальнеологическими ресурсами: природными минеральными водами, лечебными грязями и глинами, можно сказать, что Новосибирская область обладает достаточным природно-климатическим потенциалом для того, чтобы внести существенный вклад в формирование курортного фонда Российской Федерации и привлекать туристов.

Однако стоит отметить, что для развития оздоровительного туризма в НСО необходимо уделить особое внимание формированию туристской инфраструктуры в санаторно-курортных зонах, совершенствовать материально-техническую базу, повышать уровень обслуживания туристов, обеспечить рекламно-информационную поддержку продвижения регионального турпродукта.

Список литературы

1. О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах: федеральный закон от 23.02.1995 № 26-ФЗ [Электронный ресурс]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6001 (дата обращения: 13.03.2019).
2. Об отдельных вопросах развития туризма в Новосибирской области: закон Новосибирской области от 05.07.2017 № 187-ОЗ (принят постановлением Законодательного Собрания Новосибирской области от 29.06.2017 № 187-ЗС, с изменениями на 30 ноября 2018 года) [Электронный ресурс]. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/465717784> (дата обращения: 13.03.2019).
3. ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoj-federatsii-2019–2025-gody> (дата обращения: 13.03.2019).
4. Национальный туристический рейтинг туристской привлекательности регионов РФ [Электронный ресурс]. — URL: <http://russia-rating.ru> (дата обращения: 13.03.2019).
5. Владыкина Ю. О. Стратегия развития туризма в Российских регионах [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/strategii-razvitiya-turizma-v-rossiyskih-regionah> (дата обращения: 13.03.2019).
6. Захарова Л. А. Туристские ресурсы Новосибирской области [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskie-resursy-novosibirskoy-oblasti> (дата обращения: 13.03.2019).
7. Мариненко А. В. Туристско-рекреационный потенциал Новосибирской области [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-rekreatsionnyu-potentsial-novosibirskoy-oblasti> (дата обращения: 13.03.2019).
8. Молчанова О. В. Развитие туристской индустрии и маркетинг территории Новосибирской области [Электронный ресурс]. -URL: http://econom.nso.ru/sites/econom.nso.ru/wodby_files/files/news/2018/04/7_molchanova.pdf (дата обращения: 13.03.2019).

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНОВ

Е. Б. Дуплинская, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В данной статье представлена оценка взаимодействия государства и бизнеса в рамках развития туриндустрии, представлены результаты реализации государственных мер по развитию туризма в двух соседствующих регионах — Алтайском крае и Республике Алтай.

Ключевые слова: особые экономические зоны, государственные программы, инновационный потенциал.

Инновации имеют определяющее значение для обеспечения устойчивого развития регионов, а также являются обязательным условием перехода от экстенсивного к интенсивному типу расширенного воспроизводства. Инновационный потенциал регионов в нашей стране распределен неравномерно. С позиции Правительства РФ принимаются решения, направленные на финансовую поддержку регионов, принимающих активное участие в инвестициях в инновационное развитие, в т. ч. в сфере туризма. Развитие экономики России находится в зависимости от эффективного сотрудничества всех секторов: власти, общества и частного сектора. Сотрудничество между бизнесом и властью основывается на учете интересов обеих сторон и по праву является базой для устойчивого развития любого современного государства. Именно поэтому возросло значение взаимодействия власти и бизнеса на протяжении всех этапов их сотрудничества (начиная от разработки и заканчивая непосредственной реализацией целевых программ). В развитых странах бизнес значительно активнее привлекается к решению экономических и социальных проблем общества, посредством разработки стратегий развития, целевых программ.

Экономический кризис негативным образом отразился на развитии экономик всех стран. Положительный эффект от введения санкций для российских предпринимателей стали открывшиеся возможности увеличить свое присутствие на рынке [1].

Инновационные направления развития индустрии туризма активно внедряются на территории Алтая. Санкции подтолкнули отечественных туристов больше отдыхать на территории России. В Алтайском крае и Республике Алтай туризм — это один из ключевых направлений социально-экономического регионального развития.

Природно-ресурсный потенциал, преобладание сельского населения обусловили аграрную и туристско-рекреационную специализацию Республики Алтай [2].

Самым посещаемым районом Республики Алтай из года в год является Чемальский, за ним следует Майминский и Турочакский районы. Это связано с тем, что в данных районах сконцентрировано наибольшее количество туристических баз и мест отдыха, через «Майминский» район пролегает дорога к ОЭЗ «Долина Алтая» и ОЭЗ «Бирюзовая Катунь».

В Алтайском крае активно развивается лечебно-оздоровительный, сельский, научно-познавательный, экстремальный, событийный виды туризма. Алтайскому краю удастся занимать ведущие места по туристическому потенциалу среди регионов нашей страны. Сочетание климата, экологической обстановки, признанная международным сообществом уникальность природного комплекса (Алтайские горы один из объектов мирового наследия ЮНЕСКО в России) позволили стать Алтайскому краю обладателем уникального туристско-рекреационного и бальнеологического потенциала [3].

Официальных данных по распределению туристского потока по муниципальным образованиям Алтайского края нет, но с уверенностью можно говорить о том, что самым посещаемым районом является «Алтайский» район. Это связано с тем, что на территории данного района находится ОЭЗ «Бирюзовая Катунь». Вторым по количеству туристских посещений является Смоленский район, в частности, город Белокуриха. Алтайский край — лидер среди регионов по количеству объектов, включенных в федеральную целевую программу развития туризма.

Реализация государственной политики в сфере развития туристического бизнеса в РФ осуществляется с помощью нескольких инструментов, таких как государственные программы. В рассматриваемых регионах разработаны и реализуются соответствующие

целевые программы, направленные на развитие туристической отрасли [4; 5].

Существенную роль играет такой инструмент финансовой поддержки, как создание особых экономических зон (ОЭЗ).

В целом ОЭЗ туристско-рекреационного типа создаются для: увеличения конкурентоспособности российского туристского продукта; увеличения занятости населения в регионах; повышения уровня и качества жизни населения за счет роста доступных туристских услуг; увеличения туристского потока; сохранения природного и культурного наследия; развития транспортной, инженерной и социальной инфраструктуры. В конечном счете разработка и внедрение программ, направленных на развитие сферы туризма, имеет исключительно положительный эффект. При правильном использовании денежных ресурсов, высокой ответственности уполномоченных на то лиц, ОЭЗ способны оказывать значительное влияние на экономику регионов.

Туризм туристско-рекреационного типа в Алтайском крае и Республике Алтай — это именно та отрасль, которая имеет существенный вклад в валовой региональный продукт. Учитывая введение экономических санкций по многим туристским направлениям, понятие «импортозамещение» как нельзя кстати применимо как Алтайскому краю и Республике Алтай. Сфера туризма в данных регионах развивается достаточно быстрыми темпами, с каждым годом в эксплуатацию вводятся новые туристские объекты, строятся дополнительные средства размещения, проводятся мероприятия имиджевого характера и др.

Соглашением между Правительством Российской Федерации, Администрациями Алтайского края и Алтайского района в 2007 г. было принято Постановление Правительства РФ О создании особой экономической зоны туристско-рекреационного типа [6]. Одно из приоритетных направлений ОЭЗ — туристско-экскурсионное обслуживание, спортивно-оздоровительные услуги. Проект «Бирюзовая Катунь» можно назвать успешно реализуемым. С 2007 г. особую экономическую зону посетили более 3 млн чел. Каждый год «Бирюзовая Катунь» принимает около четверти туристского потока Алтайского края. Результаты создания игорно-развлекательного комплекса «Сибирская монета», входящего в ОЭЗ, положительным образом отразились на пополнении доходной части бюджета Алтайского края.

Игорная зона «Сибирская монета» положительным образом повлияла на доходы краевого бюджета, позволив органам государственной власти получить дополнительный источник дохода и профинансировать социально значимые проекты.

В Республике Алтай «Долина Алтая» до сих пор не введена в эксплуатацию, хотя проект о создании ОЭЗ был принят в 2007 г. (как и ОЭЗ «Бирюзовая Катунь»). Учитывая то, что инвестиции на строительство данного объекта поступают из года в год то можно говорить о том, что наблюдается проблема со стороны финансового менеджмента на уровне субъекта РФ и вся ответственность в данном случае лежит на лицах, отвечающих за его реализацию.

По мнению некоторых экспертов, в результате снижения импорта у российских регионов появляется уникальная возможность развивать производство собственной сельскохозяйственной продукции, промышленности, производства товаров [7].

В Указе Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» поставлена задача вхождения России в число 5 крупнейших экономик мира, увеличения до 50 % доли организаций, осуществляющих технологические инновации. Для достижения поставленных достаточно амбициозных целей, необходимо сотрудничество органов власти и представителей бизнеса.

Очевидно, что инновационное развитие в сфере туризма связано со значительным объемом финансовых ресурсов, высоким уровнем риска и длительным сроком окупаемости инновационных проектов. Однако инновационное развитие, в т. ч. и туристической, ограничено финансовыми возможностями субъектов и местных бюджетов, низкой активностью частных инвесторов из-за высокого уровня риска, что в свою очередь отражается на конкурентоспособности регионов.

Список литературы

1. Дуплинская Е. Б. Анализ развития малого и среднего предпринимательства в Республике Алтай: мат. межд. науч.-практ. конф. / Е. Б. Дуплинская., И. О. Рязанов // Проблемы развития современных социально-экономических систем. СГУПС. –Новосибирск, 2017. – С. 279–285.

2. Постановление Правительства Республики Алтай № 60 от 13 марта 2018 года «О Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2035 года».
3. Закон Алтайского края «Об утверждении стратегии социально — экономического развития Алтайского края до 2025 года».
4. Постановление Администрации Алтайского края от 29.12.14 № 589 «Об утверждении государственной программы Алтайского края «Развитие туризма в Алтайском крае» на 2015–2020 годы».
5. Постановление Правительства Республики Алтай от 28.09.2012 № 244 «Об утверждении государственной программы Республики Алтай «Развитие внутреннего и въездного туризма».
6. Постановление Правительства РФ от 03.02.2007 № 69 «О создании на территории Алтайского района Алтайского края особой экономической зоны туристско-рекреационного типа».
7. Дуплинская Е. Б. Публичное управление в условиях экономических санкций: проблемы регионов / Е. Б. Дуплинская, Е. П. Кобелева // е-Журнал «Экономика и социум» № 1 (14). — 2015.

УДК 338.467

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУБЪЕКТОВ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

А. В. Лоренц, студентка

Н. Н. Пономарев, канд. экон. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Использование инноваций в гостиничном бизнесе приобретает в современных условиях широкий размах. В этой связи требует уточнения ряд вопросов использования инновационных инструментов в организации и управлении гостиничной деятельностью. В статье рассматривается роль инноваций в гостиничном сервисе для повышения конкурентоспособности предприятий гостиничной индустрии. Обоснована необходимость внедрения инноваций, представлены преимущества ведения гостиничного бизнеса с использованием инноваций, рассмотрены инновационные подходы в деле бронирования и продаж гостиничного продукта.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, инновации в гостиничном сервисе, инновационные системы управления, бронирование и продажи гостиничного продукта, конкуренция на рынке гостеприимства, потребитель гостиничных услуг.

В данной статье обосновывается возможность и необходимость комплексного использования инновационных инструментов

в деятельности субъектов рынка гостиничных услуг. Это предопределяет значительную оптимизацию самой деятельности по управлению продажами, организации обслуживания гостей в процессе проживания, организации питания и др. Вопросы использования инноваций рассматривались в работах Н. Н. Малаховой, В. С. Новикова, Н. Н. Пономарева и др. [1–3]. В то же время инновации в гостиничном деле представлялись авторами либо в качестве маркетингового инструмента, либо как средство оптимизации управленческих процессов. Предлагаемый вариант комплексного применения инноваций в гостиничном бизнесе будет способствовать не только росту уровня удовлетворенности потребителей гостиничных услуг, но и повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий.

В последнее десятилетие произошел мощный прорыв в развитии гостиничной индустрии России. Ежегодно строятся и сдаются в эксплуатацию десятки крупных отелей известных мировых брендов в различных городах, сотнями открываются мини-гостиницы и hostels. И весь этот вновь созданный гостиничный ресурс добавляется к уже функционирующему в городах и курортных зонах.

Несмотря на то, что до избыточности предложения гостиничных услуг еще далеко, возникает проблема конкуренции, которая неизбежно будет обостряться в ближайшие годы и десятилетия. Однако, уже сегодня начинается борьба за потребителя, в которой на успех может рассчитывать лишь тот отельер, который предложит своим гостям нечто особенное, но при этом необходимое, и, по возможности, доступное по цене. Обеспечение гостя чистым бельем и халатом, наличие в номере плазменного телевизора и потрясающий вид из окна становится явно недостаточным для окончательного решения потребителя при выборе отеля.

Повторимся, искушенный турист или бизнесмен в деловой поездке ждут от отеля не только комфортных условий проживания, но и той «изюминки», которая явилась бы для него причиной возвращения в эту гостиницу еще и еще раз.

Этому в немалой степени могут способствовать используемые достаточно широко те инновации в гостиничном сервисе, которые и делают услугу проживания привлекательной и уникальной. В век информационных технологий и интернета надеяться на приток гостей

в отель, который не представлен в информационном пространстве бессмысленно. Процесс выбора гостиницы для современного пользователя начинается не иначе, как с поиска в интернете предложений по соответствующим запросам об отеле. При этом очень важна идентификация отеля по уникальному электронному коду, которая позволяет избежать ошибок при бронировании, возникающих потому, что некоторые отели имеют схожие и даже идентичные названия.

Электронные ресурсы помогают также получить максимум информации об интересующем потенциальном объекте проживания. И, что особенно важно, эту информацию он может подчерпнуть не только из официальных источников (например, сайта отеля), но и из отзывов гостей, которые значительно дополняют эту информационную картину, и делают ее более объективной.

Наличие отзывов о проживании важно еще и потому, что они не только помогают определиться с выбором потенциальным потребителям гостиничных услуг, но и получить также бесценную обратную связь с ними для самих отельеров. Нередко можно видеть, как на сайтах отелей все отзывы гостей оперативно рассматриваются представителями службы маркетинга отелей, и дается пояснение по каждому из них. Многие критические замечания являются основой для устранения недостатков в работе тех или иных служб отеля, а некоторые подсказывают менеджменту направления и возможности дальнейшего совершенствования деятельности отеля в обозримой перспективе.

Стремление внедрить инновации в сферу продаж гостиничного продукта привело к соединению систем бронирования с электронной дистрибуцией в один комплекс, позволяющий управлять бронированием, используя одновременно ряд каналов продаж. В этом случае у руководства отелей есть возможность выбора комбинации систем бронирования, когда, например, бизнес-отели пользуются как глобальными (GDS), так и альтернативными (ADS) системами бронирования.

Инновационные подходы в деле бронирования и продаж гостиничного продукта позволяют сотрудникам маркетинговых служб получать и использовать в своей работе максимально полную информацию по любому потребителю, как частному лицу, так и

корпоративному заказчику (например, турагентству). Собранные и сгруппированные данные по клиентам позволяют иметь информацию о длительности их проживания, предпочтениях по категориям номеров, другим пожеланиям и предпочтениям, а также существенные условия заключения с ними договоров на оказание услуг.

Менеджеры «продвинутых» брендовых отелей разрабатывают программы инклюзивного обслуживания проживающих в номерах гостей, учитывающие персональные запросы относительно любимой музыки, набора телеканалов, предпочтений температуры и влажности воздуха в номере, яркости осветительных приборов, температуры воды в душе, ароматов в помещении, возможности проживания вместе с животными, степени жесткости матрасов на кроватях и т. п. Это и есть элементы комфорта, которые являются определяющими при повторном обращении для потребителей гостиничных услуг.

Помимо обеспечения комфортных условий для проживания используемые отельерами инновационные системы управления бронированием и продажами позволяют широко и эффективно управлять лояльностью клиентов и применять системы поощрения тех гостей, которые обращаются к услугам отеля неоднократно. Для этого используется целый пакет всевозможных инструментов, включающий бонусы, купоны, скидки, премиальные сертификаты и т. д.

Следует отметить, что комплексное использование инновационных инструментов в деятельности отельеров, определяет и значительную оптимизацию самой деятельности по управлению продажами, организации обслуживания гостей в процессе проживания, организации питания и др. Автоматизация задач и работы менеджеров позволяет оценить эффективность деятельности каждого из них, максимально использовать их опыт и квалификацию, планировать деятельность и определять стратегические и оперативные цели отдельных сотрудников, отделов и служб.

Желание вернуться в тот или иной отель у гостя зависит и от того, насколько высок уровень безопасности проживания в нем. В связи с участившимися террористическими актами по всему миру вопросы безопасности для многих гостей становятся определяющими. Наличие в отеле систем видеонаблюдения, квалифицированных сотрудников службы безопасности, наличие карточной системы

открывания коридоров и жилых комнат, исключаяющей нахождение посторонних лиц в помещениях отеля, безусловно, создает у гостей ощущение безопасности и комфорта.

Таким образом, мы рассмотрели лишь некоторые аспекты, раскрывающие роль инноваций в гостиничной деятельности. Создание комплексных систем оптимизации управленческой деятельности и обеспечения комфортного проживания гостей является важнейшим инструментом обеспечения конкурентоспособности отелей на рынке гостиничных услуг.

Список литературы

1. Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе / Н. Н. Малахова, Д. С. Ушаков. — М., изд. центр «МарТ», 2010. — 256 с.
2. Новиков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новиков. — М.: Академия, 2008 — 208 с.
3. Пономарев Н. Н. Комплексное использование инноваций для повышения конкурентоспособности гостиниц / Н. Н. Пономарев // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства: сб. науч. тр. междунауч.-практ. конф. — Казань: изд-во ООО «Печать-сервис XXI век». — 310 с.

УДК 379.8

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ДАУНШИФТИНГ КАК АЛЬТЕРНАТИВА БЭКПЭКИНГУ

***Е. Н. Осипова**, канд. техн. наук, доцент*

***Т. В. Ридель**, ст. преподаватель, доцент*

***В. В. Салий**, канд. экон. наук, профессор*

Сибирский университет потребительской кооперации,
Г. Новосибирск, Россия

В статье описываются современные методики теоретического обоснования двух видов туристического отдыха: бэкпэкинга, закрепленного на уровне классификации в рамках пешеходного туризма, и дауншифтинга — первичное значение которого было изменено. Текущие задачи и уровень развития общества требуют иного подхода при обустройстве повседневной жизни человека, что затрагивает такой аспект жизнедеятельности, как самотрансценденция. Итогом переформирования является пересмотр существующих подходов к смысловому содержанию путешествий и туристической деятельности.

Ключевые слова: бэкпэкинг, дауншифтинг, пеший туризм, самотрансценденция, ассоциация пешего туризма.

Среди многообразия туризма каждая страна — ее местность, возможности путешествий, наличие зон для отдыха, развитость экономической среды, занимает свою нишу в развитии различных туристических категорий: по видам, типам передвижения. Особое место в туризме принадлежит туризму пешеходному, как наиболее доступному, разнообразному и стабильному с точки зрения его институционализации в данной области. Пешеходный туризм получил наибольшее распространение на территории СССР в 1980–1990 гг., однако, период 1991–1998 гг. отмечается не только территориальной раздробленностью и сопутствующими социально-экономическими перестройками, но и предпосылками к частичному восстановлению уже имеющихся туристско-рекреационных ресурсов. Одним из видов туризма, отношение к которому изменилось достаточно кардинально — пеший туризм. Новые исследования предполагают возобновление маршрутов, пользующихся популярностью 30–40 лет назад, другие — обосновывают необходимость их модернизации и перестройки в соответствии с новым витком потребностей, интересов и возможностей поколения. Так, преимущества традиционного туризма и его взаимосвязь с социальными показателями (повышение уровня здоровья, социализация, приобретение новых навыков, изучение окружающей среды) излагаются в работах С. А. Кущева, Э. В. Мануйленко, Д. А. Мушкетова [1; 2], однако предложенные методики возобновления традиций в пешеходном туризме имеют ограниченный локальный характер. Переход на инновационный взгляд в сфере пешего туризма содержится в трудах А. В. Логинова, Д. В. Смирнова, О. К. Николаевой, А. Е. Тарасова [3; 4]. Необходимо отметить, что содержание предложений обходит стороной такой аспект, как диаметральный взгляд на причину путешествий, помимо отдыха и знакомства с новым, а именно — стремление к свободе и отсутствие сложностей, что обладает сходством с таким социальным явлением, как дауншифтинг.

Пеший туризм представляет собой одну из разновидностей спортивного туризма, отличающегося от последнего такими факторами, как:

- корректируемая сложность трассы, уровень которой в среднем рассчитан на туристов базовой или средней подготовки;

— длина дистанции, в данном случае она ограничивается двумя точкам — начальной и конечной, как правило, по пути следования образованы «привалы, пит-стопы», представленные либо стоянками, либо базовыми и минимальными средствами размещения. Наибольшая развитость в плане оснащения трасс и их безопасности принадлежит странам Европы;

— конструктивных и количественных особенностей снаряжения: от полного набора, необходимого для организации ночлега и приготовления пищи, до базовых походных приспособлений.

Необходимо отметить, что отличия бэкпэкинга от трекинга и хайкинга [5] заключаются в продолжительности маршрутов, их облегченном уровне сложности и целевой направленности, ориентированной на общее оздоровление, сопряженное с получением эстетического и морального удовольствия. В странах ЮВА и Европы популяризация пешего туризма достаточно высока, а уровень доступности информации и стремление к ее апробации на практике подкрепляется данными об уровне туристической активности. В случаях европейских стран популяризация бэкпэкинга связана с более открытым менталитетом и территориальной обособленностью, иногда — ограниченностью, что в условиях стремительного развития техники и технологий позволяет разрабатывать маршруты для самостоятельных путешествий. Туризм в странах ЮВА чаще всего имеет локальный характер, т. е. рассчитан на бэкпэкинг внутри стран, поскольку климатические, географические, рекреационные и природные особенности и ресурсы стран способствуют развитию внутреннего туризма [6; 7].

В то же время остается открытым вопрос о соотношении целей бэкпэкинга с современными взглядами молодого поколения, заинтересованность в самостоятельных путешествиях которого снижается ввиду повышения уровня компьютеризации, как результат — зависимости от стационарного пребывания в местах, где имеется доступ к сети интернет. Кроме того, современные цели о достижении карьерных «высот» образовали феномен «дауншифтинга», изучение которого строится на социологии, психологии и экономике [8]. Его взаимосвязь с областью туризма наблюдается на уровне характеристик и целей, что можно рассматривать в качестве расширенной альтернативы современному бэкпэкингу (табл.).

Характеристики дауншифтинга как туристического направления и бэкпэкинга

Вид пешеходного туризма	Продолжительность (дни)	Уровень снаряжения	Сложность маршрута [9]	Популярные направления		
				ЮВА	Европа	Россия
Бэкпэкинг	6–10	Трекинговая обувь, минимальный набор белья и одежды, походный рюкзак	1–2	Таиланд, Малайзия, Индонезия, Камбоджа, Вьетнам, Филиппины	Италия, Франция, Исландия, Испания, Великобритания	Байкал, Северо-Западный Кавказ, Алтай,
Туристический дауншифтинг	20 и выше	Минимальный набор белья и одежды, рюкзак	1–2	Таиланд, Индия, Вьетнам, Филиппины, Непал	Чехия, Прага, Испания, Кипр	Алтай, Хакасия, Селигер

Целевая направленность туристического дауншифтинга может быть популяризирована, как «временный отрыв» от реальной жизни, в этом случае возникает вопрос о том, чем данный вид туризма отличается от традиционных. Наличие смысловой альтернативы привычному хайкингу или бэкпэкингу имеет тактическое преимущество: отсутствие планирования маршрута, финансовый ориентир на минимальные затраты и получение опыта общения и познания выбранного направления в процессе территориального освоения.

Преимущества туристического дауншифтинга заключаются в непредсказуемости маршрута, неспешности его преодоления, что увеличивает привычные интервалы перемещения по туристическим маршрутам. В процессе туристического дауншифтинга необходимо поддерживать «психологическую легенду», согласно которой происходит получение новых знаний и опыта. Для получения этих компонентов необходимо сокращение динамики передвижения. Контролируемый дауншифтинг в этом случае будет обладать рядом существенных преимуществ:

1. скорость распространения и аудитория спроса может повыситься за счет формирования нового пласта услуг для обеспеченных слоев населения, тенденция в кругах которой приближает возможность традиционного дауншифтинга;

2. уровень безопасности может быть существенно выше благодаря отсутствию необходимости постоянного самостоятельного планирования и контроля.

Одной из основных проблем пешего туризма является неравномерная развитость территорий, обособленность некоторых народных и традиционных различий, встреча с которыми становится возможной в условиях самостоятельного путешествия. Для минимизации данного риска используется методика апробации опыта, которая реализуется через изучение форумов, интернет-сообществ, площадок с отзывами. Контролируемость дауншифтинга можно представить в виде условного управления — попутной маршрутизации, призванной помочь в преодолении сложностей разного рода на маршруте.

Таким образом, для успешного закрепления дауншифтинга на уровне туристического направления, необходима разработка нетривиальных маршрутов и способов их преодоления, направленная на усложнение привычной техники передвижения, но с «приемами» упрощения схемы перехода между рекреационными составляющими.

Список литературы

1. Кушев С. А. История и перспективы развития треккинга в Кабардино-Балкарской республике / С. А. Кушев // Вектор экономики. — 2016. — № 6 (6). — С. 1–6.
2. Мануйленко Э. В. Пешеходный туризм, как средство формирования здорового образа жизни студента / Э. В. Мануйленко, Д. А. Мушкетов // Спорт и туризм: администрирование и развитие: сб. тр. науч.-практич. конф. — Калининград: БФУ им. И. Канта, 2017. — С. 127–133.
3. Логинов А. В. Сравнительная характеристика видов активного пешеходного туризма / А. В. Логинов, Д. В. Смирнов // Вестник академии детско-юношеского туризма и краеведения. — 2017. — № S1 (126). — С. 90–98.
4. Николаева О. К. Пеший туризм как уникальный общедоступный вид спортивного туризма / О. К. Николаева, А. Е. Тарасов // Инновационная наука. — 2015. — № 11 (2). — С. 251–253.
5. Шанин В. А. Вокруг света за 280 \$ / В. А. Шанин. — М.: Эксмо, 2013. — 704 с.
6. Денисов Е. А. Основные виды активного туризма в Испании / Е. А. Денисов, Э. В. Мануйленко // Инновационные подходы в рекреации, туризме и физической культуре: сб. тр. науч.-практич. конф. — Калининград: БФУ им. И. Канта, 2018. — С. 73–78.
7. Мунхжаргал С. Становление и развитие хайкинга в Монголии / С. Мунхжаргал // Культурное пространство Восточной Сибири и Монголии: региональные особенности и международное сотрудничество: сб. тр. науч.-практич. конф. — Улан-Удэ: ВСГИК, 2017. — С. 462–471.

8. Солодникова И. В., Ермакова С. Н. Дауншифтинг по-русски / И. В. Солодникова, С. Н. Ермакова // Человек. — 2013. — № 1. — С. 134–142.
9. Единая всероссийская спортивная классификация туристских маршрутов (ЕВСКТМ). — URL: <http://www.tssr.ru/speleo/spp/mkk/550/> (дата обращения: 14.02.2019).

УДК 728.51

РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Т. В. Плотникова, канд. техн. наук, профессор

Е. Р. Попова, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В данной статье впервые рассмотрены направления развития развлекательных услуг в гостиничном сервисе. Проведен анализ мирового опыта в индустрии развлечений для туристов, предложены новые виды развлекательных услуг, позволяющих повысить привлекательность для туристов российских гостиниц.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, развлекательные услуги, конкурентоспособность услуг, чайные церемонии.

Актуальность работы заключается в том, что в настоящее время в условиях жесткой рыночной конкуренции гостиничный бизнес уже не может успешно существовать только за счет предоставления основных услуг проживания и питания. Клиенты гостиниц хотят получить комплекс дополнительных услуг, позволяющих им удовлетворить потребности в рекреации и развлечениях.

Развлекательные гостиничные услуги являются одними из самых эффективных средств привлечения гостей в отель, влияющих на позитивную оценку туристом работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту отеля, позволяющие занять его таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в отеле и желание вернуться в отель еще раз [1]. Наличие новых, необычных развлекательных услуг в гостинице делает ее привлекательной для клиентов, и определяет ее конкурентные преимущества.

Развлекательные услуги выполняют целый ряд функций:

- рекреационную и терапевтическую (отдых, восстановление психической и физической энергии);
- творческо-развивающую (интеллектуальное, художественное, нравственное развитие личности);
- воспитательную и просветительскую (не только для детей и юношества, но и для клиентов и в более зрелом возрасте);
- поддержание социальной солидарности, сплоченности разных по социальному статусу людей на основе общих для них досуговых традиций.

В современном гостиничном бизнесе существует более ста видов услуг развлекательного характера, оказание которых позволяет решать различные задачи, в т. ч.:

- формирование оптимистичного настроения у клиентов гостиниц;
- восстановление физиологического и физического потенциала клиентов гостиниц после трудового дня;
- воспитание и образование детей и подростков; развитие культуры человека, формирование и развитие личности.

Почти все международные отели предлагают целый пакет развлекательных услуг, предназначенных для улучшения качества проживания гостей. В стандартный пакет развлекательных услуг входят: рестораны различной направленности, салоны красоты, бассейны, сауна, тренажерный зал, залы для занятий танцами, услуги детских развлекательных комплексов, услуги аниматоров и др.

Но некоторые отели с целью привлечения клиентов и повышения своей конкурентоспособности, помимо стандартного пакета услуг, предлагают по-настоящему экстравагантные виды развлечений. При этом, как показывает практика, гости готовы платить за эти услуги, т. к. могут быть уверены в том, что они получают действительно незабываемые воспоминания о своем отдыхе.

Как показывают результаты опроса, проведенного Hotels.com, о том, что путешественники из разных стран хотели бы попробовать, клиенты отелей заинтересовались следующими видами услуг: живые цветы в номере; гитара в номере; набор шоколадок на выбор в номере; набор парфюма в номере на каждый день пребывания

в отеле; услуга «будильника от звезды»; «инструктор сна» специально обученный человек, помогающий гостям справиться с бессонницей и проблемами со сном; аренда животного, например, золотых рыбок, на время пребывания в отеле; «беби-ситтер» для домашних питомцев и другие [4].

Для удовлетворения вышеуказанных потребностей мировая гостиничная индустрия предлагает целый ряд необычных развлекательных услуг.

Так, отель *Andaz Fifth Avenue* в Нью-Йорке для любителей искусства и книголюбов предлагает арт-проект, благодаря которому посетители могут увидеть, как работают художники. Отель также сотрудничает с нью-йоркской библиотекой, которая предоставляет в пользование постояльца более 700 книг [2].

Отели сети *Rosewood* (США) предлагают услуги дворцового по ароматам, который поможет выбрать подходящий парфюм или туалетную воду по предпочтениям гостя, стилю жизни и имиджу. Ароматная коллекция включает парфюмы таких ведущих мировых брендов, как *Dior, Chanel, Givenchy, Hermes* и др. В каждом отеле гостиничной сети — свое «меню» ароматов, которое отражает окружающую обстановку.

Английский отель *Andaz Liverpool Street-Hyatt Hotels and Resorts* предлагает своим постояльцам чтение сказок перед сном. Услуга пользуется большой популярностью, некоторые гости приезжают сюда повторно, чтобы принять сеансы своеобразной терапии. Администрация отеля привлекает для чтения сказочных историй известных писателей и журналистов.

Отель «Приют счастливого гостя» в городе Уоррингтон (Англия) предоставляет своим клиентам уникальную услугу —компаньона в виде золотой рыбки. По желанию гостей у них в номере появляется золотая рыбка по имени «Приносящая счастье» (*Happy*). По утверждению персонала отеля, золотая рыбка обеспечивает гостям отеля компании, дарит ощущение радости, создавая комфортную обстановку [3].

Однако российский рынок гостиничного бизнеса имеет существенные отличия от зарубежного, как в наборе развлекательных услуг, так и в ценовой политике, а, как следствие, в плане доступности таких услуг для обычных гостей. Большинство из вышеуказанных

развлекательных услуг предоставляется в 4–5-звездочных отелях и за дополнительную плату, которая зачастую недоступна клиентам со средним уровнем достатка.

Однако среди дорогостоящих развлечений, предлагаемых мировой индустрией гостеприимства, была найдена достаточно интересная, и в то же время доступная обычному посетителю развлекательная услуга, которую можно рекомендовать для российских гостиниц — «чайный сомелье».

Испокон веков чай и чайные церемонии ценятся во всем мире и являются отличным методом медитации и расслабления. Чай — абсолютно безвредный продукт, который доступен каждому, так что клиенты, решившие посетить гостиницу, смогут воспользоваться данной услугой в любое время года.

Чайный сомелье — это специалист по подбору чайных напитков. Он рекомендует клиентам тот или иной чай под их вкусовые предпочтения, рассказывает о преимуществах различных сортов чайных листьев и, что гораздо интереснее, составляет собственные композиции — напитки из чая с травяными, цветочными, фруктовыми и пряными добавками, смеси из разных чаев для балансировки вкуса и т. п. Такая услуга может быть исполнена как в ресторане, так и в номере гостя, или же специализированной чайной комнате (все зависит от желания и намерения владельца).

Однако многое в такой услуге зависит и от вида чайной церемонии, которую хочет получить гость, — китайскую, японскую, индийскую, английскую, русскую. Чайная церемония очень древняя традиция, она включает в себя множество специальных школ и способов заваривания и обработки чая, сбора чайной утвари и технологий производства.

Японская церемония отличается утонченной формой и безмятежностью атмосферы, подчеркивающей духовную составляющую. Существует шесть основных видов японской чайной церемонии: ночная, чаепитие на рассвете, утренний обряд, чай после обеда, вечерний ритуал, заказная церемония, которые различаются ритуалом проведения, видом и способом приготовления чая.

Китайская церемония известна артистизмом, проявляющимся в изящной жестикуляции. В английской церемонии большое значение

уделяется сервировке: англичане любят фарфоровые сервизы бело-синего цвета, обязателен молочник, сахарница, заварочный чайник. Индийская церемония солидная и торжественная, в чаепитии используют одноразовые глиняные стаканчики — куллархи.

Бизнес, основанный на проведении чайных церемоний, имеет свои нюансы. Здесь в первую очередь нужно учесть, что для того чтобы обладать навыками «чайного мастерства», этим навыкам нужно научиться. Естественно, что это обучение не проводится бесплатно. И, как и в любом другом деле, здесь важно иметь хорошую и длительную практику, чтобы быть профессионалом своего дела (а, соответственно, и иметь от этого высокий доход).

Чтобы данная бизнес-идея была успешной, нужно надлежащим образом обустроить интерьер, т. к. именно он является важной составной частью чайной церемонии. Необходимо приобрести чай, набор для чайной церемонии, все инструменты и аксессуары, уметь заваривать чайный напиток. От вида чайной церемонии будет стро-го зависеть сорт чая, посуда, в которой он будет подаваться, да и сам интерьер места, где будет проведено чаепитие, поэтому стоимость такой услуги будет у каждой разная.

Для организации развлекательной услуги «чайный сомелье» необходимо приобретение инвентаря и сырья, тем более что хороший чай и условия его хранения требуют немалых денег, однако понадобится намного меньше средств, чем на открытие маленького винного погреба в ресторане. Если гостиница хочет удивить гостя, то можно сделать посуду на заказ, хотя это повысит стоимость услуги.

Таким образом, можно предположить, что развлекательная услуга «чайный сомелье» могла бы быть распространена в кругу как отдыхающих туристов, так и обычных командировочных людей, которые ищут новых ощущений и расслабления. Эта услуга не экстремальна, не несет лечебного характера, но помогает расслабиться и получить удовольствие. В то же время предложение гостям новой необычной развлекательной услуги может повысить привлекательность и конкурентные преимущества гостиницы.

Список литературы

1. Берестов Д. Е. Пути повышения конкурентоспособности гостиниц / Д. Е. Берестов / Научная дискуссия современной молодежи: экономика и право: сб. ст. Межд. науч.-практ. конф. — М.: МЦИС «Наука и просвещение», 2016. — С. 158–160.
2. Топ-10: Отели, предлагающие необычные дополнительные услуги. — URL: bugaga.ru/interesting/146753821-top-10-oteli-predlagayuschie-neobychnye-dopolnitelnye-uslugi.html#ixzz5hwMAX2C8 (дата обращения: 11.03.2019).
3. Самые необычные услуги в отелях мира. — URL: womanadvice.ru/samye-neobychnye-uslugi-v-otelyah-mira: (дата обращения: 11.03.2019).
4. Какие необычные услуги хотели бы видеть путешественники в отелях. — URL: prohotel.ru/news-218293/0/ (дата обращения: 11.03.2019).

УДК 338. 48

РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ПРИОРИТЕТАХ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Т. В. Попкова, канд. филос. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматриваются проблемы развития внутреннего туризма в контексте задач Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». Описаны тенденции и перспективы развития туристско-рекреационной сферы, частичное исследование которых представлено в работах Э. Истоминой, М. Гришунькиной [4], С. Быстрова [3].

Впервые анализируются вопросы, касающиеся механизмов реализации основных положений принимаемых программ по развитию внутреннего туризма в России.

Ключевые слова: туризм, туристские услуги, туристско-рекреационная сфера, национальные проекты.

Отличительной чертой современного общества является развитие сферы услуг, в т. ч. и туристско-рекреационных. Россия располагает огромным потенциалом для развития как въездного, так и внутреннего туризма. Однако темпы роста туристических поездок в нашей стране весьма невысоки.

Причины такого положения дел давно выявлены, неоднократно обсуждаются, но актуальны и по сей день. К ним относятся:

недостаточное развитие инфраструктуры; недостаточное количество гостиниц туристского класса (две, три звезды, хостелы); отсутствие эффективной региональной инвестиционной политики; низкое качество оказываемых туристских услуг; дефицит квалифицированных кадров; слабая работа по продвижению имиджа России как туристской державы.

Восполнить эти пробелы и недостатки в формировании эффективной политики в туристско-рекреационной сфере призваны государственные целевые программы Российской Федерации, в которых представлены основные направления развития всех сфер общественной жизни нашей страны. Так, например, разработана Федеральная целевая программа, в которой особое внимание уделяется развитию внутреннего и въездного туризма в РФ на 2019–2025 гг. Среди основных задач — развитие туристско-рекреационного комплекса страны, повышение качества туристских услуг, продвижение туристского продукта РФ на мировом и внутреннем туристских рынках [2].

Туризм — это особая социально-экономическая сфера деятельности, развитие которой имеет не только экономический эффект для благосостояния общества. Также необходимо учитывать социальный и гуманистический аспекты. С точки зрения устойчивого социально-экономического развития современного государства туризм дает возможность создавать новые рабочие места, втягивает все регионы страны в единое экономическое и социально-культурное пространство, приносит прибыль. На долю туризма в 2016 г. пришлось \$ 7,6 трлн, что составляет 10,2 % общемирового ВВП. При этом учитывалось прямое и не прямое воздействие индустрии на другие сферы экономики и занятость. В сфере гостеприимства было занято 292 млн работающих, т. е. каждый десятый работник в 2016 г. был занят в туризме. Кроме того, за счет расходов иностранных туристов в других странах на долю туризма пришлось 6,6 % общемирового экспорта.

Гуманистический аспект туристско-рекреационной сферы заключается в том, что ее развитие способствует удовлетворению духовных потребностей людей. В современном обществе важно не только свободное время, но и качество его использования и

проведения. Можно просто лежать на диване и смотреть телевизионные программы про музеи и путешествия. А можно пойти в музей в своем городе или наметить маршрут более сложный. Туризм с его возможностями освоения новых территорий и новых впечатлений как нельзя лучше влияет на качество проведения свободного времени. Не только уровень жизни, но и ее качество может быть значительно выше, если будет уделено серьезное внимание развитию туристских услуг.

Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма с учетом обеспечения экономического эффекта и социокультурного развития регионов России невозможно без государственной поддержки. Особый эффект может получиться при реальном партнерстве — государства, бизнеса и населения — когда все участники процесса будут поддерживать друг друга и решать, каждый в меру своих сил и возможностей, многочисленные задачи по повышению качества предоставляемых туристских услуг. Это развитие инфраструктуры — дорог, аэропортов, гостиниц; инвестирование в качественный сервис, креативные проекты местного населения для привлечения туристов, умелое использование СМИ для рекламы и знакомства потенциальных туристов с тем, что им еще неизвестно и что интересного их может ожидать в рекламируемых маршрутах.

Сегодня есть немало примеров того, как местное население, муниципалитеты, журналисты участвуют в привлечении туристов за счет успешного продвижения своеобразного облика своей территории, ее необычных ландшафтов, культуры местных жителей, ремесел, гастрономического своеобразия (чем не брендинг?) В качестве успешного примера можно назвать ставший уже традиционным праздник «Сибирская Масленица» на Алтае, который проходит уже в двенадцатый раз, где собрались, по оценкам организаторов, 37 тыс. гостей. Причем это уже не только сибиряки, но и гости из Центральной России, иностранные граждане. Праздник приобрел размах и известность, работая уже на имидж территории. Этот праздник вошел в Национальный календарь событий России (ТОП-10). Удалась организаторам и их особенная задумка: на «Сибирской Масленице» установили рекорд. Хоровод «Круг в круге» стал самым массовым в России, в нем приняли участие 1134 человека

[5]. Перспективным направлением развития большинства территорий нашей страны в целевых программах развития внутреннего и въездного туризма определен сельский и экологический туризм. Проведенные в 2014 г. крупные событийные мероприятия («Агротуризм в России» в Республике Бурятия, «Сельский туризм в России» в Оренбургской области, «Праздник топора» в Томской области и многое другое) свидетельствует о том, что вовлечение населения в развитие туризма при поддержке местной власти, предпринимателей может принести ощутимый эффект.

В то же время необходимо отметить, что задачи, сформулированные в целевой программе, обсуждаются уже не первый раз. В Целевой программе по развитию внутреннего и въездного туризма на 2011–2018 гг. фиксировалась необходимость привлечения инвестиций в туристскую отрасль, повышения эффективности продвижения национального туристского продукта на внутреннем и международном рынках, совершенствования системы подготовки кадров. Поскольку в следующей федеральной программе обсуждаются эти же вопросы, значит, решить эти задачи в полной мере не удалось. Одной из проблем является недостаток адекватных механизмов для реализации программы по развитию туристской отрасли.

Специалисты отмечают, что нет необходимой и достаточной нормативной базы финансового обеспечения туристической деятельности на муниципальном уровне, не отлажена система мобилизации институциональных, инфраструктурных, кадровых и социокультурных ресурсов, а также координации усилий всех заинтересованных в оптимизации туристического сервиса акторов.

Немаловажный фактор развития внутреннего туризма — это стоимость билетов на переезды по стране. Так, желающий путешествовать быстро понимает, что долететь до Рима будет дешевле и комфортнее, чем добраться до Байкала или Горного Алтая. А заявленная в рекламных проспектах звездность местных отелей может и не соответствовать действительности.

Понятно, что эту проблему необходимо решать на государственном уровне. Президент РФ В. В. Путин, выступая на съезде транспортников, определил комплекс задач по развитию воздушного, морского, железнодорожного и автомобильного транспорта в России.

Особое внимание он уделил развитию межрегиональной транспортной сети [1].

Таким образом, внутренний туризм при соответствующем внимании к этому виду туризма может решить, в т. ч., и задачу импортозамещения и стать одним из стратегических направлений социально-экономического развития регионов нашей страны.

Слаженная работа всех субъектов, причастных к реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» превратит туризм в высокодоходную отрасль и повысит качество жизни наших граждан.

Список литературы

1. Послание В. В. Путина Федеральному собранию РФ. — URL: tass.ru/ekonomika/5009652 (дата обращения: 09.03.2019).
2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2015 годы)». — URL: press-13.php (дата обращения: 07.03.2019).
3. Быстров С. А. Внутренний туризм как стратегически важное направление развития туристского рынка РФ / С. А. Быстров // Науч.-метод. электронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 15. — С. 966–970.
4. Истомина Э. Внутренний туризм и туристические ресурсы России / Э. Истомина, М. Гришунькина. — М.: изд-во РГУ, 2012.
5. Официальный сайт органов власти Алтайского края. — URL: www.altaregion22.ru/region_news/37-tysyach-chelovek-stali-uchastnikami-traditsionnogo-festivalya-sibirskaya-maslenitsa-v-altaiskom-krae_764631.html (дата обращения: 07.03.2019).

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

УДК 637.07

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЙОГУРТОВ, ПРОИЗВЕДЕННЫХ В УСЛОВИЯХ ООО «ЭРМАНН»

В. Г. Агафонова, студентка

И. А. Зачесова, ст. преподаватель

Московская государственная академия ветеринарной медицины
и биотехнологии имени К. И. Скрябина,
г. Москва, Россия

В статье представлены результаты оценки качества йогуртов EPICA с фруктово-ягодными наполнителями, произведенных в условиях ООО «Эрманн». Исследованы органолептические, физико-химические и микробиологические показатели качества йогуртов.

Ключевые слова: йогурт, йогурт с наполнителем, ООО «Эрманн», товароведная характеристика, оценка качества.

В данной статье впервые представлена оценка качества йогуртов EPICA с фруктово-ягодными наполнителями, произведенных в условиях ООО «Эрманн». Исследования качества йогуртов и йогуртных продуктов различных торговых марок проводились ранее в работах авторов М. А. Поповой, Е. А. Кныш, Н. И. Дунченко и др. [1–3], однако качество йогуртов торговой марки EPICA не оценивалось. Наряду с этим одним из ключевых игроков рынка йогуртов в РФ является компания ООО «Эрманн». В связи с вышеизложенным целью исследований заключалась в проведении оценки качества йогуртов, произведенных в условиях данного предприятия.

Объектами исследований послужили образцы йогуртов с различными фруктово-ягодными наполнителями (рис. 1).



Рис. 1. Объекты исследований: 1 — йогурт EPICA с ананасом; 2 — с клубникой; 3 — с красным апельсином; 4 — с вишней-черешней; 5 — с гранатом-малиной.

Исследовали упаковку и маркировку образцов йогуртов, в результате чего установлено: упаковка герметичная, чистая, маркировка четкая, содержащая необходимую информацию о товаре, что соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

Для исследований органолептических показателей качества йогуртов проведена открытая дегустация. Дегустацию образцов проводила дегустационная комиссия, состоящая из 7 дегустаторов, по 15-балльной шкале. Результаты качества йогуртов представлены в табл. 1.

Таблица 1

Дегустационная оценка качества йогуртов, балл

Показатель	max	Наименование йогурта ЕРІСА				
		с ананасом	клубникой	красным апельсином	вишней-черешней	гранатом-малиной
Внешний вид и консистенция	5,0	4,4	5,0	4,2	4,8	4,5
Вкус и запах	5,0	4,8	5,0	3,6	5,0	5,0
Цвет	5,0	4,8	5,0	4,0	4,8	4,8
Общая оценка	15,0	14,0	15,0	11,8	14,6	14,3

В результате дегустационной оценки йогурт ЕРІСА с клубникой получил самую высокую оценку — 15 баллов, т. к. продукт обладал чистым, кисломолочным, приятным ароматом клубники, без посторонних привкусов; однородной консистенции, с ненарушенным сгустком и без отделения сыворотки. Йогурт ЕРІСА с красным апельсином — 11,8 баллов (из-за резкого вкуса и запаха апельсина).

Физико-химические исследования качества йогуртов проводились по показателям: массовая доля жира, массовая доля белка, массовая доля сухих веществ, активная кислотность, фосфатаза (табл. 2).

Таблица 2

Физико-химические показатели качества йогуртов

Наименование показателя	Требования [4]	Наименование йогурт ЕРІСА				
		с ананасом	клубникой	красным апельсином	вишней-черешней	гранатом-малиной
Массовая доля жира, %	4,80±0,20	4,79	4,83	4,96	4,86	4,90
Массовая доля белка, %	не менее 5,50	5,73	5,75	5,84	5,74	5,71
Массовая доля сухих веществ, %	25,0±1,5	24,1	24,0	23,6	24,6	24,4
pH	3,8–4,4	3,8	3,9	4,2	4,0	4,0
Фосфатаза	Отсутствует					

Физико-химические исследования качества йогуртов показали, что самое высокое содержание жира и белка в йогурте ЕРІСА с красным апельсином, что говорит о его высокой пищевой ценности. Остальные образцы йогуртов имеют более низкое содержание жира и белка.

Образцы йогуртов содержали высокое количество сухих веществ. Показатель pH находился в пределах нормы, что говорит о свежести продукта. Фосфатаза отсутствовала во всех исследуемых образцах йогуртов, что говорит о соблюдении температурного режима при пастеризации сырого молока при производстве йогуртов [4; 5].

Микробиологические исследования качества йогуртов осуществляли по показателям: БГКП, содержание молочнокислых микроорганизмов, проведение стресс-тестов (табл. 3).

Таблица 3

Микробиологические показатели качества йогуртов

Наименование показателя	Требования [4]	Наименование йогурта ЕРІСА				
		с ананасом	клубникой	красным апельсином	вишней-черешней	гранатом-малиной
БГКП	Не допускается	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
Содержание молочнокислых микроорганизмов, КОЕ/г, не менее	1·10 ⁷	1,9·10 ⁷	6,5·10 ⁷	6,3·10 ⁷	2,3·10 ⁷	4,6·10 ⁷

Из табл. 3 видно, что БГКП отсутствуют во всех исследуемых образцах. Содержание молочнокислых микроорганизмов различно, но не меньше нормы. В результате микробиологических исследований йогуртов установлено, что образцы соответствуют требованиям ТР ТС 033/2013 и являются безопасными [6; 7].

В результате проведенных исследований установлено, что йогурты торговой марки ЕРІСА с фруктово-ягодными наполнителями по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям качества соответствуют требованиям ТР ТС 022/2011, ТР ТС 033/2013, ТУ 10.51.52.-002-18252860-2017.

Список литературы

1. Попова М. А. Оценка качества и безопасности разработанного йогурта / М. А. Попова, М. Б. Ребезов, А. О. Гаязова [и др.] // Молодой ученый. — 2014. — № 10. — С. 199–202.
2. Кныш Е. А. Оценка качества йогуртов по органолептическим показателям / Е. А. Кныш, Е. В. Шмат // Научное сообщество студентов. Междисциплинарные исследования: электр. сб. ст. по мат. XII студенческой межд. науч.-практ. конф. — Новосибирск: АНС «СибАК». — 2017. — № 1 (12). — С. 239–245.
3. Дунченко Н. И. Комплексная оценка качества йогуртных продуктов / Н. И. Дунченко, В. С. Янковская, С. Н. Кушев // Известия вузов. Пищевая технология. — 2009. — № 2–3. — С. 99–100.
4. ТУ 10.51.52-002-18252860-2017 Йогурт (Введ. 2017-05-31). — М.: Московская область, Раменский район, поселок РАОС, 2017. — С. 2–20.
5. Елисеева Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров / Л. Г. Елисеева, Т. Г. Родина, А. В. Рыжакова. — М.: Дашков и К°, 2017. — С. 536–607.
6. Сухова И. В. Товароведение и экспертиза молочных товаров / И. В. Сухова, Д. Ш. Баймишева. — Кинель: Самарская ГСХА, 2015. — С. 15–33.
7. Позняковский В. М. Безопасность продовольственных товаров / В. М. Позняковский. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. — С. 203–246.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КОФЕ МОЛОТОГО, РЕАЛИЗУЕМОГО В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВОЙ СЕТИ г. ХАБАРОВСКА

А. В. Алешков, канд. техн. наук, доцент

М. А. Новикова, студент

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

Представлены результаты анализа структуры ассортимента натурального жареного молотого кофе, реализуемого в розничной торговой сети Хабаровска. Проведена дегустационная оценка семи образцов молотого кофе различных ценовых категорий (органолептические показатели, влажность, содержание экстрактивных веществ, кофеина и золы).

Ключевые слова: кофе, дегустация, экспертиза.

Кофе представляет собой бодрящий напиток, приготовленный из специально обработанных семян вечнозеленого кофейного дерева, произрастающего в тропических странах. Родиной кофейного дерева является юго-западная часть Эфиопии — провинция Каффа, откуда, по одной из версий, и произошло название напитка [1].

Актуальность темы исследования заключается в популярности молотого кофе во всем мире. Однако вопросам его качества на локальных рынках посвящено не так много исследований [2–4]. Кофе занимает второе место в мире по объемам международных сделок (после нефти). Из года в год уровень потребления кофе растет: в России в 2017 г. около 250 000 т, что соответствует двум килограммам на душу населения. В то же время рекордсменами по потреблению кофе считаются граждане Финляндии и Дании (12 кг); средний по Европе показатель — 8 кг, что оставляет существенные резервы для роста этого рынка в нашей стране.

В основном потребителями кофе являются жители крупных городов с быстрым темпом жизни, работающие люди в возрасте от 20 до 50 лет, которым кофе помогает справиться с тяжелой умственной или физической нагрузкой. Хабаровск не исключение.

По данным проверок Роспотребнадзора, в розничной торговле почти отсутствует молотый кофе ненадлежащего качества,

в незначительном количестве обнаружены нарушения правил маркировки. Однако, несмотря на преобладание в розничной торговле качественной продукции, есть и фальсифицированный товар. Фальсификаторы в дорогие сорта кофе добавляют более дешевые либо заменяют кофе другими составляющими, такими как жженный сахар и различные растения — цикорий, перемолотые рожь, ячмень, орехи.

Цель исследования — анализ структуры ассортимента и товароведческая экспертиза кофе молотого, реализуемого на рынке Хабаровска. Для достижения этой цели были решены следующие задачи:

- проанализировать ассортимент молотого кофе, реализуемого в розничной сети гипермаркет «Самбери»;
- исследовать качество молотого кофе, реализуемого в торговой сети Хабаровска, по совокупности органолептических и физико-химических показателей;
- полученные результаты обобщить в форме выводов.

Научная новизна работы заключается в получении новых данных о структуре ассортимента и качестве кофе молотого, реализуемого на локальном рынке. Авторы разработали и успешно апробировали шкалу балльной оценки органолептических показателей молотого кофе.

Исследования рынка Хабаровска показали, что преобладает молотый кофе тонкого помола (35 %), средней степени обжарки (48 %), стоимостью менее 120 руб. за 100 г. Установлено, что предприятия, самостоятельно обрабатывающие кофе из сырых (зеленых) зерен, в торговой сети Хабаровска практически не представлены.

На следующем этапе для проведения экспертизы в торговой сети Хабаровска случайным образом было отобрано семь образцов молотого кофе известных брендов различной степени обжарки (табл. 1).

Таблица 1

Объекты исследования

Образец	Обжарка	Страна-производитель	Фирма-изготовитель
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
«Черная карта»	Темнообжаренный (по-турецки)	Россия	ООО «Штраус»

Окончание табл. 1

1	2	3	4
«Амадо»	Среднеобжаренный (Эспрессо)	Россия	ООО «Арабика»
«Чибо»	Не указана	Германия	ООО «Чибо»
«Лебо»	Среднеобжаренный	Россия	АО «Компания «Продукт Сервис»
«Жокей»	Темная обжарка (по-восточному)	Россия	ООО «Орими»
«Монтаро»	Среднеобжаренный	Япония	ООО «Азия продукт»
«Живой кофе»	Среднеобжаренный	Россия	ООО «ЖК Холдинг»

В ходе исследования установлено, что все образцы содержат полную и достоверную информацию для потребителя, отвечающую требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

Органолептические показатели молотого кофе определяли в соответствии с ГОСТ 32 775–2014 «Кофе жареный. Общие технические условия» на основе самостоятельно разработанной шкалы балльной оценки (табл. 2).

Таблица 2

Балльная шкала оценки органолептических показателей

Показатель	1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
1	2	3	4	5	6
Внешний вид и цвет	Неоднородный порошок, комками	Неоднородный порошок, плохо сыпучий с небольшим наличием комков	Неоднородный порошок с включениями кофейных оболочек	Порошок с присутствием неоднородных частиц молотого кофе, с включениями кофейных оболочек	Однородный порошок, равномерного цвета с включениями оболочек кофейных зерен
Вкус	Вкус кофе отсутствует	Едва ощутимый вкус	Узнаваемый вкус кофе, слабонасыщенный	Умеренно насыщенный, присущий данному продукту	Насыщенный, яркий, присущий данному продукту

ароматом и однородной консистенцией (22 балла из 25, отлично). Образец, получивший удовлетворительную оценку по результатам органолептической оценки — «Лебо», вследствие неоднородной консистенции (комками), едва ощутимого вкуса с преобладанием горечи и отсутствием аромата (14 баллов). Образцы молотого кофе «Живой кофе» и «Жокей» по органолептическим показателям качества получили оценку — хорошо (15 и 16 баллов). Образцами очень хорошего качества по результатам анализа оказались «Черная карта», «Амадо», «Чибо».

К образцам молотого кофе «Чибо», «Жокей», «Живой кофе», «Лебо» есть замечания по поводу их консистенции, которая оказалась неоднородной с комками. Также во время дегустационной оценки у образца «Живой кофе» был обнаружен посторонний аромат прогорклости; у образца «Лебо» ароматы — прелости, мешковины, сигарет, терпкое послевкусие, такие отклонения могут свидетельствовать о нарушениях технологии производства.

На следующем этапе определяли физико-химические показатели — массовые доли влаги, экстрактивных веществ, кофеина и золы [5]. Результаты определения массовой доли влаги в образцах молотого кофе приведены в табл. 3.

Таблица 3

Массовая доля влаги в молотом кофе

Наименование кофе	Массовая доля влаги по ГОСТ 32775–2014, %	Фактическая массовая доля влаги, %		
		X ₁	X ₂	X _{ср}
«Черная карта»	Не более 5,5	2,9	2,9	2,9±0,1
«Амадо»		4,6	4,8	4,7±0,1
«Чибо»		4,0	4,2	4,1±0,1
«Лебо»		3,5	3,4	3,4±0,1
«Жокей»		2,8	2,8	2,8±0,1
«Монтаро»		3,3	3,1	3,2±0,1
«Живой кофе»		4,1	4,3	4,2±0,1

По этому показателю все образцы соответствуют требованиям ГОСТ 32775–2014.

Результаты определения содержания экстрактивных веществ приведены в табл/ 4.

Таблица 4

Массовая доля экстрактивных веществ в молотом кофе

Наименование кофе	Массовая доля экстрактивных веществ по ГОСТ 32775–2014, %	Фактическая массовая доля экстрактивных веществ %		
		X ₁	X ₂	X _{ср}
«Черная карта»	20–35	28,4	27,3	27,8±0,35
«Амадо»		25,3	23,9	24,6±0,35
«Чибо»		25,8	26,5	26,2±0,35
«Лебо»		23,2	23,6	23,4±0,35
«Жокей»		27,8	26,5	27,2±0,35
«Монтаро»		24,9	25,3	25,1±0,35
«Живой кофе»		26,9	27,6	27,3±0,35

Наибольшее содержание экстрактивных веществ установлено у образца молотого кофе «Живой кофе» – 27,3 %, наименьшее (23,4 %) в образце «Лебо», что тесно коррелирует с низкими органолептическими показателями этого объекта.

Содержание кофеина в исследуемых образцах находится в пределах от 1 до 2,3 % и отвечает требованиям межгосударственного стандарта (табл. 5).

Таблица 5

Массовая доля кофеина в молотом кофе

Наименование кофе	Количество кофеина в пересчете на сухое вещество (ГОСТ 32775–2014), %	Фактическое количество кофеина в пересчете на сухое вещество; %		
		X ₁	X ₂	X _{ср}
«Черная карта»	Не менее 0,7	1,65	1,52	1,59
«Амадо»		1,36	1,41	1,39
«Чибо»		1,44	1,58	1,51
«Лебо»		1,37	1,28	1,33
«Жокей»		1,51	1,32	1,42
«Монтаро»		1,34	1,58	1,46
«Живой кофе»		2,31	2,50	2,41

В табл. 6 приведены результаты определения содержания золы.

Таблица 6

Зольность молотого кофе

Наименование кофе	Общее содержание золы по ГОСТ 32775–2014 (не более)	Фактическое содержание золы			Соответствие фактического значения требованиям ГОСТ 32775–2014
		X ₁	X ₂	X _{ср}	
«Черная карта»	6,0	4,8	4,7	4,9±0,5	Соответствует
«Амадо»		5,1	5,3	5,2±0,5	Соответствует
«Чибо»		5,0	5,2	5,1±0,5	Соответствует
«Лебо»		4,6	4,6	4,6±0,5	Соответствует
«Жокей»		5,0	4,8	4,9±0,5	Соответствует
«Монтаро»		4,9	5,1	5±0,5	Соответствует
«Арабика»		3,8	3,8	3,8±0,5	Соответствует

Наибольшая зольность отмечена у образца «Амадо» (5,2 %), наименьшая — у образца «Арабика» (3,8 %). При этом все объекты исследования отвечали требованиям стандарта.

По итогам проделанной работы были получены следующие выводы:

— на рынке Хабаровска преобладает молотый кофе тонкого помола (35 %), средней степени обжарки (48 %), стоимостью менее 120 руб. за 100 г. В малом количестве представлены предприятия, самостоятельно обрабатывающие кофе из сырых зерен;

— товарная информация о молотом кофе, реализуемом в торговой сети Хабаровска, характеризуется доступностью и достаточностью, однако не всегда достоверна;

— качество представленного на рынке Хабаровска молотого кофе не всегда отвечает требованиям нормативной документации.

Так, несмотря на то что все семь образцов молотого кофе отвечали требованиям по всем физико-химическим показателям: массовой доле влаги (от 2,8 до 4,7 %), содержанию экстрактивных веществ (от 23,4 до 27,3 %), массовой доле золы (от 3,8 до 5,2) и массовой доле кофеина (1,33–2,41), лучшим по итогам дегустации оказался образец молотого кофе «Монтаро» (насыщенный вкус, приятный выраженный аромат и однородная консистенция). Наихудшими потребительскими свойствами обладал образец молотого кофе «Лебо», (неоднородная консистенция (комки), едва ощутимый вкус с преобладанием горечи, отсутствие аромата).

Список литературы

1. Кановская М. Б. Кофе / М. Б. Кановская. — СПб.: Сова, 2015. — 95 с.
2. Галеев М. М. Оценка конкурентоспособности кофе натурального жареного молотого / М. М. Галеев, О. И. Катлишина, А. С. Балеевских // Безопасность и качество товаров: мат. IX Межд. науч.-практ. конф.; ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». — Ижевск: ООО ПКФ «Буква», 2015. — С. 36–37.
3. Катлишин О. И. Анализ рынка и конкурентоспособности натурального жареного молотого кофе в городе Перми / О. И. Катлишин // Актуальные вопросы современной науки. — 2015. — № 2 (5). — С. 61–63.
4. Миракова И. С. Экспертиза качества натурального молотого кофе, реализуемого на потребительском рынке города Рязани / И. С. Миракова, Е. И. Лупова // Инновационные технологии производства, хранения и переработки продукции растениеводства: мат. межд. юб. науч.-практ. конф. — Рязань: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П. А. Костычева, 2014. — С. 208–210.
5. Алешков А. В. Экспертиза товаров растительного происхождения: лаб. практикум. / А. В. Алешков, И. Э. Богрянцева. — Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2015. — 128 с.

УДК 663.8

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА СЛАДКИХ НАСТОЕК

А. В. Алешков, канд. техн. наук, доцент

А. А. Подобрей, студент

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

Статья включает результаты исследования, в ходе которого были проведены органолептическая и физико-химическая экспертиз восьми образцов сладких настоек, отобранных в розничной торговой сети Хабаровска. Изучена структура и полнота рынка настоек. Представлен комплекс рекомендаций по реализации настоек в розничном магазине «Продукты».

Ключевые слова: сладкие настойки, дегустация, экспертиза.

Алкольные настойки являются наиболее перспективным продуктом на отечественном рынке после водки, уверенно вытесняя ее с рынка. В 2017 г. в России было произведено 301,6 млн дал настоек, что составляет около 10 % от общего объема производства алкогольных напитков. Основную долю в потреблении настоек занимает отечественная продукция (68 %).

Настойка представляет собой алкогольный напиток, приготовленный путем холодного настаивания различных пряностей и специй. Так как биологически активные соединения растительного сырья в процессе настаивания переходят в настойку, это определяет не только ее приятный вкус, но и лечебные свойства. Поэтому настойки используют для профилактики и лечения определенных нарушений обмена веществ. Они также способствуют выделению желудочного сока, усиливают аппетит и ускоряют процесс пищеварение.

Настойки появились на рубеже III–IV тыс. до н. э. Первые летописные упоминания о настойках обнаружены на территории Китая. В России настойки появились приблизительно в X в. н. э., когда широкое распространение получила основа настоек — водка. Настойки создавались монахами и алхимиками и использовались исключительно в лечебных целях. Только в конце XVII в. настойки вышли из категории лекарственных препаратов, превратившись в популярные напитки.

Характеризуя пищевую ценность алкогольных настоек, следует отметить, что основными ингредиентами этой категории продукции являются вода, этиловый спирт и сахар. Энергетическая ценность, определяется содержанием в составе напитка этанола углеводов, а физиологическая — различных БАВ, переходящих в настойку из сырья.

Высокая конкуренция между производителями и лояльность потребителя к новым маркам стимулирует участников алкогольного рынка к постоянному обновлению ассортимента. Это заставляет производителей искать новые, экзотические виды дикорастущего растительного сырья для производства алкогольных бальзамов, сиропов и настоек.

Сегодня актуальны исследования в области совершенствования технологии получения алкогольных настоек, а также расширение их ассортимента за счет переработки нетрадиционного сырья, использования натуральных пищевых добавок, обладающих биологической активностью [1–3].

С учетом вышесказанного сравнительная характеристика ассортимента, качества и безопасности настоек, реализуемых в торговой сети, выбранная в качестве темы работы, является актуальной, что

и обусловило цель исследования. Для достижения цели решались следующие задачи:

- изучить анализ структуры ассортимента настоек, реализуемых в торговой сети Хабаровска;
- провести экспертизу качества сладких настоек, отобранных в розничной торговой сети Хабаровска.

Научная новизна работы заключается в получении новых данных о торговом ассортименте настоек Хабаровска и оценке качества продукции, реализуемой на локальном рынке Хабаровска.

Исследование рынка алкогольных настоек Хабаровска показало, что торговый ассортимент широкий и насчитывает свыше 150 видов наименований различных производителей. При этом наибольшую долю в структуре ассортимента занимают настойки сладкие (51 %) (рис. 1).

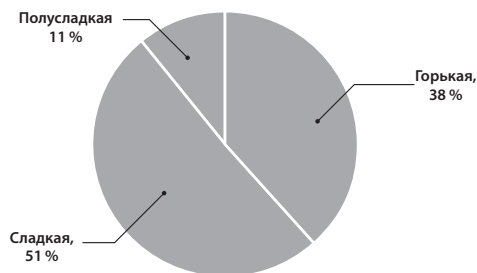


Рис. 1. Структура ассортимента настоек по содержанию сахара

При изучении структуры настоек по торговой марке выявлено (рис. 2), что наибольший процент по производству приходится на местного производителя — ОАО «Уссурийский бальзам» (27 %).

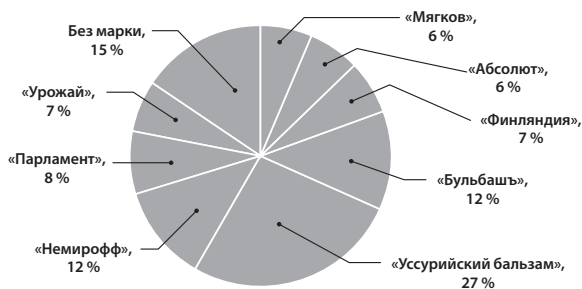


Рис. 2. Структура ассортимента настоек по бренду

Из данных рисунка 3 видно, что наибольшую долю по вкусовым показателям занимают настойки на рябине (13 %), клюкве (12 %), бруснике (12 %), перце (10 %).

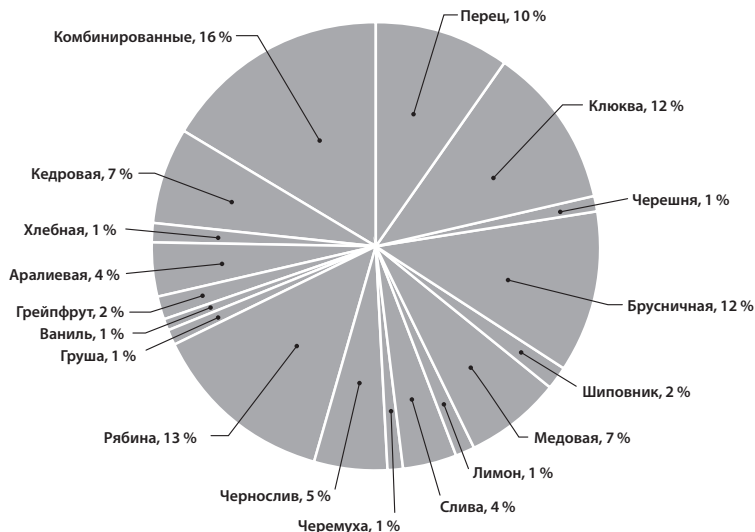


Рис. 3. Встречаемость настоек различного вкуса в торговой сети

Необходимо отметить, что рынок настоек консервативен [4], с минимальным присутствием современных и актуальных для настоек вкусов (лимона, черемухи, черешни, груши, ванили, грейпфрута).

Структура ассортимента Хабаровска по стране происхождения показала, что наибольшую долю рынка настоек занимают российские производители (68,6 %). Причиной наименьшего представления на рынке Швеции и Финляндии может быть высокая стоимость продукта минимального уровня реализации.

В ходе исследования установлено, что наиболее популярной тарой для настоек является стеклянная бутылка (100 %) объемом 0,5 л (71,6 %).

Стоимость настоек варьируется от 100 до 1200 руб. Наиболее широко представлен диапазон от 300 до 900 руб. (51,5 %).

На следующем этапе исследования в розничной торговой сети Хабаровска случайным образом отобрали 8 образцов сладких настоек

и провели их идентификацию по маркировке, дегустацию для определения органолептических показателей, установили объемные доли этилового спирта и массовые доли сахара, кислотность.

Анализ маркировки настоек проводили по ГОСТ 7190–2013 «Изделия ликероводочные. Общие технические условия» и ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Маркировка всех исследуемых образцов настоек по полноте и содержанию соответствовала нормативным требованиям.

Для дегустации в соответствии с межгосударственным стандартом ГОСТ 7190–2013 были привлечены пять экспертов, с описанием методологии органолептического исследования [5]. Исследование органолептических показателей 8 образцов настоек разных производителей, реализуемых в торговой сети Хабаровска, показало, они соответствуют нормативным требованиям, только в двух образцах («Вкус жизни Малиновая» и «Сордис Клюква на коньяке») был обнаружен сильный аромат спирта, вследствие чего данные образцы получили оценку «удовлетворительно» (табл. 1).

Таблица 1

Балльная оценка настоек

Наименование показателя	Исследуемые образцы							
	«Вкус жизни Малиновая»	«Моя сливка»»	«Клюква на коньяке Немирофф»	«Доктор Август»	«Чернослив на коньяке»	«Рябиновая на коньяке»	«Марьяж»	«Сордис Клюква на коньяке»»
Прозрачность и цвет	1,6	1,6	1,9	1,7	1,7	1,8	1,6	1,4
Аромат	3,2	3,6	3,8	3,9	3,7	3,7	3,4	3,0
Вкус	3,1	3,5	3,8	3,8	3,6	3,6	3,3	3,0
Итого	7,9 (удовл.)	8,7 (хор.)	9,5 (отл.)	9,4 (отл.)	9,0 (отл.)	9,1 (отл.)	8,3 (хор.)	7,4 (удовл.)

По физико-химическим показателям все 8 образцов соответствуют требованиям ГОСТ 7190–2013. Содержание спирта в пределах 17,9–25,2 %, сахара — 13,0–18,1 г/дм³, кислотность (0,2–0,5 %), что соответствует информации, заявленной производителем на маркировке (табл. 2).

Таблица 2

**Качество исследуемых образцов настоек
по физико-химическим показателям**

Наименование настойки	Объемная доля этилового спирта, %			Массовая концентрация, г/см ³				
				сахара			кислот в пересчете на лимонную	
	факт.	маркировка	ГОСТ	факт.	маркировка	ГОСТ	факт.	ГОСТ
«Вкус жизни Малиновая»	20,1	20	16–25	13,2	13	8–30	0,4	0–0,9
«Моя сливка»	20,3	20	16–25	14,3	14,6	8–30	0,2	0–0,9
«Клюква на коньяке Немирофф»	21,5	21	16–25	18	18	8–30	0,4	0–0,9
«Доктор Август»	17,9	18	16–25	18,1	18	8–30	0,3	0–0,9
«Чернослив на коньяке»	24	24	16–25	16	16	8–30	0,4	0–0,9
«Рябиновая на коньяке»	24	24	16–25	16	16	8–30	0,3	0–0,9
«Марьяж»	22,2	22	16–25	14,9	15	8–30	0,5	0–0,9
«Сордис Клюква на коньяке»	25,2	25	16–25	13,0	13	8–30	0,4	0–0,9

Таким образом, в результате исследования установлено, что качество сладких настоек, реализуемых в розничной торговой сети Хабаровска, находится на достаточно высоком уровне.

Список литературы

1. Ковалевская А. А. Разработка рецептур сладких настоек на основе кожуры плодов граната / А. А. Ковалевская, А. Н. Дроздов, А. П. Ньюлушанян [и др.] // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. — 2015. — № 11. — С. 207–2016.
2. Черноиванова Е. А. Контроль качества настойки сладкой «Клюква на коньяке» / Е. А. Черноиванова // От синергии знаний к синергии бизнеса: мат. межд. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей. — Омск: ООО «Полиграфический центр КАН», 2015. — С. 117–120.
3. Шароглазова Л. П. Разработка рецептур сладких настоек с экстрактом и соком из плодов морозники / Л. П. Шароглазова, Н. А. Величко // Вестник Красноярского государственного аграрного университета. — 2016. — № 6 (117). — С. 99–104.

4. Бирюкова А. К. Настойки на рынке Хабаровска: качество и безопасность / А. К. Бирюкова, А. В. Алешков // Актуальные исследования студентов и аспирантов в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук: мат. общ. науч. мер. «Студенческая весна — 2014». — Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2014. — Ч. 1. — 200 с.
5. Алешков А. В. Экспертиза товаров растительного происхождения. лаб. практикум. / А. В. Алешков, И. Э. Богрянцева. — Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2015. — 128 с.

УДК 664.143

СЫРЬЕ И ПОЛУФАБРИКАТЫ КАК ФАКТОРЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА САХАРИСТЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

В. И. Бакайтис, д-р техн. наук, профессор

А. Н. Табаторович, канд. техн. наук

Е. Н. Степанова, канд. техн. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлен обзор сырья и полуфабрикатов, применяемых в рецептурах некоторых видов сахаристых кондитерских изделий: мармелада, пастильных изделий, безе. Приводятся особенности подготовки и требования к качеству сырья и полуфабрикатов на основе действующих стандартов.

Ключевые слова: сырье, полуфабрикаты, сахаристые кондитерские изделия.

Новизной аналитического обзора следует считать представление данных о качестве сырья и полуфабрикатов современного производства сахаристых изделий, прежде всего сахара белого, яичного белка, пюре-полуфабрикатов и подварок, с учетом обновленной нормативной базы.

В учебниках по товароведению и экспертизе кондитерских товаров А. В. Рыжаковой, И. П. Чепурного, изданных до 2015 г. [1; 2], приводятся данные по сырью сахаристых изделий, классификации и требования к качеству, с необходимостью корректировки, в связи с введением новых стандартов.

Сырье является важнейшим фактором, обеспечивающим качество кондитерских изделий. Принято говорить об основном

и дополнительном (вспомогательном) сырье, однако разделение достаточно условно.

Для всех видов сахаристых кондитерских изделий, за исключением изделий диабетического назначения, основным видом сырья служит сахар (сахароза). Согласно ГОСТ Р 53 041, доля сахара в рецептурах сахаристых изделий должна быть не менее 20 % [3]. На практике отдельные наименования сахаристых восточных сладостей, пастильных изделий, конфет, мармелада содержат сахара до 60–70 %. Сырье и полуфабрикаты некоторых видов сахаристых кондитерских изделий указаны в табл.

Таблица

Использование сырья и полуфабрикатов в технологии некоторых видов сахаристых кондитерских изделий

Сырье и полуфабрикаты	Мармелад			Пастильные изделия		Безе
	желейный	желейно-фруктовый (желейно-овощной)	фруктовый (овощной)	пастила	зефир	
Сахар	+	+	+	+	+	+
Патока	+	±	±	+	+	
Яичный Белок	+ (слой в резаном мармеладе «Улиточка», «Трехслойный», «Дольки»)		–	+	+	+
Яблочное пюре	–	+ (не менее 15 % по рецептуре)	+ (не менее 30 % по рецептуре)	+ (не менее 20 %)	+ (не менее 11 %)	–
Овощное и/ или фруктовое пюре (кроме яблочного)	–	+ (не менее 15 % по рецептуре)	+ (не менее 30 % по рецептуре)	± (не менее 20 % по рецептуре)	± (не менее 11 % по рецептуре)	–
Фруктовая и/или овощная подварка	+	+ (не менее 15 % по рецептуре)	+ (не менее 30 % по рецептуре)	–	–	–
Студнеобразователи (агар или пектин)	+	+	±	+	+	±
Какао-продукты	Для глазированных изделий в составе глазури: какао-порошок, какао тертое, масло какао и его эквиваленты, заменители					–

Сахар служит наполнителем, обеспечивая необходимую по рецептуре массу изделий. Для использования в технологии кондитерских изделий выпускаются следующие виды сахара: сахар белый (ГОСТ 33222–2015), сахар жидкий (ГОСТ 31896–2012). Ранее применявшийся термин «сахар-песок» в действующих стандартах не предусмотрен.

Наибольшее значение в кондитерском производстве имеет белый кристаллический сахар, подразделяющийся на мелко- и крупнокристаллический с размерами отдельных кристаллов не более 0,5 и свыше 2,0 мм соответственно. В зависимости от *массовой доли сахарозы* и *значения цветности* выделяют 4 категории белого сахара: экстра белый сахар (категория экстра), белый сахар (категории ТС₁ и ТС₂) и фабричный белый сахар (категория ТС₃). Сахар белый кристаллический представляет собой однородную сыпучую кристаллическую массу, для сахара категорий ТС₂ и ТС₃ допускаются комки, разваливающиеся при легком нажатии; вкус сладкий, без посторонних привкусов и запахов; должна быть обеспечена полная растворимость в воде и прозрачность раствора, нерастворимый осадок, механические и другие примеси не допускаются. Для сахара категорий ТС₂ и ТС₃ допускается опалесценция; цвет — белый чистый, для сахара категории ТС₃ допускается желтоватый оттенок [4].

При подготовке осуществляется просеивание сахара через сита и/ или магнитные уловители; в случае применения сахара в технологии сиропов сита должны иметь диаметр отверстий, не превышающий 5 мм, при использовании в сухом виде — 3 мм.

Сахарная пудра предпочтительна в технологии пастильных изделий, безе. Промышленно выпускаемая сахарная пудра должна иметь размер частиц белого сахара не более 0,2 мм.

Сырьем кондитерского производства может служить жидкий сахар, сахар белый кристаллический и кусковой. Преимущество жидкого сахара состоит в исключении энергоемкой стадии изготовления сахарных сиропов, а к существенному недостатку можно отнести наличие воды, которую в процессе производства необходимо выпаривать.

Жидкий сахар должен содержать не менее 64 % сухих веществ. Жидкий сахар, производимый по ГОСТ 31896, подразделяется

на 2 категории: экстра и первая. Различия основаны прежде всего на цветности и массовой доле сахарозы в пересчете на сухое вещество.

Патока крахмальная (ГОСТ Р 52060) — прозрачная, бесцветная, иногда желтоватая, вязкая жидкость, без постороннего запаха и вкуса. Исходным сырьем для патоки служит картофельный или кукурузный крахмал. Патока является продуктом неполного гидролиза крахмала (кислотного, ферментативного или кислотно-ферментативного).

Гидрофильные свойства патоке придают редуцирующие сахара (глюкоза и мальтоза), благодаря этому готовые изделия защищены при хранении от высыхания.

В сахаристых изделиях патока является наполнителем, загустителем и уменьшает приторно-сладкий вкус сахара. В зависимости от вида изделий массовая доля патоки может составлять 20–30 %. Патока в сахаристых изделиях препятствует засахариванию, увеличивает вязкость изделий благодаря мальтодекстринам [5].

В изделиях с высоким содержанием пектинов дозировку патоки снижают, т. к. пектины хорошие загустители, а избыточное количество патоки приводит к затяжистой консистенции.

Для мармелада, пастилы, желейных и фруктово-желейных конфет целесообразнее применять *высокоосахаренную патоку*, в составе которой 40–50 % глюкозы при общем содержании редуцирующих веществ 44–60 %. Для уменьшения десорбции влаги рекомендуется вводить в рецептуры добавку: натриевую соль карбоксиметилцеллюлозы (Е 466), относящуюся к влагоудерживающим веществам. Ее применение также сделает консистенцию желейных изделий более нежной [6].

Большинство видов кондитерских изделий желейной консистенции производят на основе таких *студнеобразователей*, как *агар* и *пектин*. Агароид (черноморский агар) и фуцелларан (эстагар) имеют меньшее распространение. Мармелад желейный и желейные конфеты на желатине производятся редко из-за нежной консистенции и необходимости применять охлаждение при хранении.

Агар (Е 406) — гетерополисахарид, являющийся производным полигалактуроновой кислоты, его получают из красных водорослей родов *Ahnfeltia*, *Gelidium* и *Gracilaria*, произрастающих в Тихом

и Атлантическом океанах. На российском рынке в основном присутствует агар производства Чили, КНР, Италии, Испании; по внешнему виду — порошок аморфной структуры светло-кремового оттенка. *Прочность студня* считается основным технологическим показателем агара. Для агаров зарубежного производства этот показатель определяется по Никану (метод *Nikkan Kobe*), выражается в г/см² и указывается цифрой рядом с названием (агар-700, 800, 900, 1000). Преимуществом такого агара является отсутствие остаточных красящих и ароматических веществ, из-за чего утрачивается необходимость длительного замачивания и промывания агара. Наибольшее распространение получил агар-900, который соответствует прочности студня по методике Валента 2600 кПа (0,85 %-ный раствор при содержании сахара 70 %) [7].

Специалисты рекомендуют перед использованием замочить агар в воде температурой около +20 °С всего на 30–40 мин. в соотношении 1:7–10 после кратковременного набухания агар вводится в кипящую воду. После кипячения (1,5–2 мин.) образуется раствор, в котором оказывается растворенным до 99 % агара. Только после этого в емкость для варки добавляют сахар по рецептуре [8].

Согласно ГОСТ 16280–2002, агары российского производства по качеству подразделяются на 3 сорта. Основными критериями разделения являются цвет порошка, крупки, пластинок или чешуек агара, зависящий от степени очистки, массовая доля золы, а также прочность геля с массовой долей сухого агара 0,85 % и 70 % сахара. Главным недостатком такого агара является длительная подготовка (продолжительное промывание и замачивание) [7].

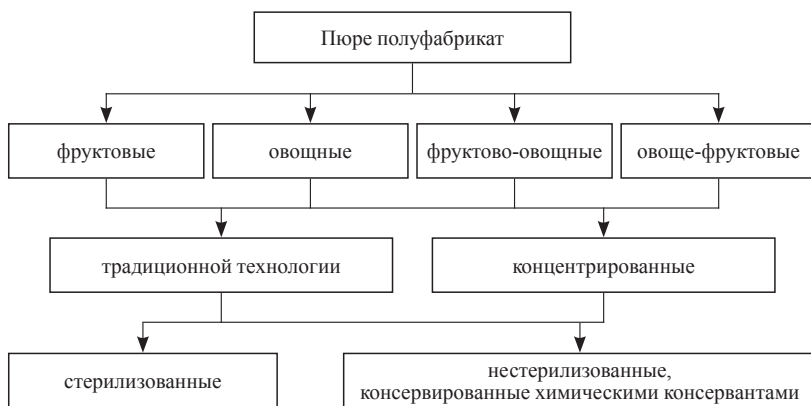
При использовании *пектина* прочная желеобразная структура изделий создается только при условии определенного соотношения сахара, пектина и кислот (примерно 65:1:1), а также значений активной кислотности (рН около 3,0). Для этого применяются высокометоксилированные цитрусовые или яблочные пектины (степень этерификации 50 % и более), например, «HSA 105» и «*Europectin 4410*» соответственно. Проблемой использования пектинов является высокая скорость студнеобразования (≈ 7 –8 мин), которая осуществляется при температуре около 80 °С. Поэтому следует применять пектины медленной и средней садки (степень этерификации от 56 до 64 %)

и с добавлением солей-модификаторов (лактаты и цитраты натрия или калия), снижающие температуру студнеобразования [9].

Обязательным компонентом пастильных изделий является *яблочное пюре*. В стандарте ГОСТ 6441–2014 приводится только минимальная граница массовой доли фруктового сырья: 11 % (для зефира) и 20 % (для пастилы) [10]. Однако, учитывая химико-технологические особенности, в производстве традиционно применяется именно яблочное пюре, которое для ускорения сушки готовых изделий предварительно концентрируется (уплотняется) до содержания сухих веществ 15–16 % [11].

Классификация пюре-полуфабрикатов кондитерского производства приведена на рисунке.

Классификация пюре-полуфабрикатов кондитерского производства



Стерилизованные пюре (ГОСТ 32742) более стойки в хранении, применяются в детском питании, однако при длительной тепловой обработке теряют большую часть ценных микронутриентов (витамины, каротиноиды, антоцианы и др.), их цвет приобретает коричневатый оттенок и привкус карамелизации из-за продуктов реакции Майяра.

Фруктовые пюре-полуфабрикаты могут производиться нестерилизованными, с добавлением химических консервантов

(ГОСТ 32684–2014) [12]. Наиболее безопасным для организма консервантом является сорбат калия (Е 202), обладающий выраженной фунгицидной и фунгистатической активностью [7].

Согласно ГОСТ 32684, пюре-полуфабрикаты должны представлять равномерно протертую массу без частиц кожицы, грубых волокон, не иметь посторонних включений. Единичные семена допускаются в пюре черничном, брусничном, черноплодно-рябиновом, малиновом, клюквенном, ежевичном и некоторых других. В пюре доля сухих растворимых веществ, в зависимости от вида фруктов, должна составлять не менее 7–12 %, доля консервантов сорбиновой кислоты и ее солей, бензойной кислоты и ее солей не более 0,1 % (1 г/кг). Желирующая способность контролируется только для черносмординового и айвового пюре, абрикосовое пюре должно давать удовлетворительную пробу на пат [12].

Фруктовые и овощные *подварки* (ГОСТ 32741–2014) нашли широкое применение в технологии жележного мармелада, корпусов конфет и начинок карамели. Их производят увариванием пюре с сахаром до густой консистенции в соотношении 1:1–2, в зависимости от кислотности пюре. Стандартом нормируется в подварках массовая доля: титруемых кислот (0,7–2,5 %), растворимых сухих веществ (не менее 60 %), сорбиновой кислоты (не более 1 %) при использовании минеральных примесей (не более 0,03 %), посторонние примеси не допускаются [13].

В производстве сахаристых кондитерских изделий редко используют свежие яйца, предпочтение отдается *сухому яичному белку* (ГОСТ 30363) и яичному белку с внесением различных пищевых добавок (ГОСТ 31464).

По внешнему виду сухой яичный белок — порошок или гранулы, легко разрушаемые при надавливании, цвет — от белого до желтоватого. Массовая доля сухого вещества (% , не менее) — 92,0; белков в пересчете на сухое вещество — 85,0; растворимость в воде не менее 90 %. Белок растворяют в воде при гидромодуле 1:7–9 [14]. При расчете рецептур важно учитывать, что 1 кг сухого яичного белка примерно соответствует 316 белкам свежих яиц. Часто применяют сухой белок повышенной взбиваемости с пенообразующей способностью свыше 140 % [15].

Таким образом, новые требования к сырью и полуфабрикатам сахаристых кондитерских изделий являются важнейшими факторами, обеспечивающими их качество.

Список литературы

1. Рыжакова А. В. Товароведение и экспертиза кондитерских товаров: учеб. для студ. высш. учеб. заведений / А. В. Рыжакова. — М.: Академия, 2005. — 224 с.
2. Чепурной И. П. Товароведение и экспертиза кондитерских товаров: учебник. — 2-е изд. / И. П. Чепурной. — М.: Дашков и К^о, 2005. — 416 с.
3. ГОСТ Р 53041–2008. Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения (Введ. 2010-01-01). — М.: Стандартинформ, 2009. — 16 с.
4. ГОСТ 33322–2015. Сахар белый. Технические условия (Введ. 2016-07-01). — М.: Стандартинформ, 2015. — 20 с.
5. Табаторович А. Н. Товароведение и экспертиза однородных групп продовольственных товаров (Кондитерские изделия): учеб. пособие / А. Н. Табаторович, Е. Н. Степанова, В. И. Бакайтис. — Новосибирск: СибУПК, 2018. — 244 с.
6. Табаторович А. Н. Проблемы формирования и сохранения качества желеино-мармелада / А. Н. Табаторович // Сибирский торгово-экономический журнал. — 2012. — № 15. — С. 116–120.
7. Сарафанова Л. А. Применение пищевых добавок в кондитерской промышленности / Л. А. Сарафанова. — СПб.: Профессия, 2005. — 304 с.
8. Скачевская Е. Н. Влияние свойств агара на качество кондитерских изделий / Е. Н. Скачевская // Кондитерское и хлебопекарное производство. — 2008. — № 6. — С. 8.
9. Донченко Л. В. Пектин: основные свойства, производство и применение / Л. В. Донченко, Г. Г. Фирсов. — М.: ДеЛипринт, 2007. — 276 с.
10. ГОСТ 6441–2014. Изделия кондитерские пастильные. Общие технические условия (Введ. 2016-01-01). — М.: Стандартинформ, 2015. — 11 с.
11. Драгилев А. И. Технология кондитерских изделий / А. И. Драгилев, И. С. Лурье. — М.: ДеЛи принт, 2001. — 484 с.
12. ГОСТ 32684–2014. Полуфабрикаты. Пюре фруктовые, консервированные химическими консервантами. Технические условия (Введ. 2016-01-01). — М.: Стандартинформ, 2014. — 10 с.
13. ГОСТ 32741–2014. Полуфабрикаты. Начинки и подварки фруктовые и овощные. Общие технические условия. — М.: Стандартинформ, 2014. — 6 с.
14. ГОСТ 30363–2013. Продукты яичные жидкие и сухие. Технические условия (Введ. 2014-07-01). — М.: Стандартинформ, 2015. — 18 с.
15. Горячева Г. Н. Особенности использования сухого яичного белка в кондитерских изделиях / Г. Н. Горячева, О. М. Марданян // Кондитерское производство. — 2007. — № 2. — С. 16–17.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МУЖСКОЙ КОЖАНОЙ ОБУВИ

Е. В. Баранская, студентка

М. В. Севостьянова, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлены результаты оценки качества мужской кожаной обуви разных производителей, реализуемой в торговой розничной сети Новосибирска. Оценка качественных характеристик осуществлялась согласно требованиям действующей нормативной документации.

Ключевые слова: оценка качества, кожаная обувь.

Имидж современного делового мужчины складывается из многих факторов, один из которых — правильно подобранная, качественная и красивая обувь. Обувь занимает одно из главных мест в гардеробе, т. к. является предметом первой необходимости, ведь основная функция любого вида обуви — защита стопы от неблагоприятных воздействий внешней среды — холода, влаги, пыли, грязи, механических повреждений, но в то же время она — элемент стиля.

На сегодняшний день российские производители не в состоянии самостоятельно обеспечить население модной и качественной обувью, а потому на рынке России представлена в большинстве своем обувь зарубежного производства. Кроме того, у потребителей сложилось мнение, что отечественная обувь не конкурентоспособна, поэтому многие предпочитают выбирать обувь, изготовленную в других странах. Но, несмотря на это, можно отметить и положительную динамику, т. к. сегодня идет процесс создания новых обувных производств и становление розничных сетей. Так, сейчас в России есть несколько крупных и успешных компаний по производству обуви: *Ralf Ringer*, ТОФА, «Юничел», «Вестфалика» и другие, обувь которых вышла на совершенно иной уровень и по эстетическим параметрам, и по качеству.

Современным торговым организациям необходимо не только обеспечить полноту ассортимента кожаной обуви, но и уделять особое внимание вопросам качества и внешней отделки моделей. Все это

требует грамотно организованной экспертизы качества обуви с применением разных методов оценки.

Вопросами производства, оценки качества и другими факторами, обеспечивающими удовлетворенность потребителей в отношении мужской обуви, занимаются многие ученые, однако в недостаточной мере проводятся исследования реализуемой в торговой розничной сети продукции [1–4]. На основании вышесказанного, исследования, представленные в статье, являются актуальными.

Цель работы — провести оценку качества полуботинок мужских, реализуемых в торговой розничной сети Новосибирска.

Для проведения исследований выбраны 5 образцов полуботинок мужских разных производителей (Россия, Республика Беларусь, Германия, Индия).

Первый этап оценки качества — проверка маркировки обуви на соответствие требованиям ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности». Оценка маркировочных данных является важным начальным этапом экспертизы, т. к. это важный элемент идентификации товара как для торговой организации, так и для потребителя, тем более что одним из этапов развития легкой промышленности на 2018 г. названы новые условия маркирования обувных товаров, (как это сделано в России с меховыми изделиями с 2016 г.).

Оценка маркировки позволила заключить, что на всех изделиях производители не указали дату производства, а у образцов производства Индии не указан и юридический адрес уполномоченного лица, которое представляет интересы производителя на территории РФ. Если отсутствие даты производства не критично, то отсутствие юридического адреса затруднит оперативное разрешение конфликтных ситуаций с производителем.

Вторым этапом оценки качества было определение линейных размеров обуви и сопоставление полученных результатов с данными нормами ГОСТ Р 54592–2011 «Обувь. Методы определения линейных размеров». Для определения соответствия размеров использовалм справочную таблицу соответствия размеров метрической и штихмассовой систем. В соответствии с данными маркировки, указанной производителями, образцы соответствуют 40/25,5; 41/ 26,5; 43/27,5; 44/28,5.

Линейные измерения размера стопы и длина стельки проводились в соответствии с требованиями ГОСТ Р 54592–2011. Результаты линейных измерений представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты линейных измерений образцов обуви

Размер обуви	Длина стельки по ГОСТ Р 54592–2011	Фактические измерения образцов	Отклонения (+, –0,5)
40	26,3	26,4	В пределах нормы
41	27,6	27,7	В пределах нормы
43	28,7	28,7	Отсутствуют
44	29,5	29,5	Отсутствуют
44	29,5	29,5	Отсутствуют

Как видно из табл. 1, все оцениваемые образцы соответствуют требованиям ГОСТ Р 54592–2011 по показателю «длина стельки». Отклонения, обнаруженные в образцах 1 и 2, в пределах допустимых.

Далее были измерены высота обуви и высота жесткого задника, эти показатели должны соответствовать требованиям ГОСТ Р 54592–2011 и могут изменяться только в исключительных случаях по согласованию с производителем. Результаты измерений представлены в табл. 2.

Таблица 2

Результаты измерения высоты обуви

Объект	Высота обуви, мм	Высота жесткого задника, мм
Требования ГОСТ 26167–2005 «Обувь повседневная. Общие технические условия»	Не менее 65	Не более 58
Образец 1	65	55
Образец 2	68	53
Образец 3	66	57
Образец 4	65	55
Образец 5	65	55

Все образцы мужской обуви полностью соответствуют требованиям нормативной документации.

Далее исследовали массу обуви. Определение массы образцов мужской кожаной обуви производили в соответствии с ГОСТ 28735–2005 «Обувь. Метод определения массы». На сегодняшний день этот показатель не нормируется, но важен для потребителей, т. к. обувь с чрезмерной массой предполагает затраты больших усилий при эксплуатации, что существенно скажется на эргономических удобствах. Результаты определения массы образцов представлены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты определения массы образцов мужской кожаной обуви

Образец	Масса фактическая, г	Масса по ГОСТ 28735, г
1	320	Не более 340
2	335	
3	330	
4	340	
5	340	

В результате исследования определено, что все образцы соответствуют требованиям ГОСТ 28735 по массе.

Следующим этапом оценки качества было определение вида применяемых материалов. Все производители указали в маркировке, что верх заготовки изготовлен из натуральной кожи, а материалами подошв являются резины и натуральная кожа. При оценке была проведена идентификация материалов, с учетом знаний товароведных характеристик и рисунка мери для натуральных кож, а также знаний особенностей строения подошвенных материалов. Результаты идентификации представлены в таблице 4.

Таблица 4

Идентификация применяемых материалов

Образец	Фактический материал верха	Вид материала, указанный в маркировке	Фактический материал подошвы	Вид материала подошвы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	КРС (выросток)	Натуральная кожа	Резина монолитной структуры	Резина

Окончание табл. 4

1	2	3	4	5
2	Шевро	Натуральная кожа	Натуральная кожа (бычина)	Кожа натуральная
3	КРС (выросток)	Натуральная кожа	Резина монолитной структуры	Резина
4	КРС (выросток)	Натуральная кожа	Резина монолитной структуры	Резина
5	КРС (выросток)	Натуральная кожа	Резина монолитной структуры	Резина

Все образцы выполнены из материалов, заявленных производителями. В соответствии с техническим регламентом в настоящее время производитель может указывать вид применяемых материалов либо словесно, либо с помощью специальных информационных знаков, что было продемонстрировано производителем 4 и 5 образцов.

Проведенные исследования качества образцов мужской кожаной обуви не выявили каких-либо внешних, видимых дефектов, что говорит о применении производителями качественных сырьевых материалов и о соблюдении всех норм технологического процесса производства. Линейные размеры обуви соответствуют заявленным производителями, а масса образцов не превышает норм, указанных ГОСТ, что делает обувь удобной для потребителей.

Список литературы

1. Головатая Р. А. Анализ предпочтений потребителей при выборе мужской обуви / Р. А. Головатая, Е. С. Рыкова, А. А. Фокина [и др.] // 21 век: фундаментальная наука и технологии: мат. IX межд. науч.-практ. конф. НИЦ. «Академический». — North Charleston, USA: CreateSpace, 2016. — С. 124–126.
2. Готина А. А. О безопасности производства обуви / А. А. Готина, А. В. Пузырева, В. С. Бельшева // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее: сб. ст. XIII Межд. науч.-практ. конф. — Пенза: Наука и просвещение (ИП Гуляев Г. Ю.), 2017. — С. 67–69.
3. Филиппова Э. А. Исследование потребительских свойств и показателей качества мужской обуви / Э. А. Филиппова // Национальные традиции в развитии торговли, экономики и культуры: мат. 11-й межвуз. студ. науч.-практ. конф. — Уфа: Уфимский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. — 2014. — С. 81–85.
4. 4. Фокина А. А. Особенности формирования модного ассортимента мужской обуви / А. А. Фокина, Е. С. Рыкова // Дизайн и технологии. — 2016. — № 55 (97). — С. 53–56.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА БУМАГИ ТУАЛЕТНОЙ

А. В. Богатырев, канд. техн. наук, доцент

А. В. Старцева, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлены результаты оценки качества и исследования ассортимента туалетной бумаги. Проведена оценка физико-химических показателей качества туалетной бумаги. Разработаны рекомендации по совершенствованию ассортимента туалетной бумаги.

Ключевые слова: туалетная бумага, анализ структуры ассортимента, оценка качества.

В данной статье представлены результаты анализа ассортимента и оценки качества бумаги туалетной, изготовленной в соответствии с ГОСТ Р 52354–2005 «Изделия из бумаги бытового и санитарно-гигиенического назначения. Общие технические условия». Проблемы анализа ассортимента и оценки качества непродовольственных товаров рассматривались в работах М. В. Севостьяновой, Г. Е. Дмитриевой и др. Однако результаты подобных исследований на базе данного объекта и указанного розничного предприятия в общедоступных источниках не встречались.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что туалетная бумага является предметом первой необходимости для человека. Из данной группы изделий санитарно-гигиенического назначения только, пожалуй, туалетная бумага используется потребителями ежедневно. Без туалетной бумаги сейчас не может обойтись ни один цивилизованный человек [1–2].

В предложенной работе представлены результаты оценки показателей качества и анализа ассортимента туалетной бумаги на материалах магазина «Теремок» (Каргат). Классификационными признаками для проведения анализа структуры ассортимента были выбраны назначение товара, торговая марка и стоимость.

Структура ассортимента магазина «Теремок» по назначению на момент исследования представлена на рис. 1.

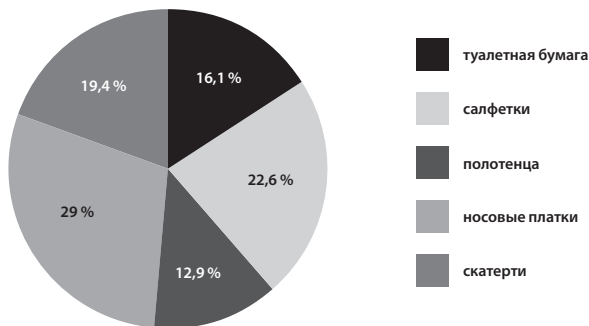


Рис. 1. Структура торгового ассортимента по назначению

Ассортимент магазина «Теремок» представлен 5 подгруппами товаров санитарно-гигиенического назначения.

Анализ ассортимента санитарно-гигиенических изделий по назначению показывает, что наибольшие объемы реализации характерны для носовых платков (29 %). Доля туалетной бумаги 19,4 %. Наименьший удельный вес приходится на полотенца — 12,9 %.

Ассортимент изделий из бумаги бытового и санитарно-гигиенического назначения представлен в магазине широко, присутствуют все подгруппы данных изделий, что положительно влияет на выбор покупателей.

На рис. 2 дана представлена структура ассортимента туалетной бумаги по маркам.

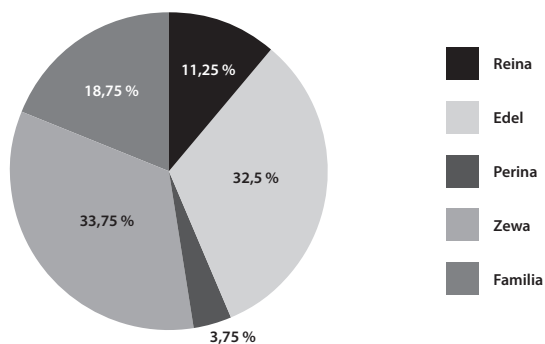


Рис. 2. Структура ассортимента туалетной бумаги по маркам

Наибольший удельный вес в реализации туалетной бумаги занимает марка *Zewa* — 33,75 %. Доля реализации марки *Edel* 32,5 %, *Familia* — 18,75 %, *Reina* — 26 %. Самый малый удельный вес занимает бумага марки *Perina* — 3,75 %.

Данные о структуре ассортимента туалетной бумаги по стоимости представлены на рис. 3.

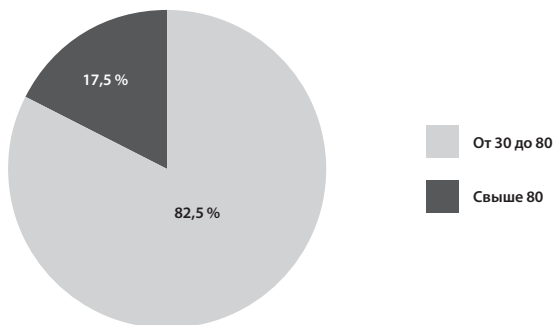


Рис. 3. Структура ассортимента туалетной бумаги по стоимости

Меньшую долю туалетной бумаги составляет бумага стоимостью свыше 80 руб. (17,5 %), т. к. она считается бумагой премиум-класса и спрос на нее невелик. Значительно больший объем туалетной бумаги предлагается стоимостью менее 80 руб. — 82,5 %, что объясняется разнообразием ассортимента товаров в этом ценовом сегменте.

Анализ ассортимента туалетной бумаги в магазине «Теремок» показал, что структура реализации данного товара соответствует современным тенденциям развития рынка. Поэтому в процессе принятия коммерческого решения о структуре закупок предприятию необходимо учитывать выявленную в данных исследованиях структуру реализации.

Для проведения экспертизы качества туалетной бумаги, реализуемой в магазине «Теремок», были отобраны пять представленных в продаже образцов марок *Reina*, *Zewa*, *Edel*, *Perina*, *Familia*. В соответствии с ГОСТ Р 52354–2005 оценены следующие показатели качества: капиллярные свойства и поверхностная впитываемость. Кроме того, для расчета данных показателей определялись средний диаметр капилляра и толщина листа сухой бумаги [3].

Полученные данные сведены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты анализа показателей качества туалетной бумаги

Наименование показателя	Нормативные требования	Наименование образца				
		<i>Reina</i>	<i>Edel</i>	<i>Perina</i>	<i>Zewa</i>	<i>Familia</i>
Расчетный средний диаметр капилляра, мм	–	0,71	0,62	0,27	0,41	0,50
Высота подъема жидкости в капилляре, h, не менее, мм	22	60	40	93	35	50
Толщина листа сухой бумаги, мм	–	0,188	0,119	0,153	0,094	0,113
Поверхностная впитываемость, не более, 0,1 мл воды, с	5	1	1	2	1	1

Рассчитав диаметр капилляров, можно сделать вывод о впитывающих свойствах туалетной бумаги. Лучшими впитывающими свойствами обладает туалетная бумага *Perina*. Остальные образцы по впитывающим свойствам примерно одинаковы.

По показателю поверхностной впитываемости все образцы соответствуют требованиям ГОСТ.

Для использования по функциональному назначению, предпочтительнее двухслойные *Perina*, *Familia* и *Reina*.

Проведенные исследования позволяют рекомендации по совершенствованию ассортимента изделий из бумаги бытового и санитарно-гигиенического назначения, реализуемых в магазине «Теремок»: расширение за счет недорогой однослойной туалетной бумаги. Качество товаров вполне соответствует нормативным требованиям, однако контроль над ним ослаблять не следует.

Список литературы

1. Корнева А. В. Рынок изделий из бумаги бытового назначения / А. В. Корнева // Потребитель. — 2017. — № 12.
2. Агафонова М. Н. Оптовая и розничная торговля. — М.: Бератор—Пресс, 2015.
3. ГОСТ Р 52354–2005. Изделия из бумаги бытового и санитарно-гигиенического назначения. Общие технические условия.

ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ИНФОРМАЦИИ ПРОДУКЦИИ «АДЖИКА»

О. В. Голуб, д-р техн. наук, профессор

Т. А. Шабанова, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлены исследования качества потребительской информации продукции аджика» на соответствие требованиям отечественной нормативной документации.

Ключевые слова: аджика, потребительская информация, маркировка, декларация о соответствии.

Исследование выполнено при финансовой поддержке студенческого гранта СибУПК имени профессора Н.А. Орешкова

В данной статье представлены новые сведения о качестве потребительской информации аджики, реализуемой в розничной торговой сети Новосибирска. В последние годы исследования качества потребительской информации товаров проводили многие специалисты, например, И. Ю. Резниченко, О. Б. Дронова, Н. И. Давыденко, А. В. Габинский, О. Ю. Тихонова и др. [1–4]. Однако сведений о проведении исследований в вышеуказанной области в отношении аджики в доступных источниках не выявлено.

В настоящее время товарная информация, по мнению М. А. Николаевой и Л. В. Карташовой, представляет собой «... сведения об основополагающих характеристиках товара, предназначенные для пользователей — субъектов коммерческой деятельности...» и делится в зависимости от назначения на определенные виды (рис. 1) [5].

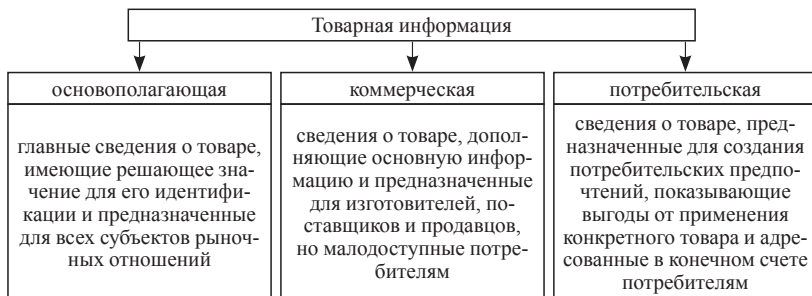


Рис. 1. Виды товарной информации по назначению

Требования к излагаемой товарной информации, реализуемой на территории нашей страны продукции, определены нормативной документацией разного уровня: законом РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», техническими регламентами на продукцию, условиями договоров и пр.

Цель работы — исследование качества потребительской информации аджика, реализуемой в розничной торговой сети Новосибирска, на соответствие требованиям отечественной нормативной документации.

Объект исследований — аджика; предмет — потребительская информация, представленная на этикетках, банках и крышках; материалы исследований — носители потребительской информации, а именно этикетки продукции различных производителей: ООО «Астраханский консервный комбинат» торговой марки «Грядка удачи», ООО Компании «ВИТЭКС» торговой марки «Каждый День», ООО «Лыткаринский пищевой комбинат» торговой марки «Дядя Ваня», ООО «Русские продукты» торговой марки «Метелев», ООО «Томская производственная компания «САВА» торговой марки «САВА». Методы исследования — теоретические (анализ, сравнение, синтез, обобщение, систематизация).

Исследования сведений основополагающей информации (вид и наименование товара, масса нетто, дата выпуска, срок годности, наименование предприятия-изготовителя) показали их соответствие требованиям пп. 4.3.1, 4.3.5, 4.4, 4.6, 4.7, 4.8 ТР ТС 022/2011. Информация о документе, на основании которого изготовлена и может быть идентифицирована продукция, указана в соответствующих декларациях о соответствии, что не нарушает требований п. 3 ст. 10 закона «О защите прав потребителей».

Коммерческая информация исследуемых образцов представлена в виде информационных знаков — штриховых кодов; знака «Выкидывать в мусорное ведро» (у продукции торговых марок «Грядка удачи» и «Каждый День»); обязательных для упаковки — петли Мебиуса, с указанием в цифровом и словесном виде информации о материалах, из которых она изготовлена, и «Бокал-вилка».

Исследования потребительской информации аджики показали следующее.

1. Информация о составе продукции указана полная, что соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 (п. 4.1 и 4.4). Однако хотелось бы отметить, что у образца продукции торговой марки:

— «Грядка удачи» в составе указано 11 ингредиентов. В основном перец сладкий, томаты, морковь, томатная паста, чеснок, перец красный стручковый, что позволило отнести данный продукт к продуктам переработки овощей. При этом в составе имеется регулятор кислотности — лимонная кислота, без указания индекса данной пищевой добавки;

— «Каждый День» в составе 19 ингредиентов. Продукт изготовлен из томатной пасты и сушеных овощей (томатные хлопья, чеснок гранулы, паприка красная, перец чили дробленый), с добавлением кориандра молотого и сушеной зелени (укроп, базилик, майоран, петрушка), что позволяет отнести данный продукт к продуктам переработки овощей. В составе указана пищевая добавка-загуститель Е 1422, но нет «расшифровки», что это модифицированный крахмал; регулятор кислотности — кислота лимонная пищевая и консерванты — бензоат натрия, сорбат калия, при этом у данных пищевых добавок отсутствует указание индексов;

— «Дядя Ваня» в составе указано 14 ингредиентов, в основном перец красный сладкий, кориандр, чеснок, базилик, укроп, пажитник греческий и чабер. Указан регулятор кислотности — лимонная кислота, без индекса; консерванты (сорбат калия и бензоат натрия), у которых отсутствуют индексы, как и в случае с продуктом торговой марки «Каждый День»;

— «Метелев» — наиболее лаконичная информация о составе (9 ингредиентов). Относим данный продукт к продуктам переработки овощей, т. к. в составе указаны томатная паста, сладкий перец, чеснок и морковь. Регулятором кислотности выступает лимонная кислота, без указания индекса. В составе указана артезианская вода;

— САВА производитель в составе указал 11 ингредиентов, при этом имеющая, на наш взгляд, недостатки. Продукт в основном состоит из томатной пасты и специй (кориандр, чеснок, перец молотый чили, хмели-сунели). Относится данный продукт к продуктам

переработки овощей, т. к. на первом месте в составе указана томатная паста. После томатной пасты в составе указана вода специально очищенная. Загуститель — крахмал модифицированный, уксусная кислота, консерванты — бензоат натрия и сорбат калия указаны без индексов.

2. Согласно требованиям п. 4.9.1 ТР ТС 022/2011, «...пищевая ценность пищевой продукции, указываемая в ее маркировке, включает следующие показатели: энергетическую ценность (калорийность); количество белков, жиров, углеводов; количество витаминов и минеральных веществ...». Выяснено, что указанная информация о пищевой ценности в маркировочной информации исследуемых образцов продукции, полностью соответствует требованиям, регламентируемым в ТР ТС 022/2011. Пищевая ценность продукции приведена в расчете на 100 г, что соответствует требованиям п. 4.9.3 ТР ТС 022/2011. Энергетическая ценность (калорийность) продукции указана в джоулях и калориях, что соответствует требованиям п. 4.9.4 ТР ТС 022/2011. Количество пищевых веществ, в т. ч. белков, жиров, углеводов, в продукции указано в граммах, что соответствует требованиям п. 4.9.5 ТР ТС 022/2011.

3. Согласно требованиям п. 4.10 ТР ТС 022/2011, одним из отличительных признаков пищевой продукции является информация о присутствии или отсутствии компонентов, полученных из ГМО (или) с использованием ГМО. При этом, согласно требованиям п. 4.11.1 ТР ТС 022/2011, «...в случае, если изготовитель при производстве пищевой продукции не использовал генно-модифицированные организмы, содержание в пищевой продукции 0,9 % и менее ГМО является случайной или технически неустранимой примесью, такая пищевая продукция не относится к пищевой продукции, содержащей ГМО. При маркировке такой пищевой продукции сведения о наличии ГМО не указывается...». Установлено, что в маркировке исследуемой продукции информация о наличии в ней компонентов, полученных с применением ГМО отсутствует, что соответствует требованиям ТР ТС 022/2011, а, следовательно, при изготовлении данного образца продукции либо не использовались компоненты, полученные с применением ГМО, либо присутствуют, но в количестве менее 0,9 %, либо изготавливались с использованием

технологических вспомогательных средств, изготовленных из или с использованием ГМО, указание о которых, как следует из требований п. 4.11.3 ТР ТС 022/2011, не требуется в маркировочной информации. При этом, надпись «Без ГМО» присутствует только у продукции «Метелев».

4. В маркировке исследуемых продуктов «Каждый День», «Дядя Ваня» и «Метелев» информация о «рекомендациях и (или) ограничениях по использованию...» отсутствует, что не противоречит требованиям п. 4.1 ТР ТС 022/2011. При этом у продукции «Грядка удачи» указано, что «продукт готов к употреблению»; САВА — «рекомендуется к горячим мясным блюдам. Продукт готов к употреблению».

5. Требования об условиях хранения продукции, указанные в маркировочной надписи исследуемых образцов продукции, соответствуют требованиям п. 4.1 ТР ТС 022/2011 и позволяют потребителю при их соблюдении употреблять качественную продукцию. При этом на этикетке указана дополнительная информация об условиях хранения после вскрытия упаковки у продукции «Грядка удачи» в виде надписи «открытую банку хранить в холодильнике», «Каждый День» и «Дядя Ваня» — «после вскрытия упаковки продукт хранить в холодильнике», «Метелев» и САВА — «После вскрытия хранить в холодильнике».

6. В маркировке исследуемых образцов продукции присутствует единый знак обращения продукции на рынке государств-членов Таможенного союза, что соответствует требованиям п. 4.1 ТР ТС 022/2011 и информирует потребителя о том, что продукция является безопасной.

7. В маркировке присутствуют сведения об обратной связи с изготовителем (у продукции «Грядка удачи», «Каждый день», «Дядя Ваня» и САВА). Как показал наш опыт, специалисты изготовителя продукции «Каждый день» работают с потребителями оперативно, доброжелательно, добросовестно.

8. У продукции торговой марки «Грядка удачи» в маркировочной надписи присутствует незарегистрированный торговый знак «Наша семья» (изображение и подпись), принадлежащий торговой сети «Ашан»; имеется информация о качестве продукции в виде надписи «Система менеджмента качества и безопасности пищевых продуктов

сертифицирована на соответствие стандартам ISO 9001.2008 и ISO 22000.2005». В маркировке продукции имеются знаки с надписями, вызывающими неоднозначное восприятие, а информация о них в недостаточном виде представлена в интернете. По мнению специалистов, она не означает качества или безопасности продукции, а может лишь вызвать повышенный уровень доверия у потребителей — зеленая галочка в коричневом квадрате и дополнительная надпись «Контроль качества» (на наш взгляд, свидетельствующая о том, что потребитель сделал верный выбор), а также матрешка с надписью «сделано в России» (знак Минпромторга, означающий, что продукция произведена на территории России; предоставляется АНО «Российская система качества» (Роскачество). Для улучшения эмоционального восприятия на этикетке присутствует изображение овощей (моркови, томата, болгарского перца — желтого и зеленого, красного перца чили и чеснока).

Дополнительная информация продукции торговой марки «Каждый День» наиболее лаконичная, в ней дается указание незарегистрированной торговой марки «Каждый День» (на белом фоне, без каких-либо «художественных» изображений), принадлежащей торговой сети «Ашан».

Дополнительная информация продукции зарегистрированной торговой марки «Дядя Ваня» имеет также надписи и изображения, нацеленные на усиление эмоционального и мотивационного восприятия, носящие, на наш взгляд, рекламный характер (надписи — «основан в 1999 г.», изображение «Дяди Вани» в профиль; знак группы компаний RUSPOLE BRANDS, работающей на рынке продуктов питания, предлагающей продукцию четырех торговых марок: «Дядя Ваня», *Corrado*, *La Corra*, «Для Доброй Кухни»), а также о массе нетто реализуемого продукта («+20 % бесплатно», «+30 г в подарок»).

В маркировке продукции торговой марки «Метелев» присутствует незарегистрированный торговый знак производителя ПРИНТО; изображение знаков с надписями «на артезианской воде», «без консервантов», «Без ГМО», вызывающие у потребителя доверие.

Дополнительная информация продукции торговой марки САВА (владелец и изготовитель ООО «Томская производственная компания

САВА») — «система менеджмента сертифицирована ISO 9001»; красочное оформление (чеснок, томат, болгарский перец разных цветов, листья петрушки, лук и др.).

Вся информация, нанесенная в маркировке исследуемых продуктов торговых марок «Каждый День», «Дядя Ваня» и САВА, — понятна, легко читаема, достоверна, не вводит в заблуждение потребителя, при этом надписи, знаки, символы контрастны фону. Печатный способ нанесения надписей, знаков и символов обеспечивает их сохранность в течение всего срока годности продукции при соблюдении условий хранения, заявленных изготовителем. Сведения маркировки нанесены так, что их удаление с упаковки невозможно. Текстовая информация дополнена рисунками, что придает маркировке более привлекательный и яркий внешний вид. В маркировке отсутствует изображений продукции, которая не содержится в упаковке или не была использована при производстве. Все это свидетельствует о соблюдении требований п. 4.12 ТР ТС 022/2011, а также принципов «Три «Д»» (доступность, достаточность и достоверность). У продукции торговых марок «Грядка удачи» и «Метелев» имеются недостатки с принципом «доступность» — мелкий шрифт, затрудняющий прочтение («Грядка удачи» — зеленый шрифт на зеленом фоне).

Согласно данным рис. 2 уровень качества потребительской информации аджики наиболее высок у продукции торговых марок «Каждый День» и «Дядя Ваня» (по 4,71 балла), далее идет продукция торговых марок «Метелев» и САВА (по 4,57 балла). Наиболее низкий балл по данному показателю получила продукция торговой марки «Грядка удачи» — 4,43 балла.

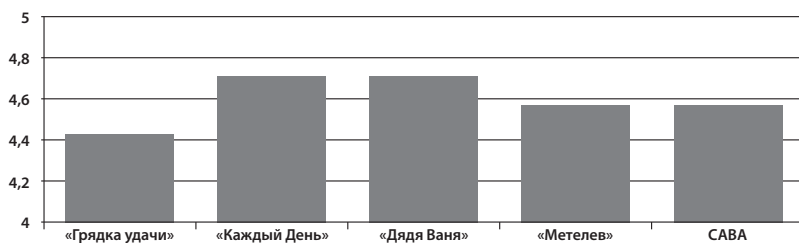


Рис. 2. Уровень оценки качества потребительской информации аджики, баллы

Таким образом, товарная информация исследуемых образцов аджики соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 и закона «О защите прав потребителей». Однако стоит отметить, что к потребительской информации продукции всех торговых марок имеются замечания по указанию пищевых добавок, а у аджики «Метелев» и «Грядка удачи» еще и по оформлению основного текста. Отсутствует возможность проведения идентификации и классификации продукции с наименованием «аджика» в следствие отсутствия на нее нормативной документации.

Список литературы

1. Габинский А. В. Маркировка продуктов переработки овощей / А. В. Габинский, О. В. Голуб // Инновационные технологии в промышленности — основа повышения качества, конкурентоспособности и безопасности потребительских товаров: мат. II Межд. (заочной) науч.-практ. конф. — Ярославль — Москва: Канцлер, 2014. — С. 77–82.
2. Давыденко Н. И. Изучение отношения потребителей к маркировочной информации / Н. И. Давыденко, О. В. Голуб // Продукты питания и рациональное использование сырьевых ресурсов: сб. науч. работ / Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. — Вып. 14. — Кемерово, 2007. — С. 22–24.
3. Дронова О. Б. Маркировка как элемент криминалистического описания потребительского товара / О. Б. Дронова // Проблемы правоохранительной деятельности. — 2017. — № 2. — С. 39–43.
4. Тихонова О. Ю. Разработка алгоритма оценки качества маркировки пищевых продуктов: авт. дис.... канд. техн. наук / О. Ю. Тихонова. — Кемерово, 2016. — 17 с.
5. Николаева М. А. Товарная информация / М. А. Николаева, Л. В. Карташова. — М.: Юр. Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2018. — 256 с.

**АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ЧАЯ КАК ФАКТОР
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ИП ДОШИН В. Ю., с. КРАСНОЯРСКОЕ
ПОСПЕЛИХИНСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ)**

Т. В. Дерюшева, канд. техн. наук, доцент

И. В. Фоминская, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Проанализирован ассортимент чая и на основании изучения спроса потребителей даны рекомендации с целью повышения эффективности коммерческой деятельности розничной организации ИП Дошин В. Ю., с. Красноярское Поспелихинского района Алтайского края.

Ключевые слова: ассортимент, широта, полнота, спрос покупателей, совершенствование ассортимента, эффективность коммерческой деятельности.

В условиях конкуренции на розничном рынке необходимо постоянно анализировать ассортимент продуктов с целью совершенствования коммерческой деятельности розничных организаций. Исследования впервые проводили на материалах ИП Дошин В. Ю., магазина «Продукты», находящегося в с. Красноярское Поспелихинского района Алтайского края. Это — небольшое предприятие, штат которого состоит из 6 человек. Магазин работает стабильно с 13 поставщиками на договорной основе.

Показатели коммерческой деятельности магазина представлены в таблице.

Таблица

**Показатели эффективности коммерческой деятельности
магазина «Продукты»**

Показатель	2015	2016	2017
Товарооборот, млн руб.	2,2	2,5	2,6
Прибыль, млн руб.	1,5	1,7	1,8
Издержки, млн руб.	0,7	0,8	0,8
Рентабельность, %	68,2	68,0	69,2

Несмотря на повышение издержек обращения за 2015–2017 гг., что связано в основном с повышением стоимости на электрическую энергию и коммунальные услуги, рентабельность деятельности предприятия выросла на 1,2 %. В общем товарообороте магазина реализация чая, кофе, какао занимает 9,8 %.

В магазине представлены чай: в основном байховый (72 %), фасованный в пакетики (24 %), а также — гранулированный (рис. 1). Коэффициент широты чая по технологии производства равен $K_{\text{ш}} = 3/4 = 0,75$, т. е. представлен на 75 %, т. к. в магазине отсутствуют прессованные чай. Наиболее полно представлены чай байховые, — 18 наименований. По отношению к байховым чаям коэффициент полноты пакетированного чая равен $K_{\text{п}} = 6/18 = 0,33$, а коэффициент полноты гранулированного — $K_{\text{п}} = 1/18 = 0,06$.

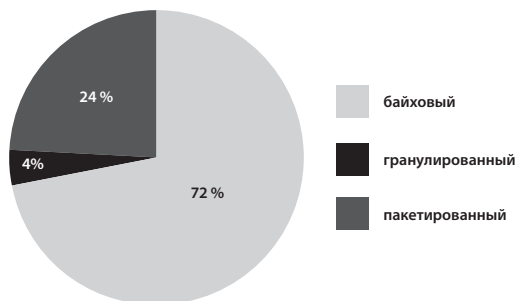


Рис. 1. Структура ассортимента чая в зависимости от технологии производства

Ассортимент чая по степени ферментации недостаточно широк: отсутствуют красные, желтые и белые чаи (рис. 2).

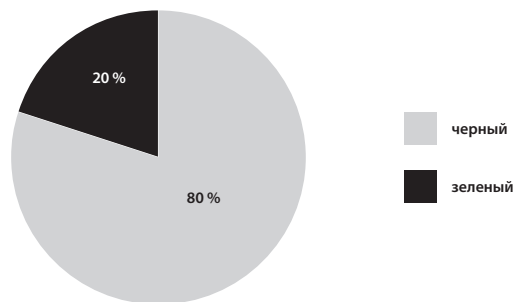


Рис. 2. Структура ассортимента чая в зависимости от степени ферментации

Наиболее полно представлены чай черные (80 %), по отношению к ним коэффициент полноты зеленого чая $K_{\text{п}} = 5/20 = 0,25$.

При изучении структуры ассортимента чая по размеру чаинок, согласно информации, указанной на упаковке, представлены чай крупного, среднего и мелкого размеров (рис. 3).

Полнота ассортимента среднелистового чая по отношению к мелколистовому 75 %, крупнолистового — 33 %.

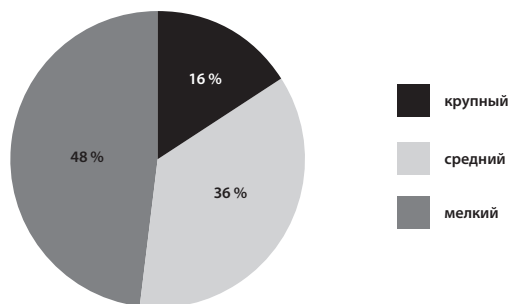


Рис. 3. Структура ассортимента чая в зависимости от размера чаинок

В ассортименте чая, реализуемого в магазине «Продукты» ИП Дошин В. Ю., присутствуют чай с добавками — 20 % (рис. 4).

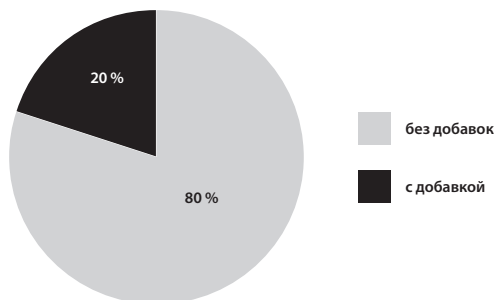


Рис. 4. Структура ассортимента чая в зависимости от добавок

Данные чай производители маркируют как ароматизированные, однако в ГОСТ 32593–2013 «Чай и чайная продукция. Термины и определения» обозначение «ароматизированный чай» отсутствует [3].

Основу ассортимента чая по виду упаковки составляет чай в картонной пачке (56 %), на втором месте — в пакетиках в картонной упаковке (40 %), далее жестяные банки (4 %). Ассортимент чая в стеклянной и полимерной тарах отсутствует.

Согласно ГОСТ 32573–2013 и ГОСТ 32574–2014 чай фасуют от 1 до 1000 г [1–2]. В магазине «Продукты» ИП Дошин В. Ю. фасованные чаи представлены массой по 100, 150 и 200 г. Пакетированные чаи, упакованные в картонные коробки по 25 пакетиков, составляют 25 %. Пакетированные чаи, фасованные по 20 пакетиков, на 10 % меньше, а по 50 пакетиков всего 10 %.

Чай в магазине «Продукты» ИП Дошин В. Ю. представлены различными производителями (табл. 2).

Наибольший удельный вес занимают производители «Орими» — 36 %, на втором месте «Май» — 20 %, на третьем — «Unilever» — 16 %.

Таблица 2

Анализ структуры ассортимента чая по производителям

Производитель	Количество наименований
«Орими», Россия	9
ООО «НЕП», Россия	2
«Май», Россия	5
ТД «Гранд», Россия	1
Unilever, Россия	4
Ahmad, Россия	1
ООО «Объединенная чайная компания», Россия	1
ООО «Галактика», Россия	1
ООО «Яковлевская чаеразвесочная фабрика», Россия	1
Итого	25

Для оптимизации ассортимента чая необходимо изучить потребительский спрос. Исследования проводили методом панельного опроса по заранее подготовленной анкете.

В результате опроса выяснилось, что 60 % покупателей предпочитают черный чай, 24 % — зеленый чай. Сравнивая предпочтения потребителей и ассортимент магазина «Продукты» ИП Дошин В. И., можно сказать, что соотношение достаточно гармонично. Однако

16 % покупателей хотели бы приобрести белый, красный, желтый чай (рис. 5).

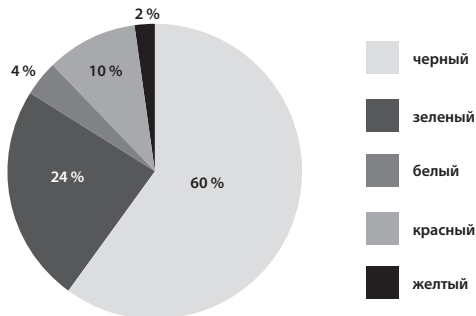


Рис. 5. Предпочтения по степени ферментации

В зависимости от технологии производства 30 (60 %) респондентов предпочитают пакетированный чай, на байховый приходится 14 (28 %) и на гранулированный — 6 (12) % (рис. 6).

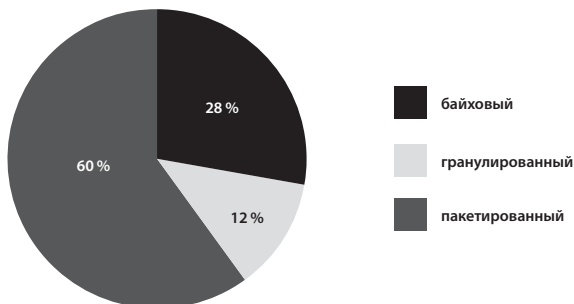


Рис. 6. Предпочтения в зависимости от технологии производства

Следует обратить внимание, что в ассортименте чая магазина «Продукты» ИП Дошин В. Ю. преимущественно предлагаются чаи байховые, тогда покупатели предпочитают чаи пакетированные, видимо, из-за удобства. Следовательно, можно рекомендовать расширить их ассортимент.

Большинство респондентов ответили, что не обращают внимания на информацию о размере чаинок (82 %), чай крупнолистовой предпочитают 6 % респондентов, среднелистовой — 4 %,

мелкий — 8 %. Потребители предпочитают покупать мелколистовой чай, т. к. он дешевле, чем крупно- и среднелистовой. В ассортименте магазина предлагается достаточное количество мелколистого чая (рис. 7).

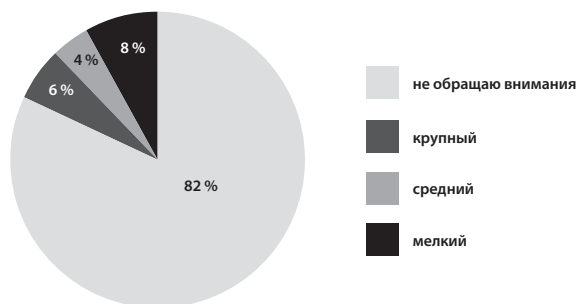


Рис. 7. Предпочтения по размеру чаинок

При выборе чая 52 % покупают чай без добавок. С добавками предпочитают 28 % покупателей, 20 % не обращают внимания на информацию о добавках при выборе чая (рис. 8).

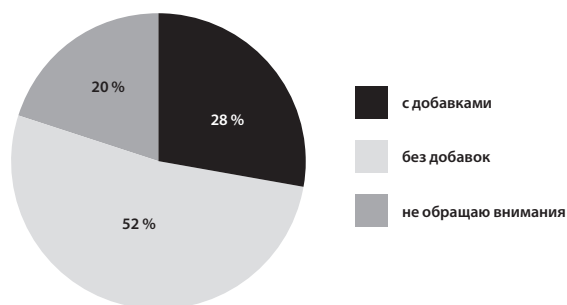


Рис. 8. Предпочтения по наличию добавок

По виду упаковки 74 % опрошенных предпочитают чай в пакетиках, на жестяную и картонную упаковки приходится 18 %, и 8 % не обращают внимания на вид упаковки (рис. 9).

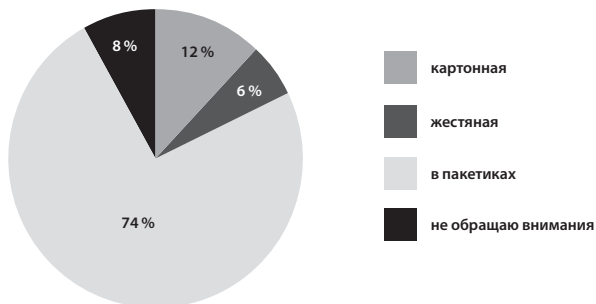


Рис. 9. Предпочтения по виду упаковки

При выборе чая по массе 56 % покупателей приобретают чай массой 100 г, что соответствует предлагаемому ассортименту (рис. 10).

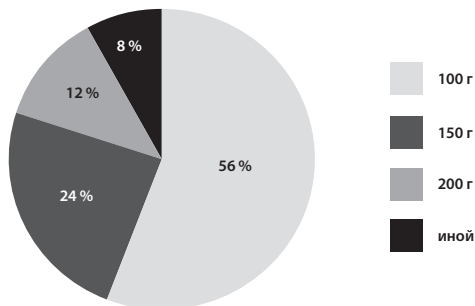


Рис. 10. Предпочтения по массе

Покупатели чаще приобретают пакетированный чай, фасованный по 25 пакетиков (56 %), что не противоречит сформированному ассортименту чая в магазине «Продукты» (рис. 11).

Респонденты предпочитают торговые марки «Принцесса Нури», «Майский» чай, «Принцесса Канди», АКВАР и т. д., что необходимо учитывать при формировании ассортимента чая в магазине ИП «Дошин В. Ю.» (рис. 12).

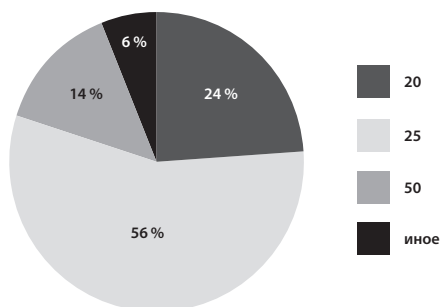


Рис. 11. Предпочтения по количеству пакетиков чая в пачке

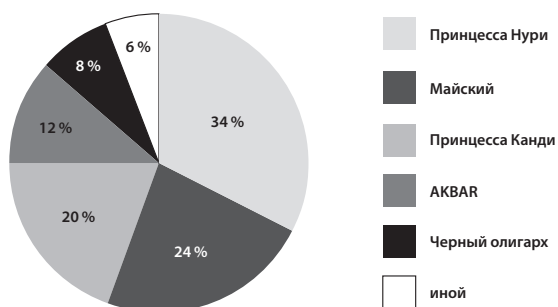


Рис. 12. Предпочтения торговой марки чая

Таким образом, при изучении деятельности ИП Дошин В. Ю. выяснены следующие особенности:

1) магазин работает достаточно рентабельно, рост прибыли на 0,3 %. Реализация чайно-кофейной продукции занимает третье место в общем товарообороте;

2) в магазине представлены чаи в основном байховый ($K_{ш} = 0,75$). По отношению к байховым чаям коэффициент полноты пакетированного чая равен $K_{п} = 0,33$, а коэффициент полноты гранулированного чая $K_{п} = 0,06$;

3) ассортимент чая по степени ферментации недостаточно широк, т. к. отсутствуют красные, желтые и белые чаи. Наиболее полно представлены чаи черные (80 %), $K_{п}$ зеленого чая = 0,25;

4) полнота ассортимента среднелистового чая по отношению к листовому 75 %, крупнолистового — 33 %;

5) в ассортименте чая присутствуют «чай с добавками» — 20 %. Данные чаи производители маркируют как ароматизированные, однако в ГОСТ 32593–2013 «Чай и чайная продукция. Термины и определения» обозначение «ароматизированный чай» отсутствует;

6) по виду упаковки составляет чай в картонной пачке (56 %), фасованные в основном по 100 г., пакетированные чаи — по 25 пакетиков;

7) наибольший удельный вес занимают чаи производителей «Орими» — 36 %, на втором месте «Май» — 20 %, третьем *Unilever* — 16 %;

8) в результате изучения потребительских предпочтений и сравнивая ассортимент чая в магазине, отметим, что соотношение черного и зеленого чаев достаточно гармоничны. Однако можно расширить ассортимент красных, белых, желтых чаев мелких размеров. А также расширить ассортимент пакетированных чаев;

9) покупатели чаще приобретают пакетированный чай, фасованный по 25 пакетиков (56 %), что не противоречит сформированному ассортименту чая в магазине «Продукты»;

10) Респонденты отдадут предпочтение торговой марке «Принцесса Нури», «Майский», «Принцесса Канди», АКВАР и т. д., что необходимо учитывать при формировании ассортимента чая.

Список литературы

1. ГОСТ 32573–2013. Чай черный. Технические условия.
2. ГОСТ 32574–2014. Чай черный. Технические условия.
3. ГОСТ 32593–2013. Чай и чайная продукция. Термины и определения.

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ЧАЯ (ИП ДОШИН В. Ю., с. КРАСНОЯРСКОЕ, ПОСПЕЛИХИНСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Т. В. Дерюшева, канд. техн. наук, доцент

И. В. Фоминская, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлены результаты идентификации и экспертизы качества чая на примере пяти образцов, реализуемых в розничной организации ИП Дошин В. Ю.

Ключевые слова: идентификация маркировки, качество байхового чая.

В условиях конкуренции на розничном рынке необходимо постоянно анализировать и совершенствовать качество продуктов, реализуемых розничными организациями.

Исследования впервые проводили на материалах ИП Дошин В. Ю., в магазине «Продукты» (с. Красноярское Поспелихинского района Алтайского края).

Магазин реализует продовольственные товары. В общем товарообороте магазина реализация чая, кофе, какао занимает 9,8 %.

Для идентификации чая по маркировке и проведения экспертизы качества отобрано пять образцов чая черного листового разных производителей и торговых марок: «Майский», «Принцесса Нури», «Принцесса Канди», «Черный Олигарх», АКВАР.

Таблица 1

Маркировка образцов чая черного листового

Требования ТР ТС 022/2011	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4	Образец 5
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Наименование пищевой продукции	Чай черный крупно-листовой «Майский»	Чай черный мелколистовой «Принцесса Нури. Высокогорный»	Чай черный мелколистовой «Принцесса Канди»	Чай черный, байховый крупно-листовой «Черный Олигарх»	Чай черный цейлонский крупно-листовой АКВАР

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5	6
Состав пищевой продукции	–	–	–	–	–
Количество пищевой продукции	100	100	100	100	100
Дата изготовления пищевой продукции	10.06.2018	08.2018	09.2018	11.2017	08.2018 г.
Срок годности пищевой продукции	10.06.2021	08.2021	09.2020	11.2020	08.2020
Условия хранения пищевой продукции	Хранить в сухом месте, в плотно закрытой упаковке, относительной влажности не выше 70 %	Хранить в чистом, хорошо вентилируемом помещении без посторонних запахов с относительной влажностью воздуха не выше 70 %		Хранить при относительной влажности не более 70 %	Хранить в помещении с относительной влажностью 70 %, отдельно от резко пахнущих продуктов
Наименование и место нахождения изготовителя пищевой продукции	ООО «Май», 141 191, Россия, г. Фрязино Московской обл., ул. Озерная, д. 1а	ООО «Орими», 188 682, Россия, Ленинградская обл., Всеволожский район, пос. им. Свердлова, 1мкр., уч. 15/4	ООО «Орими», 188 682, Россия, Ленинградская обл., Всеволожский район, пос. им. Свердлова, 1мкр., уч. 15/4	ООО «Галлактика», Россия, г. Москва, ул. Котляковская, 8/10	ООО «Яковлевская чай-развесочная фабрика», Россия
Рекомендации и (или) ограничения по использованию, в т. ч. приготовлению пищевой продукции	1 столовая ложка на 500 мл кипятка. Настоять 7–10 мин. Добавить сахар, мед по вкусу. Крепость напитка можно регулировать количеством кипятка	Нагреть заварочный чайник, засыпать в него чай из расчета одна чайная ложка на чашку плюс ложка на чайник, залить кипятком на 2/3 объема, дать настояться 5–7 мин., долить кипятком	Засыпать чай в заварочный чайник из расчета чайная ложка на чашку плюс ложка на чайник. Залить кипятком и настаивать 5–10 мин.	Засыпать чай из расчета одна чайная ложка на чашку (200 мл) и одна дополнительно на чайник. Залейте кипятком и закройте крышкой. Чай настаивают 3–5 мин.	Засыпать чай в заварочный чайник из расчета чайная ложка на чашку (150 мл) + ложка на чайник, залить кипятком и настаивать 5 мин.

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
Показатели пищевой ценности пищевой продукции	—				
Сведения о наличии в пищевой продукции ГМО	—	Не содержит ГМО	—	—	—
Единый знак обращения на рынке	ЕАС				

Все образцы чая содержат основную информацию на потребительской упаковке в соответствии с требованиями ТР ТС 022/2011 [1].

На упаковке (согласно п. 7 ч. 4.4 ТР ТС 022/2011) не отмечается состав (согласно п. 2 ч. 4.9) [1]. Не отмечается пищевая ценность, т. к. чай — однокомпонентный продукт.

В соответствии с ч. 4.11 ТР ТС 022/2011 в случае если изготовитель при производстве пищевой продукции не использовал генно-модифицированные организмы, то содержание ГМО в пищевой продукции 0,9 % и менее является случайной или технически неустраняемой примесью и такая пищевая продукция не относится к пищевой продукции, содержащей ГМО [1]. При маркировке такой пищевой продукции сведения о наличии ГМО не указываются. Указание об отсутствии ГМО — только на упаковке чая «Принцесса Нури» и «Черный Олигарх», но это не означает, что другие образцы их содержат.

В зависимости от исходного сырья и степени его искусственного измельчения листовые черные и зеленые чаи подразделяют: на крупный (размер 1); средний (2–6); мелкий (7–15) [2–3]. Деление чая на типы А, В и С зависит от % чаинок, которые прошли через отверстия сит соответствующих размеров [4]. В ассортименте чаев, реализуемых магазином, не указаны производителями на упаковке конкретные цифровые размеры и типы чаинок. Однако такая информация была бы полезна для компетентного потребителя при выборе чая в соотношении «цена/качество», т. к. более дешевый

«мелкий» чай размера номер 7 может оказаться гораздо дешевле чая «среднего» размера номер 6, хотя фактически по размеру они отличаются незначительно. В нашем случае мелкий чай «Принцесса Нури» по размеру чайнок сравним с чаем АКВАР, хотя последний в 3 раза дороже.

К сожалению, в соответствии с требованиями ТР ТС 022/2011 сведения о документе, согласно которому произведена и может быть идентифицирована пищевая продукция, являются дополнительными [1]. Видимо, поэтому производители иногда ее не указывают, что затрудняет проведение идентификации продукции по качеству. Все образцы («Принцесса Нури», «Принцесса Канди», «Майский» и АКВАР произведены в соответствии с информацией на упаковке по ТУ. Чай «Черный Олигарх» — по ГОСТ 1938–90, который в настоящее время не актуален.

Результаты исследования органолептических показателей образцов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Органолептические показатели образцов

Показатель	Характеристика					
	1	2	3	4	5	6
ГОСТ 32573–2013	Чай черный крупно-листовой «Майский»	Чай черный мелколистовой	«Принцесса Нури. Высокогорный»	Чай черный мелколистовой «Принцесса Канди»	Чай черный байховый крупно-листовой «Черный Олигарх»	Черный чай байховый крупно-листовой АКВАР
Внешний вид настоя чая	Яркий, прозрачный	Настой яркий, прозрачный с красновато-коричневым оттенком	Мутный	Мутный	Яркий, прозрачный с красноватым оттенком	Настой яркий, прозрачный с красноватым оттенком
Аромат и вкус настоя чая	Нежный аромат, терпкий вкус	Обладает выраженным ароматом, вкус насыщенный	Травяной, пыльный	Травянистый, пыльный	Обладает терпким насыщенным вкусом, с нежным ароматом	Нежный аромат и терпкий вкус

1	2	3	4	5	6	7
Цвет разваренного чайного листа чая	Однородный, коричнево-красный или коричневый	Однородный, коричневый	Разнородный, от светло-коричневого до темно-коричневого цвета	От светло-коричневого до темно-коричневого цвета	Разварка коричнево-красного цвета	Достаточно однородный, коричневый с красноватым оттенком
Внешний вид чая	Однородный, ровный, хорошо скрученный	Чаинки однородные, с примесью другого размера	Чаинки разнородные, плохо скрученные, с примесью чаинок другого размера	Чаинки разнородные плохо скрученные, с примесью чаинок другого размера и грубых черешков	Чаинки ровные, скрученные, однородные	Чаинки однородные хорошо скрученные, без примесей

По органолептическим показателям при сравнении мелких чаев «Принцесса Нури» и «Принцесса Канди» более качественным оказался чай «Принцесса Нури». Из крупнолистовых — чай «Черный Олигарх», менее качественным — чай «Майский». Крупнолистовой чай АКВАР занимает среднее место среди крупнолистовых чаев.

В результате исследования массовой доли влаги, являющейся физико-химическим показателем, который свидетельствует о правильном хранении чая (относительная влажность воздуха не более 70 %), все образцы имеют фактический показатель от 1,4 до 2,9 %, что соответствует требованиям ГОСТ 32573–2013, в котором максимальное значение влаги должно быть не более 10 %.

Таким образом, в результате экспертизы маркировки и качества образцов чая, реализуемых ИП Дошин В. Ю., можно сделать следующие выводы.

1. Образцы чая, реализуемые магазином, содержат всю основную информацию на потребительской упаковке в соответствии с требованиями ТР ТС 022/2011.

2. Все образцы: чай «Принцесса Нури», «Принцесса Канди», «Майский» и АКВАР произведены в соответствии с информацией на упаковке по ТУ. Чай «Черный Олигарх» — по ГОСТ 1938–90, который в настоящее время не актуален.

3. Указание производителями номерного размера и типа чая помогла бы компетентному потребителю выбрать желаемый чай в соотношении цена/качество.

4. По органолептическим показателям при сравнении мелких чаев «Принцесса Нури» и «Принцесса Канди» более качественным оказался чай «Принцесса Нури». Из крупнолистовых — чай «Черный Олигарх», менее качественным — чай «Майский». Крупнолистовой чай «Акбар» занимает среднее место среди крупнолистовых чаев».

5. Все образцы имеют фактический показатель «содержание влаги» от 1,4 до 2,9 %, что соответствует требованиям ГОСТ 32573–2013 не более 10, что свидетельствует о правильном хранении чая (относительная влажность воздуха не более 70 %).

Список литературы

1. ТР ТС 022/2011. Пищевая продукция в части ее маркировки.
2. ГОСТ 32573–2013. Чай черный. Технические условия.
3. ГОСТ 32574–2014. Чай черный. Технические условия.
4. ГОСТ ISO 11286–2014. Чай. Классификация по размеру чаинок с помощью гранулометрического анализа.

УДК 663.91

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ГОРЬКОГО ШОКОЛАДА

А. В. Жебо, канд. техн. наук, доцент

Д. В. Серова, студентка

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

В статье представлены результаты исследования ассортимента и товароведная характеристика горького шоколада, реализуемого на рынке г. Хабаровска. Определены основные тенденции развития рынка и даны рекомендации по корректировке ассортимента торговых предприятий.

Ключевые слова: горький шоколад, ассортимент, показатели качества, балльная оценка.

В Европе с каждым годом растет интерес к горькому шоколаду, и этот процесс нельзя назвать случайным. Мировые производители шоколада сделали, казалось бы, невозможное — создали шоколаду имидж продукта, полезного для здоровья.

В горьком шоколаде содержится больше 20 г насыщенных жирных кислот и более 40 г — моно- и дисахаридов. При достаточно высоком уровне углеводов и наличии крахмалов продукт включает порядка 7 г полезных пищевых волокон. Все это дополняется рядом витаминов и микроэлементов, среди которых железо, натрий, кальций, магний, фосфор и калий. Настоящий горький шоколад улучшает работу мозга, повышает физическую активность и работоспособность человека, поднимает настроение, очищает сосуды от холестериновых бляшек, защищает мозг и сосуды сердца от инсульта и инфаркта, избавляет от хронической усталости и хандры, укрепляет иммунитет и лечит простуду [1].

Актуальность работы состоит в том, что собраны последние данные о ситуации на рынке горького шоколада: количественных характеристиках, исследование качества горького шоколада, а также анализ структуры рынка горького шоколада. Роль и значение ассортимента и качества продукции постоянно возрастает под влиянием развития технологий производства и потребностей человека.

Впервые представлены комплексная оценка ассортимента и товароведная характеристика горького шоколада, реализуемого на рынке г. Хабаровска.

Изучению шоколада посвящены работы многих советских и зарубежных исследователей (Т. Ю. Аннинкова, Л. Е. Скокан, Н. Б. Кондратьев, Л. И. Мазалова, К. Yasuyoshi, И. А. Петрова и др.) [1; 5].

С целью выявления потребительских предпочтений шоколада был проведен опрос среди мужского и женского населения Хабаровска (в возрасте от 17 до 68 лет), который показал, что наибольшим спросом пользуется молочный шоколад — 63 %. На горький шоколад приходится всего 20 %. Меньше всего пользуется спросом белый шоколад, вероятнее всего, это связано с тем, что белый шоколад не содержит какао-бобов, а только большое количество сахара [2; 3].

В результате анализа структуры рынка Хабаровска выявлено, что наиболее распространенным производителем является кондитерский

комбинат «Озерский сувенир» и Одинцовская кондитерская фабрика, наибольшая часть ассортимента принадлежит горькому шоколаду без добавлений, с массовой долей какао-продуктов 72–77 %.

Проанализировав структуру торгового ассортимента горького шоколада в магазине продуктов «Новый», можно сделать следующие выводы:

- в магазин «Новый» поступает наибольшее количество горького шоколада производителей «Марс» и ООО «Мон'дэлис Русь» — по 13,5 % от общей доли поставок, именно эти два производителя имеют самый высокий уровень реализации, Одинцовская кондитерская фабрика также имеет высокий уровень реализации — 76,4 %;

- основную долю в поставках занимает горький шоколад без добавлений — 73,4 %. Именно он имеет самый высокий уровень реализации — 74,9 %. Это объясняется тем, что горький шоколад без добавок очень полезен и может использоваться как средство для профилактики от множества болезней;

- самый высокий уровень реализации у горького шоколада с количеством какао-продуктов в составе от 80 до 85 %, далее идет горький шоколад с содержанием сухого остатка какао-продуктов 97 %;

- на спрос горького шоколада влияет не только его качество, но и цена. Так, самый высокий уровень реализации горького шоколада находится в ценовом диапазоне от 80 до 100 руб. — 85 %, далее идет горький шоколад с ценой от 65 до 80 руб. — 74,1 %. Наименьший уровень реализации у горького шоколада в ценовом диапазоне от 150 до 250 руб.

Для товароведной характеристики было отобрано 8 образцов горького шоколада разных производителей: «Бабаевский», «Элитный» *Ritter Sport*, «А. Коркунов», *Alpen Gold*, *Dove*, «Российский», «Победа», «Априори».

Оценку качества горького шоколада проводили по анализу маркировки, упаковки, органолептическим и физико-химическим показателям в соответствии с ГОСТ 31712–2012 «Шоколад. Общие технические условия».

Анализ информации о товаре показал, что маркировка всех 8 выбранных образцов горького шоколада полная и соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»,

однако согласно ГОСТ 31721–2012 маркировка шоколада обязательно должна содержать обозначение стандарта, в соответствии с которым изготовлен продукт. На исследуемых образцах присутствует это обозначение, кроме горького шоколада «Элитный» *Ritter Sport*. Следовательно, данный образец соответствует ТР ТС 022/2011, но не соответствует требованиям ГОСТ 31721–2012.

Исследованные образцы горького шоколада упакованы в разные виды упаковок — это комбинированная упаковка: фольга/картон или фольга/бумага и полимерная упаковка. Такие образцы как шоколад горький «Элитный» *Ritter Sport*, *Alpen Gold*, *Dove* упакованы в более функциональную упаковку, с возможностью открытия и закрытия ее несколько раз, что гораздо удобнее для потребителя, нежели обычная упаковка из фольги и бумаги; данная упаковка обладает высокими барьерными свойствами в отличие от фольги и хорошим восприятием к печати, следовательно, дизайн данной упаковки может быть ярче и оригинальнее.

В ходе анализа органолептических показателей установлено, что все 8 образцов шоколада имеют соответствующий внешний вид, структуру, консистенцию и форму, но не все образцы соответствуют требованиям нормативного документа по показателю вкуса и запаха, например, горький шоколад «Бабаевский» имеет слегка кислый и вязущий вкус, что может быть обусловлено нарушением технологии производства и неправильными условиями хранения готового продукта. Горький шоколад «Априори» также имеет вязущий привкус. У горького шоколада кондитерской фабрики «Победа» отмечены невыраженные шоколадный вкус и запах, что может говорить о низком содержании какао-продуктов или значительном количестве какао-порошка, в таком шоколаде может присутствовать и какао-велла. У остальных образцов горького шоколада дефекты и несоответствия не обнаружены.

По результатам балльной оценки два образца горького шоколада производителей ООО «Мон'дэлис Русь» (*Alpen Gold*) и ООО «Марс» (*Dove*) набрали наивысший балл — 5,0; продукция «Элитный» *Ritter Sport* и «А. Коркунов» получили оценку 4,8 балла, что характеризует исследуемый горький шоколад как шоколад отличного качества. Следующие 3 образца шоколада горького («Российский», «Победа»

и «Априори») получили средний балл (4,6), что говорит о том, что это продукция хорошего качества. Самую низкую оценку получил горький шоколад «Бабаевский» из-за присутствия кислого и вяжущего вкуса в шоколаде — 4,4 балла.

В результате исследований физико-химических показателей установлено, что по двум физико-химическим показателям (массовая доля влаги и массовая доля жира) все 8 образцов горького шоколада имеют незначительные отклонения от данных, указанных на маркировке. По показателю качества «массовая доля золы» все 8 образцов соответствуют требованиям нормативного документа.

В целом в ходе анализа физико-химических показателей установлено, что они соответствуют данным, указанным на маркировке и установленным ГОСТ 31721–2012.

Таким образом, проведенные исследования ассортимента и товароведная характеристика исследованных образцов позволили рекомендовать торговому предприятию следующие изменения в ассортименте горького шоколада:

- включить в ассортимент горького шоколада новые страны-производители, необычные вкусы, продукция с высоким содержанием какао-продуктов;
- отказаться от реализации горького шоколада «Бабаевский» и «Победа» из-за недостаточно высокой органолептической оценки;
- т. к. уровень реализации горького шоколада в магазине продуктов «Новый» составляет всего 72,2 %, необходимо проведение мер по стимулированию сбыта (скидки, акции) или сокращению ассортимента шоколада, который пользуется наименьшим спросом;
- проведение рекламных акций (распространение рекламных буклетов или вручение постоянным покупателям скидочных карт или карт постоянных покупателей) для привлечения дополнительных клиентов.

Список литературы

1. Мазалова Л. И. Сравнительный анализ заменителей масла какао лауринового и нелауринового типов / Л. И. Мазалова // Кондитерское производство. — 2007. — № 2. — С. 20–21.
2. Аннинкова Т. Ю. Повышение качества шоколада / Т. Ю. Аннинкова // Кондитерское и хлебопекарное производство. — 2004. — № 2. — С. 1–4.

3. Скокан Л. Е. Жирнокислотный состав как показатель качества шоколада / Л. Е. Скокан, Н. Б. Кондратьев // Пищевая промышленность. — 2000. — № 1. — С. 57–58.
4. Yasuyoshi K., Tamao H. Composition, structure and color of fat bloom due to the partial liquefaction of fat in dark chocolate // Journal American Oil Chemistry Society. — 2007. — Vol. 84. — № 2. — P. 107–115.
5. Петрова И. А. Жиры для производства шоколада и шоколадной продукции / И. А. Петрова // Кондитерское производство. — 2009. — № 3. — С. 17–19.

УДК 664.841:658.62

ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ОЛИВОК В ЗАЛИВКЕ, РЕАЛИЗУЕМЫХ НА РЫНКЕ г. ХАБАРОВСКА

А. В. Жебо, канд. техн. наук, доцент

Е. О. Шарко, студент

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

В статье рассматриваются понятие, классификация и характеристика ассортимента оливок в заливке; факторы, формирующие и сохраняющие качество оливок, а также показатели безопасности и принципиальные подходы к оценке качества оливок. Исследовано состояние российского рынка оливок и маслин. Проведены анализ структуры ассортимента оливок на рынке и на предприятии Хабаровска, анализ органолептических и физико-химических показателей качества оливок.

Ключевые слова: оливки, ассортимент, показатели качества.

Оливки, или маслины, — это плоды оливкового дерева, которое называют также Маслиной европейской, или Маслиной культурной. В странах СНГ используется два понятия для обозначения плодов: оливки и маслины. Считается, что первое — это зеленые плоды, второе — черные. На этой почве между людьми часто возникают споры. Но разница лишь между степенью зрелости или обработки [1].

В данной статье впервые представлены комплексная оценка ассортимента и товароведная характеристика оливок, реализуемых на рынке г. Хабаровска. Изучению свойств и качества посвящены работы многих российских и зарубежных исследователей (М. В. Владова, И. М. Тихойкина, К. Д. Ибрагим, и др.) [2–4].

В оливках содержится около 100 полезных компонентов, которые благотворно влияют на здоровье человека, продлевают молодость и обеспечивают прилив жизненных сил [1]. Польза оливок для здорового организма зависит от качества товара. В связи с этим актуально исследование органолептических и физико-химических показателей качества образцов оливок, рассмотрение их товароведческой характеристики.

В консервированном виде оливки делятся на несколько видов. Наибольшее распространение в России получили оливки с косточкой, оливки без косточки и оливки, фаршированные разнообразными начинками (с лимоном; красным сладким перцем; лососем; семгой; тунцом; анчоусом; креветками; миндалем) [5]. Менее распространены вяленые, мятые оливки и оливки естественной зрелости.

Разновидности консервированных оливок:

whole — целые (с косточкой);

pitted — без косточки;

cracked — ломаные, раздавленные;

sliced — резаные;

stuffed — фаршированные.

В соответствии с международной классификацией различают черные оливки (*Black Olives*) и зеленые оливки (*Green Olives*). Черные оливки — это зрелые плоды оливкового дерева (маслины), зеленые оливки — это недозревшие плоды оливкового дерева. Разделение на оливки (зеленые) и маслины (черные) существует только в России.

По характеру использования оливки делят на три основные группы:

— столовые — предназначены для консервирования и употребления в пищу в целом виде (Каламата, Халкидики, Амфисса и др.);

— масличные — применяются для производства оливкового масла (Коронейки и др.);

— комбинированные, или консервно-масличные (Манани и др.).

По данным исследовательской компании «Ромир» на 2010 г., россияне чаще выбирают маслины, чем оливки: доля потребления маслин в крупных городах России составляет 54 %, в то время как доля оливок — 46 % [6].

Для анализа структуры рынка такого товара как оливки в заливе, были взяты пять торговых сетей и проведен анализ структуры

ассортимента по ряду признаков (производитель, страна-изготовитель, вид упаковки и основные виды оливок). Анализ структуры ассортимента рынка по производителю показал, что в пяти различных торговых точках обнаружено 18 производителей оливок от Испании до Греции.

В результате анализа структуры рынка по показателю страны изготовления торговой сети Хабаровска выявлено всего четыре страны изготовления, такие как: Испания, Армения, Греция и Италия. При этом испанский производитель оливок (самые популярные марки *Maestro de Oliva*, *Iberica*, *ITLV*) присутствует во всех магазинах. Но ни в одной торговой точке нет в ассортименте всех четырех стран изготовителей.

Можно выделить три самые встречаемые марки — *Maestro de Oliva*, *ITLV* и *Iberica* (с 43, 17, 14 %, соответственно), причем марка *Maestro de Oliva* значительно лидирует на хабаровском рынке. Есть и такие марки, которые встречаются редко или в ограниченном количестве, их доли на рынке составляют всего 1 %.

Анализируя данные, можно прийти к выводу о подавляющем доминировании испанских изготовителей оливок на рынке Хабаровска. Отрыв составляет около 48 % от ближайшего конкурента — греческих оливок. Испания является мировым лидером по экспорту оливок. Производители из Армении и Италии встречаются только в крупных торговых точках города.

Большинство зеленых оливок в заливке представлено в металлических банках (63 %): в гипермаркетах, магазинах «у дома». Полимерные упаковки, а в особенности стеклянные, можно встретить не везде. Но оливки в стеклянных банках обладают большим количеством наименований, чем оливки в полимерной упаковке. В полимерной упаковке фаршированные оливки не реализуют.

Для исследования качества продукции отобрано пять образцов оливок в заливке различных производителей: *ITLV* (дой-пак), *ITLV*, *Fragata*, *Iberica*, *Maestro de Oliva*.

Анализ полноты и достоверности информации пяти образцов целых оливок без косточки показал, что информация на всех упаковках полная, доступная и достоверная по ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки», но нормативного документа, в

соответствии с которым был изготовлен продукт и по которому следует проверять на качество продукцию, не обнаружено ни на одном образце. Поэтому маркировку проводили по ТР ТС 022/2011, а органолептические и физико-химические показатели оценивали по ГОСТ Р 55464–2013 «Консервы. Оливки или маслины в заливке. Технические условия».

В результате выявлено, что только один образец из пяти соответствует требованиям ГОСТ Р 55464. Это образец под торговой маркой *Fragata*, который был представлен в стеклянной банке. Остальные образцы забракованы по показателю массовой доли плодов к массе нетто консервов. Но из-за того, что на всех упаковках не было указано идентифицирующего стандарта, продукция, не прошедшая проверку качества по ГОСТ Р 55 464–2013, не допускается к реализации.

По результатам исследования проведена оптимизация структуры ассортимента, которая направлена:

- на увеличение информации о товаре на ценниках и упаковке;
- своевременное пополнение прилавков с оливками, соблюдение товарного соседства оливок и маслин (данные товары следует располагать на разных полках для удобства выбора);
- оповещение в печатных изданиях, СМИ не только о проводимых акциях, но и о полезности, качестве товара.

Также предприятию нужно уделить внимание тому факту, что на упаковках с оливками не указан стандарт, в соответствии с которым изготовлены оливки. Из-за чего у покупателя могут возникнуть вопросы к качеству продукции. Предприятиям следует более тщательно подходить к реализации таких оливок, а производителям указывать нормативный документ.

Список литературы

1. Оливки или маслины — в чем разница и польза? — URL: www.botanichka.ru/article/olives.html (дата обращения: 12.05.2018).
2. Ибрагим К. Д. Совершенствование технологии переработки маслин / К. Д. Ибрагимов // Совершенствование технологии переработки сырья животного и растительного происхождения: сб. тр. КубГТУ. — Краснодар: КубГТУ, 2002. — С. 59–60.

3. Tang S., Avena-Bustillos R. S. and Lear M. et al. Evaluation of thermal processing variables for reducing acrylamide in canned black ripe olives. *Journal of Food Engineering*, 2016, V. 191, pp. 124–130. doi.org/10.1016/j.jfoodeng.2016.07.011.
4. Власова М. В. Исследование качества оливок и маслин на современном потребительском рынке / М. В. Власова, И. М. Тихойкина // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. — 2016. — № 3. — С. 25–29.
5. Центр экспертиз. — URL: test.org.ua/tests/food/114.html (дата обращения: 29.09.2018).
6. Вместо косточки — лосось. Обзор российского рынка консервированных оливок и маслин / Исследования компании «Ромир». — URL: www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1407 (дата обращения: 29.09.2017).

УДК 339.13.017: 637.1

ХАРАКТЕРИСТИКА КАЧЕСТВА АРОМАТИЗИРОВАННЫХ МОЛОЧНЫХ КОКТЕЙЛЕЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В ТОРГОВОЙ СЕТИ Г. ХАБАРОВСКА

К. Г. Земляк, канд. техн. наук, доцент

А. Д. Ковалёва, студентка

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

В статье дана товароведческая характеристика молочных коктейлей, представлены результаты исследования структуры торгового ассортимента и качества ароматизированных молочных коктейлей, реализуемых в торговой сети Хабаровска, обоснован низкий уровень их качества.

Ключевые слова: ароматизированные молочные коктейли, рынок, ассортимент, идентификация, оценка качества, показатели качества.

Несмотря на большую популярность молочных коктейлей среди населения, до сих пор отсутствуют стандартизированные требования к качеству, а научных исследований, посвященных этому продукту, очень мало. Поэтому данные о структуре ассортимента и качестве реализуемых ароматизированных молочных коктейлей (на примере торговой сети г. Хабаровска), приведенные в данной статье, являются оригинальными и представляют научный интерес.

Термин «молочный коктейль» появился в 1885 г., а свое развитие коктейли получили после изобретения в 1922 г. электроблендера [1]. Согласно действовавшему ГОСТ Р 51917–2002 «Продукты молочные и молокосодержащие. Термины и определения», молочный коктейль представляет собой «...текучий пищевой продукт с массовой долей обезжиренных сухих веществ молока не менее 8,0 %, изготавливаемый с добавлением пищевых продуктов и добавок...».

Молочные коктейли производят согласно техническим условиям из коровьего молока с добавлением сахара, пищевых добавок (красители, консерванты, эмульгаторы, загустители, стабилизаторы цвета, ароматизаторы), витаминов и минеральных веществ. Поэтому их качество в первую очередь определяется качеством использованного молока. Его пищевая ценность обусловлена содержанием почти всех веществ, необходимых для роста и развития организма, а также их легкой усвояемостью. Молочные коктейли являются источником полноценных белков (2,6–2,8 %), жиров (1,5–3,5 %), углеводов (9,5–11,8 %), минеральных веществ (цинк, магний, железо, кальций, селен и натрий), витаминов (А, В₁, В₂, D, Е, К, РР).

Молочные коктейли вырабатываются различным ассортиментом. Например, согласно ТУ 10.51.56-478-37676459-2017 «Коктейли молочные. Технические условия» молочные коктейли в зависимости от режима термической обработки выпускают: пастеризованными, стерилизованными и ультрапастеризованными; в зависимости от вида используемых пищевых продуктов и добавок: ароматизированными (с ароматом различных плодов, ягод, орехов, цитрусовых, шоколада, ванили, карамели, капучино, бабл-гам, тирамису и др.) и шоколадными (с какао).

За последние годы популярность и потребление ароматизированных молочных коктейлей в мире значительно возросли. Традиционно ароматизированные коктейли были ориентированы на детей, которым нравится их вкус, однако компания *Tetra Pak* решила сделать продукт не только вкусным, но и полезным, что позволило значительно повысить ее привлекательность для подростков и взрослых. Для потребителей, которых прежде всего привлекают вкус, польза и удобство, коктейли становятся популярной альтернативой другим молочным напиткам [2].

Известно, что многие люди не любят чистое молоко, а специалисты по питанию считают, что из-за органолептических свойств молоко обладает очень низким «эмоциональным тонусом». Ароматизация молока позволяет преодолеть эту «неаппетитность».

Молочный коктейль имеет не только яркий, выраженный вкус, но и обладает рядом полезных свойств: помогает при наборе мышечной массы; полезен во время физиологического недостатка белка при беременности; заменяет калорийную пищу и насыщает организм необходимыми аминокислотами, витаминами и микроэлементами; повышает защитные функции организма; полезен при профилактике злокачественных образований, при восстановлении костной ткани; назначается при некоторых заболеваниях сердечно-сосудистой и пищеварительной систем [3].

Наряду со стремлением к здоровому образу жизни отмечается желание населения употреблять вкусные продукты, которые помогают избавиться от будничного стресса и напряжения. По данным исследовательской компании *Roper Reports Worldwide*, 40 % людей в мире согласны с утверждением, что себя нужно регулярно баловать. Например, в Мексике 61 % потребителей рассматривают их как полезный продукт, 19 % — как лакомство, оставшиеся 20 % считают, что коктейли полезны и доставляют удовольствие [2].

Стремительный рост потребления ароматизированных коктейлей наблюдается во всем мире, но каждый из рынков сохраняет специфику: в Азии предпочитают напитки со вкусом орехов и бобов, в Европе — с добавлением сока тропических плодов (Великобритания) и со вкусом лесного ореха (Германия), в США — шоколадные коктейли [2].

Молочные коктейли по вкусовым качествам превосходят обычное молоко, потому приобрели популярность у отечественных потребителей. По данным Национального союза производителей молока, с 2010 по 2015 гг. продажи ароматизированных молочных коктейлей выросли на 94 % [4].

Рынок молочных коктейлей на примере г. Хабаровска разделен между такими крупными производителями, как ООО «ВБД» (торговая марка «Чудо»), ОАО «Компания ЮНИМИЛК» («Смешарики»), ООО «Галактика» («Большая кружка»), ООО «Данон

Индустрия» («Данон») и ООО «Эрманн» («Эрманн»). Среди продуктов иностранного производства наиболее распространены коктейли *Parmalat* из Италии.

Несмотря на то что коктейли давно присутствуют на российском рынке, до сих пор нет стандартизированного определения термина «ароматизированные молочные коктейли» и требований к их качеству. Это затрудняет идентификацию и создает множество путей для фальсификации продукта.

С учетом вышесказанного характеристика качества ароматизированных молочных коктейлей, реализуемых в торговой сети, является актуальной.

Исследование проводилось по следующим направлениям:

- анализ структуры торгового ассортимента ароматизированных молочных коктейлей на примере г. Хабаровска;
- характеристика качества ароматизированных молочных коктейлей различных производителей.

Исследование торговой сети Хабаровска, проведенное в марте 2018 г., показало, что ассортимент молочных коктейлей достаточно узок и представлен продукцией 8 производителей. Наиболее часто в торговле встречались коктейли производства ООО «ВБД» (торговая марка «Чудо», 20 %). Продукция местных производителей — АО «ДАКГОМЗ» (г. Комсомольск-на-Амуре, 19 %) и АО «Молочный комбинат Благовещенский» (Благовещенск, 11 %), а также импортная продукция под торговой маркой *Parmalat* (12 %).

В торговой сети преобладали шоколадный и клубничный молочные коктейли (по 20 %). Кроме того, предлагались коктейли с ароматом капучино, ванили и ванильного мороженого, белого шоколада, бабл-гама, малины, тирамису, банана-карамели. Молочные коктейли в основном имели жирность 2,5 и 2 %, были упакованы в картонные коробки массой нетто 210 г, стоимостью 37–40 руб.

На следующем этапе мы оценили качество ароматизированных молочных коктейлей, реализуемых в Хабаровске. Для этого методом «вслепую» в торговой сети отобрали 8 наименований коктейлей различных производителей (табл. 1).

Таблица 1

**Характеристика исследованных ароматизированных
молочных коктейлей**

Наименование продукта, вкус	Наименование и местонахождение изготовителя	Документ на продукт
«Dr. Сойер», тропический	АО «ДАКГОМЗ» (Комсомольск-на-Амуре)	ТУ 9146-007-00438015-00
«Чудо», клубника	ООО «ВБД» (Москва)	ТУ 10.51.56-146-05268977-2014
«Смешарики», клубника	АО «Данон» (Москва)	ТУ 10.86.10-052-13605199
«Азбука молока», клубника	АО «Молочный комбинат Благовещенский» (Благовещенск)	СТО 00431361-02-2009
«Гадкий Я», шоколад	ОАО «Милком» (Ижевск)	ТУ 10.51.56-015-00437913-2016
«Большая кружка», шоколад	ООО «Галактика» (Гатчина)	СТО 79842587-1-2009
<i>Parmalat</i> , шоколад	ОАО «Белгородский молочный комбинат» (Белгород)	ТУ 9222-034-00425662-2002
<i>Nesquik</i> , шоколад	ООО «Останкинский молочный комбинат» (Москва)	СТО 96436727-018-2015

Информационная идентификация анализируемых коктейлей не выявила отклонений по полноте маркировочных данных относительно требований ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Однако масса нетто потребительской упаковки коктейлей «Dr. Сойер» (производства «ДАКГОМЗ»), «Чудо» («ВБД»), «Смешарики» («Данон»), «Гадкий Я» («Милком») и «Большая кружка» («Галактика») оказалась ниже заявленной и выходила за пределы, установленные ГОСТ 8.579–2002 «Государственная система обеспечения единства измерений. Требования к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте».

Оценку качества ароматизированных молочных коктейлей проводили стандартными методами по органолептическим (консистенция, цвет, запах, вкус) и физико-химическим показателям (массовая доля влаги, массовая доля сухих веществ, массовая доля жира, плотность, кислотность).

В результате выявлено несоответствие маркировочным данным 6 образцов коктейлей из-за отклонений во вкусе, осадка, заниженного содержания сухих веществ и жира (табл. 2).

Таблица 2

Характеристика качества по физико-химическим показателям исследованных ароматизированных молочных коктейлей

Наименование продукта	Массовая доля, %						Плотность, кг/м ³	Кислотность, °Т
	влаги		сух. веществ		жира			
	марк.	факт.	марк.	факт.	марк.	факт.		
«Dr.Сойер»	88,1	89,4	11,9	10,6	3,0	0,2	1040	34
«Чудо»	86,2	86,5	13,8	13,5	2,0	1,9	1042	32
«Смешарики»	84,2	84,6	15,8	15,4	2,5	2,3	1048	30
«Азбука молока»	84,5	83,9	15,5	16,1	1,5	1,2	1050	39
«Гадкий Я»	83,0	83,7	17	16,3	3,2	3,0	1045	32
«Большая кружка»	73,3	83,4	26,7	16,6	3,0	2,7	1045	35
<i>Parmalat</i>	82,3	82,1	17,7	17,9	1,9	1,8	1070	33
<i>Nesquik</i>	82,6	80,0	17,4	20,0	2,1	1,9	1080	42

В образцах коктейлей «Азбука молока» и «Гадкий Я» был обнаружен привкус сои, что, скорее всего, вызвано заменой производителем натурального молочного сырья на более дешевое, соевое. У образца «Dr. Сойер» ощущался вкус ананаса, а не указанного в маркировке сока персика; возможно, его добавлено меньше, чем заявлено на маркировке, либо не было. Повышенной приторностью отличались коктейли «Смешарики» и *Parmalat*, что предполагает большее количество сахара, чем в других образцах. Обнаружен легкий осадок какао в образцах «Гадкий Я» и «Большая кружка», что говорит о некачественном сырье либо о нарушении технологии изготовления напитков.

Согласно данным табл. 2, наибольшее отклонение по массовой доле влаги выявлено в коктейле «Большая кружка». Это касается и массовой доли сухих веществ: отклонение 10,1 %, следовательно, производитель разбавил продукт. В образце «Dr. Сойер» — значительное отклонение по показателю «массовая доля жира». Кроме того, его консистенция водянистая, а плотность ниже, чем у других образцов.

Таким образом, молочные коктейли являются популярным и перспективным продуктом на российском рынке, в то же время отсутствие стандартизированных требований создает трудности в их идентификации и оставляет пути для фальсификации. Семь из восьми наименований ароматизированных молочных коктейлей, реализуемых в торговой сети Хабаровска и исследованных нами, имели неудовлетворительные органолептические и физико-химические показатели, а также недостоверную маркировку. В основном обнаруженные дефекты могли быть вызваны несоблюдением рецептуры.

Список литературы

1. Тарантина Е. Культурная вещь: молочный коктейль. — URL: <http://i-gency.ru/news/lifestyle/2003-kultovaja-vesch-molochnyj-koktejl> (дата обращения: 30.09.2018).
2. Ароматизированное молоко. — URL: <http://sfera.fm/articles/aromatizirovannoe-moloko/> (дата обращения: 30.09.2018).
3. Пургина Е. А. Общая характеристика молочных коктейлей обогащенных стерилизованных / Е. А. Пургина, О. В. Горелик // Молодежь и наука. — 2017. — № 4. — 117 с.
4. Миронов В. Россияне стали пить вдвое больше «ароматизированного молока». — URL: rg.ru/2016/07/07/rossiiane-stali-pit-vdvoe-bolshe-aromatizirovannogo-moloka.html (дата обращения: 30.09.2018).

УДК 664.841:658.62

ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МАСЛИН В ЗАЛИВКЕ

И. Е. Кирьянова, студентка

З. Р. Сайфулина, канд. техн. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В данной статье представлена товароведная характеристика, витаминный и минеральный состав зрелых плодов оливок, используемых как сырье для производства консервов.

Ключевые слова: маслины, сырье, торговые марки, маркировка, органолептические, физико-химические показатели, качество.

Маслины - источник растительных жиров; при высоком содержании их в маслах они не являются вредными.

Маслины содержат в достаточных количествах жиры, пищевые волокна, незначительных - белки и углеводы. В значительных количествах присутствуют важные нутриенты: натрий (67,1 %) кальций (до 9 %), калий, фосфор и магний в пределах 1 %. Из микроэлементов преобладают медь (25 %), железо (18,3 %), селен (1,6 %), цинк (1,8 %) и др. Кроме того, маслины содержат большое количество витаминов: А, Е, С, группы В, РР (рис. 1). Содержание минеральных веществ представлено на рис 2.

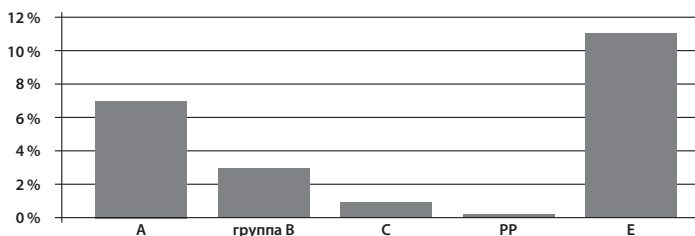


Рис. 1. Витаминный состав маслин

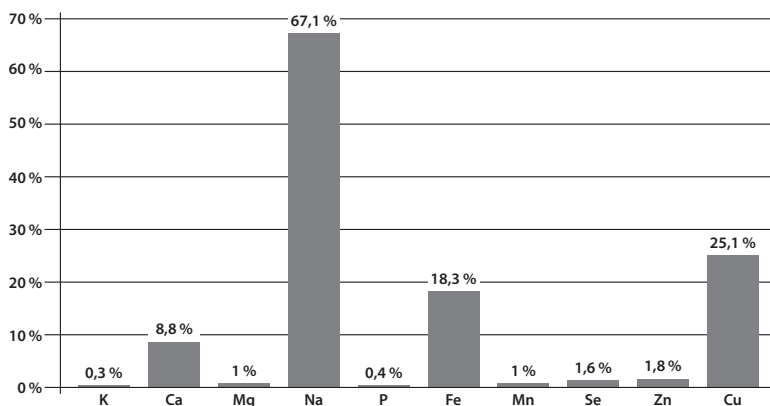


Рис. 2. Минеральный состав маслин

В зависимости от степени зрелости маслины бывают двух видов: плоды, которые созрели непосредственно на дереве, и те, которые получили свой цвет искусственно. Другой вид черных оливок — это

Blackoxidizedolives — черные окисленные кислородом оливки. При их изготовлении используют незрелые зеленые плоды, глубокий черный цвет они получают не от естественного созревания, а в процессе окисления, который осуществляется путем обработки плодов едким натром (пищевая добавка Е 524). В качестве стабилизатора окраски применяется глюконат железа (пищевая добавка Е 579) [2–3].

Исследованию качественных характеристик продукции посвящено достаточное количество работ, но изменяются технологии производства, появляется современное оборудование, методы контроля и т. д. [4–6].

Цель работы — провести оценку качества маслин в заливке, реализуемых в торговой розничной сети Новосибирска.

Объекты исследования консервы «Маслины в заливке» торговых марок:

«365 дней» (*Industrias Alimentarias de Navarra* S. A. U. Испания Импортер: ООО «Лента», Россия, Санкт-Петербург);

Iberica (Olive Line International, S. L Испания Импортер: ООО «Интерфуд» Россия, Москва);

Bonduelle (Industrias Alimentarias de Navarra S. A. U. Испания); «Лента» (*Ctra. De Cordola, s/n Apto de Correos, Antequera (Malaga) Spain*, Испания Импортер: ООО «Лента», Россия, Санкт-Петербург);

Maestro de Oliva (OliveLineInternational, S. L, Испания Импортер: ООО «Интерфуд» Россия, Москва).

Этапы оценки качества представлены на рис. 3.

Анализируя маркировочные данные исследуемых образцов продукции, отметим, что обязательные маркировочные данные присутствуют на всех образцах. Выявлено, что нет дополнительных маркировочных данных согласно Техническому регламенту ТР ТС022/2011 (ст. 4 п. 3): «Информация о подтверждении соответствия», которая отображается на упаковке «Знаком добровольной сертификации», и не указан нормативный документ, в соответствии с которым продукт возможно идентифицировать. Однако последний пункт для данных образцов может не указываться, т. к. продукция произведена зарубежными изготовителями, в частности Испанией [1].



Рис. 3. Схема оценки качества продукции

Вместе с тем следует отметить, что в составе всех исследуемых образцов указан фиксатор окраски — глюконат железа (Е 579). То есть сырьем служили не зрелые зеленые плоды, а оливки, которые искусственно окрасили в черный цвет. Поэтому название продукта «Маслины» не совсем правильно. Другой факт, подтверждающий наши выводы о том, что исходное сырье не маслины, а оливы, — дата изготовления консервов.

Срок созревания маслин на дереве в декабре, тогда как наши образцы, за исключением образца торговой марки «Лента», изготовлены в летне-осенние месяцы. Выделенный образец изготовлен в весенний месяц, возможно, из высушенного сырья, собранного в январе.

Согласно результатам органолептических показателей, во всех образцах плоды целые без плодоножки, от черного до темно-фиолетового цвета, упругие или мягкие, слегка сморщенные, в образце торговой марки *Maestro de Oliva* — плоды мягкие, разваренные. По вкусу плоды со слегка уловимым соленым вкусом, без горечи.

Выявлено, что массовая доля хлоридов — во всех образцах занижена и находится в пределах ниже допустимой; массовая доля

титруемых кислот — значительно ниже регламентируемых норм. Определение плодов в продукте показало, что в образце торговой марки «365 дней» доля плодов 34 %; *Iberica* — 43 %; *Bonduelle* — 40 %; «Лента» — 43 %, *Maestro de Oliva* — 34 %. Примеси в образцах отсутствуют.

Итак, делая выводы о качестве можно отметить следующее:

— маркировка неполная, отсутствует информация о сертификации продукта, а также нормативный документ, в соответствии с которым может быть отождествлен продукт; при анализе состава продукта, указанного на маркировке, установили, что в качестве сырья использованы оливки, которые окрасили для придания черного цвета, о чем свидетельствует присутствие фиксатора окраски — глюконата железа (Е 579);

— по массовой доле плодов — все исследуемые образцы не соответствуют требованиям действующего на территории России нормативного документа ГОСТ Р 55464–2013 «Консервы. Оливы или маслины в заливке». Хотя все образцы производства Испании, но изготовлены по заказу российских компаний;

— по органолептическим показателям не соответствует образец торговой марки *Maestro de Oliva* — плоды разваренные;

— по физико-химическим — все образцы не соответствуют установленным требованиям.

Надеемся, что полученные нами результаты будут использованы в работе торговых предприятий при заказе и реализации импортной продукции, плодовых консервов.

Список литературы

1. Импорт консервированных оливок. — URL: www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=776 (дата обращения: 1.03.19).
2. Оливки (маслины): польза и вред для организма. — URL: foodandhealth.ru/yagody/olivki/ (дата обращения: 1.03.2019).
3. Волкова М. Н. Анализ ассортимента и экспертиза качества консервированных оливок, реализуемых в торговых предприятиях г. Новосибирска / М. Н. Волкова, А. Д. Тухтарова, Н. А. Родькина [и др.] // Теоретические и практические проблемы развития современной науки: сб. мат. 7-й межд. науч.-практ. конф. — Махачкала: ООО «Апробация», 2015. — С. 44–45.
4. Гасанова А. Д. Выявление фальсификации консервированных оливок / А. Д. Гасанова // Социально-экономические и гуманитарные практики

- инновационного развития России: мат. всерос. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов, учителей и ученых. — Казань: Познание, 2017. — С. 87–88.
5. García P., Romero C. and Brenes M. Bioactive substances in black ripe olives produced in Spain and the USA. *Journal of Food Composition and Analysis*, 2018, V. 66, pp. 193–198. doi.org/10.1016/j.jfca.2017.12.022.

УДК 637.07

ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ПЛАВЛЕННЫХ СЫРОВ, ВЫРАБАТЫВАЕМЫХ РАЗНЫМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

Д. М. Кононова, студентка

А. А. Меркулова, ст. преподаватель

Московская государственная академия ветеринарной медицины
и биотехнологии им. К. И. Скрябина,
г. Москва, Россия

Статья посвящена изучению потребительских свойств плавленых сыров и оценке их качества с целью установления соответствия нормативно-технической документации по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям качества. Представлены достоверные данные по ряду показателей качества. Рассмотрены аспекты дегустации данного вида продукции. Представлена оценка потребительских свойств плавленых сыров КАРАТ, VIOLA, HOCHLAND. По результатам исследований сделаны соответствующие выводы о качестве исследуемых образцов.

Ключевые слова: плавленый сыр, потребительские свойства, качество, молочный продукт, молочный составной продукт.

Плавленый сыр всегда пользовался спросом как продукт, не требующий особых условий хранения, но обладающий рядом положительных качеств (простота в употреблении, быстрая усвояемость и насыщаемость).

В данной статье впервые представлена комплексная оценка качества (по широкому спектру показателей) сливочных плавленых сыров наиболее весомых представителей рынка (КАРАТ, VIOLA, HOCHLAND). Ранее в работах многих ученых, а также, курсовых и выпускных квалификационных работах рассматривались плавленые сыры, их технология и вопросы оценки качества [1–3], при этом большое внимание уделялось вопросам технологии.

В данной статье, напротив, в качестве объектов исследования выбраны плавленые сыры, наиболее востребованные потребителем; исследованы потребительские свойства и рассмотрены вопросы качества данного вида продуктов.

Плавленый сыр представляет собой молочный продукт или молочный составной продукт, в рецептуре которого присутствует сыр и (или) творог, молочные продукты переработки молока, эмульгирующие соли или структурообразователи, а также немолочные компоненты, добавленные не в целях замены составных частей молока. Плавленые сыры получают путем измельчения, плавления и эмульгирования в гомогенную расплавленную смесь одного или нескольких видов твердого (полутвердого) сыра и других дополнительных компонентов, в т. ч. солей-плавителей, благодаря которым создаются характерные консистенция и вкус.

Плавленые сыры обладают рядом преимуществ, если сравнивать их с твердыми сырами: процесс плавления сырной массы способствует гибели микрофлоры сырья, благодаря чему срок хранения продукта увеличивается. Жир находится в виде эмульсии, легко усваивается. Плавленый сыр не имеет корки, поэтому не вызывает сложностей в уходе при хранении. Уменьшение периода созревания плавленых сыров позволяет производителям сокращать затраты на их выпуск [4].

Качество продуктов напрямую влияет на здоровье потребителей и их работоспособность. Ежедневная потребность человека в незаменимых аминокислотах удовлетворяется почти на 40 % благодаря употреблению плавленого сыра. Потребительские предпочтения зависят от качества готового продукта. Необходима полная уверенность в безопасности потребления плавленых сыров, определить данный параметр можно при помощи исследований по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям [5].

Объектами для проведения исследования были выбраны плавленые сыры трех разных производителей: плавленый сыр КАРАТ, VIOLA, HOCHLAND; сливочные, без наполнителей, приобретенные в магазине.

Все плавленые сыры упакованы в контейнер прямоугольной формы, закрытый съемной крышкой. Швы между контейнером

и высечкой из алюминиевой фольги герметичные, ровные, без следов пригорания. Отрыв фольги совершается без применения дополнительных усилий и приспособлений. Поверхность всех образцов после удаления фольги — чистая, неподсохшая, неплесневелая. Потребительская тара без видимых повреждений и загрязнений. Образец плавленого сыра КАРАТ имел упаковку красно-желтого цвета, VIOLA — красного, HOCHLAND — золотисто-синего.

Маркировка у всех образцов полная, четкая, доступная, нанесена на поверхность упаковки четко, без отмарывания краски, отвечающая требованиям нормативной документации.

В табл. 1 представлены результаты органолептической оценки качества продукции.

Таблица 1

Органолептическая оценка качества плавленых сыров

Показатель	Требования ГОСТ 31690	Продукция торговой марки		
		КАРАТ	VIOLA	HOCHLAND
Вкус и запах	От слабо-выраженного сырного до сырного или кисло-молочный, сливочный. Допускается кислотавый или пряный и/или острый	Сливочный, слабый сырный привкус. Самый выраженный запах из всех образцов	Сливочный, присутствует сырный вкус. Наименее выраженный запах из всех образцов	Сливочный, слабо выраженный сырный привкус. Запах, свойственный данному продукту
Консистенция	Нежная, пластичная, мажущаяся и/или кремообразная. Однородная, равномерная по всей массе	Нежная, пластичная, мажущаяся, однородная по всей массе	Нежная, пластичная, мажущаяся, однородная по всей массе	Нежная, пластичная, мажущаяся, однородная по всей массе
Вид на разрезе	Отсутствие рисунка	Рисунок отсутствовал. Воздушных пустот и нерасплавленных частиц не обнаружено	Рисунок отсутствовал. Воздушных пустот и нерасплавленных частиц не обнаружено	Рисунок отсутствовал. Воздушных пустот и нерасплавленных частиц не обнаружено
Цвет продукта	От белого до интенсивно желтого	Светло-желтый (менее насыщенный), равномерный по всей массе	Светло-желтый, равномерный по всей массе	Светло-желтый (более насыщенный), равномерный по всей массе

Исходя из данных таблицы, все образцы схожи между собой, однако у каждого имеются незначительные особенности, отвечающие требованиям нормативной документации. Все исследуемые плавленые сыры обладают сливочным вкусом и запахом, свойственным данному виду продукта. Характеристика образцов: КАРАТ — слабый сырный привкус, однако самый выраженный запах; VIOLA — наименее выраженный запах из всех образцов, присутствует незначительный сырный привкус; HOCHLAND — слабо выраженный сырный привкус и запах. Консистенция у всех исследуемых образцов идентична — нежная, пластичная, мажущаяся, при этом однородна по всей массе. Отсутствие рисунка на разрезе — характерный признак всех исследуемых плавленых сыров. Воздушных пустот и нерасплавленных частиц не обнаружено ни в одном образце. Цвет продукта у образца КАРАТ светло-желтый разной интенсивности, равномерный по всей массе; VIOLA — наиболее насыщенный цвет, КАРАТ — наименее насыщенный.

Далее проводили дегустационную оценку исследуемых плавленых сыров. Образцы были доведены до одинаковой t тестирования (18–22 °С). Последовательность оценки: внешний вид, вкус и запах, консистенция, вид на разрезе, цвет продукта. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Дегустационная оценка плавленых сыров, балл ($n=3$)

Показатель	Продукция торговой марки		
	КАРАТ	VIOLA	HOCHLAND
Вкус и запах ($max - 15$)	14,4	14,8	14,6
Консистенция ($max - 9$)	8,4	8,6	7,8
Цвет ($max - 2$)	2,0	2,0	1,8
Вид на разрезе ($max - 2$)	2,0	2,0	2,0
Внешний вид, в т. ч. упаковка и маркировка ($max - 2$)	1,8	2,0	1,8
Общий балл (30)	28,6	29,4	28,0

Плавленый сыр КАРАТ получил 28,6 балла. Дегустаторы снизили баллы за слабовыраженный вкус продукта, слишком мажущуюся консистенцию и слегка поврежденную упаковку. Плавленый сыр VIOLA получил наивысший балл — 29,4. Незначительные замечания

возникли по поводу консистенции продукта, а также недостаточно выраженного запаха. Плавленный сыр HOCHLAND набрал наименьший балл — 28,0. Среди замечаний — неоднородный по всей массе цвет, слишком мажущаяся консистенция продукта, слабовыраженный запах. Также один из дегустаторов отметил трудную к прочтению маркировку из-за сливания цвета шрифта и фона упаковки.

Результаты физико-химических исследований плавленных сыров представлены в табл. 3.

Таблица 3

Физико-химические показатели плавленных сыров

Показатель	Требования ГОСТ 31690	Продукция торговой марки		
		КАРАТ	VIOLA	HOCHLAND
Массовая доля жира в сухом веществе, %	От 20,0 до 70,0 включ.	60,3	65,2	58,7
Массовая доля влаги, %	От 35,0 до 70,0 включ.	59,5	57,0	57,2
Массовая доля поваренной соли, %	От 0,2 до 4,0 включ.	0,9	0,5	0,7
Активная кислотность, pH	От 5,4 до 6,5	5,9	6,0	6,0
Массовая доля белка, %	Не регламентируется	6,3	8,3	9,1

Все образцы имеют низкое содержание соли и высокое содержание жира в сухом веществе. Результаты, полученные при проведении исследования, не превышают пределы предписанных в нормативной документации значений по физико-химическим показателям.

Заключительный этап — проверка образцов плавленного сыра на КМАФАнМ, БГКП, дрожжи и плесени, т. к. микробиологическая безопасность является одним из важных показателей качества пищевых продуктов.

Таблица 4

Микробиологическая оценка плавленных сыров

Показатель	Требования ТР ТС 033/2013	Продукция торговой марки		
		КАРАТ	VIOLA	HOCHLAND
КМАФАнМ, КОЕ/г	Не более $5 \cdot 10^3$	0 (нет роста)	$1 \cdot 10^2$	$2 \cdot 10^2$
БГКП (колиформы)	Не допускается в 0,1 г продукта	В 0,1 г не обнаружено	В 0,1 г не обнаружено	В 0,1 г не обнаружено
Дрожжи, КОЕ/г	Не более 50	0 (нет роста)	0 (нет роста)	0 (нет роста)
Плесени, КОЕ/г	Не более 50	0 (нет роста)	0 (нет роста)	0 (нет роста)

Все образцы плавленых сыров полностью соответствуют требованиям нормативной документации и безопасны для употребления в пищу.

По результатам проведенных исследований можно сделать следующие выводы: упаковка и маркировка, органолептические, физико-химические и микробиологические показатели образцов плавленых сыров соответствуют требованиям нормативной документации; результаты дегустации свидетельствуют о высокой оценке качества данного вида продукта. Производители плавленых сыров КАРАТ, VIOLA и HOCHLAND используют сырье высокого качества, соблюдают технологию производства, проверяют состояние упаковки и условия хранения.

Список литературы

1. Акманаева Ю. А. Органолептическая оценка качества и анализ потребительского предпочтения при выборе пастообразных сливочных плавленых сыров, реализуемых на рынке г. Перми / Ю. А. Акманаева // Аллея науки. — 2017. — Т. 1. — № 14. — С. 442–445.
2. Lupinская С. М. Изучение процесса плавления творожного сыра при производстве плавленых сыров / С. М. Lupinская, А. Н. Ганцева // Техника и технология пищевых производства. — 2017. — № 3 (46). — С. 43–49.
3. Мамаева А. В. Технология плавленых сыров с использованием морепродуктов // А. В. Мамаева, Н. Д. Родина, Е. Ю. Сергеева [и др.] // Биология в сельском хозяйстве. — 2016. — № 2 (11). — С. 15–17.
4. Елисеева Л. Г. Товароведение однородных групп продовольственных товаров / Л. Г. Елисеева, Т. Г. Родина, А. В. Рыжакова. — М.: Дашков и К°, 2017. — 930 с.
5. Коник Н. В. Товароведение продовольственных товаров / Н. В. Коник. — М.: Альфа-М: НИЦ «ИНФРА-М», 2013. — 416 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНСЕРВИРОВАННЫХ ПРОДУКТОВ ПЕРЕРАБОТКИ ПЛОДОВ КАЛИНЫ

З. Р. Сайфулина, канд. техн. наук, доцент

Е. Н. Степанова, канд. техн. наук, доцент

А. Н. Табаторович, канд. техн. наук

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье приведен анализ химического состава и показателей качества полуфабрикатов, произведенных из плодов калины: пюре, консервированного сорбатом калия, и подварки. Определены идентификационные показатели полуфабрикатов из калины.

Ключевые слова: калина, полуфабрикаты, пюре, подварка.

Калина является дикорастущим и введенным в культуру кустарником, реже — деревом семейства Адоксовые (*Adoxaceae*). Род калина (*Viburnum*) насчитывает более 160 видов, произрастающих в умеренных широтах Северного полушария. В Европе и Сибири преобладает калина обыкновенная, или красная (*Viburnum opulus* L.).

Плоды калины представляют собой сочные односемянные костянки. Применяются в традиционной и народной медицине как источник биологически активных веществ, обладающих гипотензивным, спазмолитическим, капилляроукрепляющим, кровоостанавливающим, антиоксидантным, С- и К-витаминным, антибактериальным и седативным эффектами. На основе плодов калины производят: мармелад, пастилу, желе, компоты, наливки, ликеры, сиропы, начинки для пирогов.

Цель работы — изучение химического состава и показателей качества продуктов переработки плодов калины, предполагаемых к применению в кондитерском производстве: пюре и подварки.

Новизна исследования в изучении содержания микронутриентов и показателей качества именно консервированных полуфабрикатов из плодов калины. Более ранние научные исследования посвящены сушеным или замороженным плодам калины.

В частности, В. Ю. Андреевой и др. исследован минеральный состав сушеных плодов калины различными методами, И. С. Маковской

и С. В. Новоселовым выявлен состав плодов и семян калины из Кемеровской области, И. Б. Перовой и др. изучены микронутриенты замороженных плодов калины [1; 3].

Свежие плоды дикорастущей калины были собраны в Тарском районе Омской области. Плоды подвергались инспекции, мойке в проточной холодной воде, бланшированию паром и последующему замораживанию при t около -25 °С. В замороженном состоянии плоды хранились 3 мес. После неполной дефростации удаляли плодоножки и проводили протирку плодов на протирочной машине МПР-350М с диаметром отверстий 1,5 мм. В пюре вводили консервант сорбат калия в дозировке 500 мг/кг. Хранение пюре — в стеклянных банках 0,5 дм³ при t от +2 до +8 °С.

Подварку из калины готовили увариванием пюре сахаром в соотношении 1:1,5 в варочном стальном котле с механической мешалкой, время варки устанавливали опытным путем (примерно 25 минут).

Применяли стандартизированные методы исследования свежих плодов и продуктов их переработки [4; 5]. Основной эксперимент проводили в Сибирском университете потребительской кооперации на базе лаборатории кафедры товароведения и экспертизы товаров.

Минеральный состав полуфабрикатов из калины, количество антоцианов, β -каротина и отдельных органических кислот определяли в лабораториях Новосибирского ЦСМ и Центра гигиены и эпидемиологии Омской области.

Пюре из калины по органолептическим показателям отвечало нормативам ГОСТ 32684 [6]: равномерно протертая масса без грубых частиц волокон и кожицы, с небольшой вязкостью, горьковато-вяжущий привкус и характерный запах, свойственный свежим плодам, цвет розовый. Выявить ослабление указанного привкуса в пюре после длительного замораживания плодов, на которое указывают ряд авторов, не удалось.

Подварка из калины обладала густой мажущейся консистенцией, имела темно-бордовый цвет, вкус сладкий, при этом горьковатый привкус практически не ощущался. По показателям качества подварка соответствовала требованиям ГОСТ 32741 [7].

Физико-химические показатели качества пюре и подварки из калины представлены в табл. 1.

Таблица 1

Физико-химические показатели пюре из калиныс ($X \pm \Delta x, n=4$)

Показатель	Значения и характеристика показателей
Массовая доля сухих веществ, %	11,6±0,7
Массовая доля титруемых кислот (в расчете на яблочную), %	1,93±0,05
pH, ед.	2,8±0,1
Массовая доля общего сахара, %	9,2±0,3
в т. ч.: сахарозы, %	0,4±0,1
редуцирующих сахаров, %	8,8±0,3
Массовая доля пектиновых веществ, %	1,08±0,11
в т. ч.: протопектин	0,06±0,01
растворимый пектин	1,02±0,10
Качественная проба на желе	Пюре хорошо желирует
Посторонние примеси	Не выявлены

Из данных табл. 1 следует, что пюре калины обладало сравнительно высокой кислотностью; наибольшая доля сахаров приходилась на редуцирующие сахара; почти весь пектиновый комплекс представлен растворимой фракцией. Выявлена хорошая студнеобразующая способность пюре, обусловленная высокой степенью этерификации пектиновых молекул (более 50 %) [2].

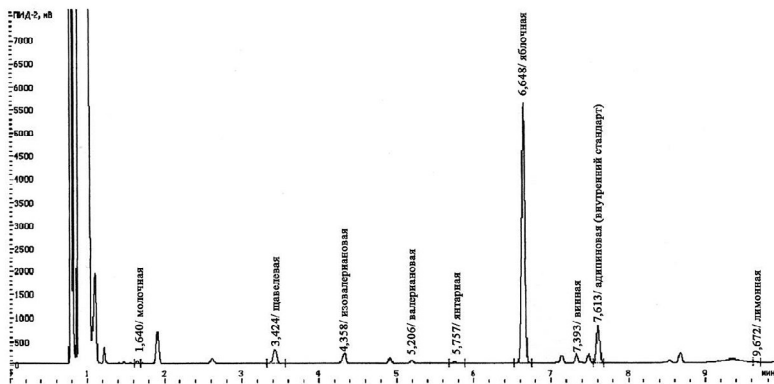
Содержание органических кислот в пюре из калины отражено в табл. 2, хроматограмма — на рисунке.

Таблица 2

Содержание органических кислот в пюре из калины ($X \pm \Delta x, n=4$)

Кислота	Содержание кислот, мг/100 г
Валериановая	47,3±8,5
Винная	менее 5,0
Изовалериановая	82,1±13,0
Лимонная	7,8±1,9
Щавелевая	105,0±25,0
Яблочная	1622,0±243,0
Янтарная	6,1±1,5

Хроматограмма органических кислот в пюре из калины (по оси абсцисс — время выхода, мин., по оси ординат — ток, мВ)



Из данных табл. 2 следует, что в пюре из калины преобладала *яблочная кислота*, что соответствует другим источникам. Отмечается значительный размах вариации ее содержания в калине [3].

Особенностью данного образца пюре является крайне низкое содержание лимонной кислоты (как в некоторых образцах замороженных плодов) [3].

Среди специфических кислот идентифицированы *валериановая* и *изовалериановая* в соотношении примерно 1/1,73. Их наличие — важнейший идентификационный признак подлинности состава плодов калины и полуфабрикатов из них.

Содержание микронутриентов в пюре из калины представлено в табл. 3.

Среди исследуемых макроэлементов пюре из калины хорошо обеспечено *калием*. Фактическое содержание микроэлементов (марганца, цинка, железа) ниже ранее полученных данных для плодов калины. В данном образце пюре значительно содержание природной аскорбиновой кислоты, что нехарактерно для переработанных фруктов.

Учитывая низкую долю антоцианинов, можно заключить, что большая часть полифенольных веществ в пюре калины приходится

на флавонолы, катехины и хлорогеновые кислоты, которые не определялись.

Таблица 3

**Содержание микронутриентов в пюре из калины, мг/ 100 г
($X \pm \Delta x, n=4$)**

Показатель	Значение показателей пюре
Минеральные вещества:	
калий	233,0 \pm 41,0
кальций	17,3 \pm 5,2
магний	7,8 \pm 2,3
марганец	0,019 \pm 0,009
цинк	0,070 \pm 0,009
железо	0,32 \pm 0,09
Аскорбиновая кислота	206,5 \pm 20,6
β -каротин	1,14 \pm 0,11
Суммарное содержание полифенольных веществ	542,5 \pm 61,0
в т. ч. антоцианины	13,8 \pm 1,7

Физико-химические показатели подварки из калины указаны в табл. 4.

Таблица 4

**Физико-химические показатели качества подварки из калины
($X \pm \Delta x, n=4$)**

Показатель	Значение показателей
Массовая доля сухих веществ, %	69,8 \pm 3,2
Массовая доля титруемых кислот (в расчете на яблочную), %	1,46 \pm 0,03
pH, ед.	3,3 \pm 0,1
Массовая доля общего сахара, %	68,4 \pm 2,8
в т. ч.: сахарозы, %	7,2 \pm 0,1
редуцирующих сахаров, %	61,2 \pm 2,5
Посторонние примеси	не выявлены

В подварке из калины за счет продолжительной термической обработки произошла инверсия добавленной сахарозы, как следствие,

большая часть общего сахара приходилась на редуцирующие сахара (в среднем 61,2 %).

Таким образом, проведенные исследования показывают практическую возможность получения полуфабрикатов на основе плодов калины. Пюре из калины целесообразнее использовать в производстве желе и желеино-фруктового мармелада, для коррекции вкуса комбинируя его с ароматным и/или низкокислотным пюре (земляничным, тыквенным и др.); подварку из калины — в производстве корпусов конфет и карамельных начинок.

Список литературы

1. Андреева В. Ю. Изучение элементного состава плодов калины обыкновенной и рябины обыкновенной различными современными методами / В. Ю. Андреева, Н. В. Исайкина, Т. Н. Цыбукова [и др.] // Химия растительного сырья. — 2016. — № 1. — С. 177–180.
2. Маковская И. С. Анализ и перспективы использования калины в производстве плодово-ягодных сиропов функционального назначения / И. С. Маковская, С. В. Новоселов // Ползуновский альманах. — 2011. — № 4 (2). — С. 137–145.
3. Перова И. Б. Биологически активные вещества плодов калины обыкновенной / И. Б. Перова, А. А. Жогова, А. В. Черкашин [и др.] // Химико-фармацевтический журнал. — 2014. — Т. 48. — № 5. — С. 32–39.
4. Лурье И. С. Технологический контроль сырья в кондитерском производстве / И. С. Лурье, А. И. Шаров. — М.: Колос, 2001. — 352 с.
5. Руководство по методам анализа качества и безопасности пищевых продуктов / под ред. И. М. Скурихина, В. А. Тутельяна. — М.: Брандес-Медицина, 1998. — 340 с.
6. ГОСТ 32684–2014. Полуфабрикаты. Пюре фруктовые, консервированные химическими консервантами. Технические условия. — Введ. 2016-01-01. — М.: Стандартинформ, 2014. — 10 с.
7. ГОСТ 32741–2014. Полуфабрикаты. Начинки и подварки фруктовые и овощные. Общие технические условия. — Введ. 2016-01-01. — М.: Стандартинформ, 2014. — 6 с.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МАРМЕЛАДА, РЕАЛИЗУЕМОГО НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ г. НОВОСИБИРСКА

Е. Б. Табала, канд. техн. наук

О. В. Щербинина, студентка

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлены результаты сравнительной оценки маркировки, органолептических показателей качества желейного мармелада разных предприятий-производителей.

Ключевые слова: мармелад, органолептические показатели, маркировка.

Рынок кондитерских изделий один из быстроразвивающихся. Современная кондитерская промышленность выпускает широкий ассортимент изделий, что обусловлено многообразием сырья, технологических способов приготовления и отделки [1–3].

Мармелад принадлежит к числу излюбленных компонентов пищевого рациона детей, подростков и взрослого населения. Согласно ГОСТ 6442–2014 «Мармелад. Общие технические условия», это сахаристое кондитерское изделие студнеобразной консистенции, имеющее определенную заданную форму. В соответствии с требованиями вышеуказанного нормативного документа в зависимости от студнеобразующей основы изготавливают мармелад:

- фруктовый (овощной) на основе желирующего фруктового и (овощного) сырья;
- желейно-фруктовый (желейно-овощной) на основе студнеобразователя в сочетании с желирующим фруктовым и (или) овощным сырьем;
- желейный, жевательный на основе студнеобразователя.

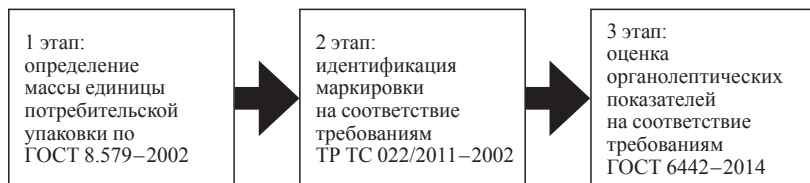
В настоящее время отечественные производители кондитерских изделий отдают предпочтение выпуску желейного мармелада, что обусловлено возможностью использования широкого спектра ингредиентов в рецептуре для формирования органолептических характеристик готового изделия.

Цель исследования — идентификация маркировки и оценка органолептических показателей желейного мармелада разных производителей:

- образец 1 — торговое название «Мармедольки», ООО «Невский кондитер Белинский», Пензенская область, г. Белинский;
- образец 2 — «Мармелад со вкусом лимона», ООО «Азовская кондитерская фабрика», г. Азов;
- образец 3 — «Фруктовые дольки», ООО «Старая кондитерская фабрика», Алтайский край, г. Барнаул.

Схема оценки качества желейного мармелада представлена на рисунке.

Схема оценки качества желейного мармелада



Оценка качества проводилась в лаборатории кафедры товароведения и экспертизы товаров Сибирского университета потребительской кооперации общепринятыми стандартными методами на соответствие требованиям действующей нормативной документации.

В первую очередь у всех образцов желейного мармелада определяли качество упаковки и массу нетто единицы потребительской упаковки — взвешиванием. Все исследуемые образцы желейного мармелада упакованы в прозрачную и непрозрачную герметичную полимерную упаковку, художественно оформленную. Дефектов упаковки не выявлено, однако прозрачная упаковка наиболее предпочтительна для потребителя, т. к. детально позволяет рассмотреть предлагаемую продукцию.

При определении массы единицы потребительской упаковки отклонений не выявлено, пределы допускаемых отрицательных отклонений соответствовали требованиям ГОСТ 8.579–2002 «Государственная система обеспечения единства измерений. Требования

к количеству фасованных товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте».

Все образцы желеиногo мармелада включают следующие показатели маркировки: наименование пищевой продукции, состав пищевой продукции, количество пищевой продукции, дату изготовления пищевой продукции, срок годности, условия хранения, наименование и место нахождения изготовителя, рекомендации и (или) ограничения по использованию, единый знак обращения продукции, что соответствует ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

Далее проводили исследования органолептических показателей желеиногo мармелада (табл.) на соответствие требованиям ГОСТ 6442–2014.

Таблица

Результаты исследования желеиногo мармелада

Наименование показателя	Требования по ГОСТ 6442–2014	Результаты исследования		
		«Мармелодольки»	«Мармелад со вкусом лимона»	«Фруктовые дольки»
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Вкус, запах и цвет	Характерный для данного наименования мармелада, без постороннего привкуса и запаха	Цвет изделия желтый и оранжевый, соответствует цвету внесенного пищевого красителя. Вкус лимонный, запах свойственный, без постороннего привкуса и запаха	Цвет изделия желтый, соответствует цвету внесенного красителя, вкус лимонный, с легким привкусом ароматизатора. Запах свойственный	Изделия разноцветные, соответствуют цвету внесенного красителя. Вкус и запах своиственные
Консистенция	Студнеобразная	Студнеобразная	Студнеобразная	Студнеобразная
Форма	Для формованного — правильная, с четким контуром, без деформации. Для резного — правильная, с четкими гранями без деформации. Допускается наличие деформированных изделий не более 10 % (по счету) у резного и не более 6 % (по счету) — остальных видов	Правильная, в виде лимонных долек, без деформации. Количество лома в единице потребительской упаковки — 4,3 %	Правильная, без деформации, в виде усеченного конуса	Правильная, без деформации, в виде долек

Окончание табл.

1	2	3	4	5
Поверх- ность	Глянцованная, без обсыпки или обсыпанная сахаром, в соответствии с рецептурой	Равномерно обсыпана са- харом	Глянцевая, без обсыпки са- харом	Равномер- но обсыпа- на сахаром

Из данных таблицы видно, что показатели «вкус, запах и цвет» у исследуемых образцов желейного мармелада соответствуют требованиям нормативной документации; цвет изделий виду внесенного красителя. В желейном мармеладе торговых наименований «Мармедольки» и «Мармелад со вкусом лимона» обнаружен легкий привкус ароматизаторов, что не существенно повлияло на органолептические характеристики. При определении показателей «консистенция», «форма», «поверхность» отклонений у исследуемых образцов не выявлено, за исключением продукции «Мармедольки» в потребительской упаковке обнаружены ломаные изделия, но в пределах требований, установленных нормативными документами.

В результате проведенных исследований отдельных качественных характеристик желейного мармелада производства ООО «Невский кондитер Белинский», ООО «Азовская кондитерская фабрика», ООО «Старая кондитерская фабрика» установлено соответствие потребительской упаковки требованиям нормативной документации. Органолептические показатели качества исследуемых образцов желейного мармелада в основном соответствуют требованиям ГОСТ 6442–2014, за исключением продукции торгового наименования «Мармедольки», (производителю следует, на наш взгляд, изменить вид упаковки, т. к. готовая продукция отличается хрупкостью). Таким образом, полученные результаты по оценке отдельных показателей желейного мармелада рекомендуется использовать при производстве и реализации продукции.

Список литературы

1. Магомедов Г. О. Оценка качества желейного мармелада с различным углеводным составом / Г. О. Магомедов, И. В. Плотникова, М. Г. Магомедов [и др.] // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. — 2018. — № 1 (361). — С. 69–73.

2. Резниченко И. Ю. Потребительские свойства мармелада с гранатовым и свекольным соком / И. Ю. Резниченко, Т. В. Рензяева, Т. Ф. Киселева [и др.] // Ползуновский вестник. — 2018. — № 1. — С. 13–16.
3. Тефикова С. Н. Расширение ассортимента желейного формового мармелада на основе овощного пюре / С. Н. Тефикова, И. А. Никитин, Н. Б. Кондратьев [и др.] // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. — 2018. — Т. 80. — № 2 (76). — С. 165–174.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

УДК 658.3/5

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ЦЕХА ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ МЯСНЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ)

А. А. Анохина, студентка

Д. В. Купчак, канд. техн. наук, доцент

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

В статье представлены основные элементы внедрения системы менеджмента пищевой безопасности на заготовочных предприятиях общественного питания (при изготовлении мясных полуфабрикатов с целью получения качественной продукции, пользующейся спросом у потребителей).

Ключевые слова: заготовочные предприятия общественного питания, система менеджмента качества, мясные полуфабрикаты.

Образ жизни современного человека определяет возрастающий спрос на продукты питания, не требующие значительных затрат (временных, материальных и т. д.). Разрабатываются новые виды продукции, в т. ч. полуфабрикаты, с использованием сырья животного и растительного происхождения, содержащего в достаточном количестве необходимые нутриенты (белки, жиры, углеводы, биологически активные вещества).

Качество и безопасность пищевой продукции - необходимые характеристики, которые требуют управления со стороны организации и должны обеспечиваться ежедневно. Поэтому система управления качеством требует постоянного совершенствования.

Исследования в области управления качеством в сфере общественного питания ранее приводились в работах Л. А. Маюрниковой, Т. В. Крапивы, Ш. А. Сфиева и др. [1; 4]. Однако в них не рассматривались аспекты менеджмента качества на заготовочных предприятиях общественного питания.

Для роста производительности труда, снижения себестоимости высококачественной продукции целесообразна централизация выработки мясных полуфабрикатов. Последнее позволяет механизировать

многие трудоемкие работы, осуществляемые вручную (погрузочно-разгрузочных и др.), поточность изготовления, эффективность использования оборудования и т. д.

Согласно ГОСТ 31989–2012 «Услуги общественного питания. Общие требования к заготовочным предприятиям общественного питания», заготовочное предприятие общественного питания предназначено «... для производства продукции общественного питания, снабжения доготовочных предприятий общественного питания, магазинов и отделов кулинарии, предприятий розничной торговли, а также для доставки потребителям по их заказам на дом, в офисы, на рабочие места и др.».

Видом и объемом перерабатываемого сырья и полуфабрикатов, ассортиментом и объемом изготавливаемой продукции, контингентом потребителей определяется вид и наименование заготовочного предприятия общественного питания.

Процесс обработки мяса в специализированном цехе по производству мясных полуфабрикатов в зависимости от кондиции получаемого сырья осуществляется по одной из схем, приведенных в табл. 1 (согласно ВТНП 04–86 «Ведомственные нормы технологического проектирования заготовочных предприятий общественного питания по производству полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий»).

Таблица 1

Технологические операции обработки мяса

Кондиция сырья	Термическое состояние	Технологические операции первичной обработки мяса	Технологические операции по производству полуфабрикатов
Мясо в четвертинах, полутушах, тушах	Мороженое	Размораживание, зачистка, обмывание, обсушивание и разделка (деление на отруба, обвалка отрубов, выделение крупнокусковых частей, их жилловка и зачистка)	Приготовление порционных, мелкокусковых и рубленых полуфабрикатов, укладка их в функциональные емкости и маркировка, охлаждение, транспортирование в экспедицию
	Охлажденное	Зачистка, обмывание, обсушивание и разделка (деление на отруба, обвалка отрубов, выделение крупнокусковых частей, их жилловка и зачистка)	
Мясо крупным куском	Мороженое	Размораживание, мытье, обсушивание	
	Охлажденное	Мытье, обсушивание	

Для сохранения качества и увеличения сроков хранения готовой продукции технологические процессы на заготовочных предприятиях должны быть организованы с соблюдением требований действующих нормативных документов, определенных ГОСТ 31 989, ГОСТ Р 53 523 «Услуги общественного питания. Общие требования к заготовочным предприятиям общественного питания» и представленных в табл. 2 [5].

Таблица 2

**Базовые требования к организации производства
на заготовочных предприятиях**

Требования	Характеристика
К составу помещений	Согласно технологическим расчетам, действующих СНиП, нормам проектирования
Организации производства	Организовано по инновационным технологиям, с самостоятельными технологическими линиями (участками)
Оборудованию	Современное многофункциональное технологическое оборудование и контрольно-измерительные приборы для производства конкретных видов полуфабрикатов
Освещению	Комбинированное — естественное и искусственное, чтобы исключить травматизм на рабочем месте
Поточности технологических процессов	Минимальная протяженность технологических потоков, исключены встречные производственные потоки движения сырья и полуфабрикатов, чистой и использованной посуды и тары
Поточности транспортных процессов	Минимальная протяженность транспортных потоков, исключены возвратные, петлеобразные и транзитные движения через цехи и их отделения (участки)
Таре	Гастрономические емкости, изотермические контейнеры
Упаковке	Современные виды упаковочных материалов, в т. ч. с применением вакуума и модифицированной газовой среды
Реализации	Оборудована экспедиция
Производственному контролю	Согласно требованиям действующего санитарного законодательства, санитарных норм и правил, надлежащих практик GMP (<i>Good Manufacture Practice</i> — надлежащая (хорошая) производственная практика) и GHP (<i>Good Hygiene Practice</i> — надлежащая (хорошая) гигиеническая практика), принципов HACCP

Контроль качества производства, в т. ч. безопасности, осуществляется на заготовочных предприятиях общественного питания постоянно на всех этапах (от поступления сырья до реализации)

в соответствии с действующими национальными нормативными документами (ГОСТ 31986–2012 «Услуги общественного питания. Метод органолептической оценки качества продукции общественного питания», ГОСТ 30390–2013 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия» и пр.).

В настоящее время происходит ужесточение требований к безопасности производства при использовании новых технологий и оборудования; введение корпоративных и международных стандартов наряду с соблюдением уже установленных национальных норм, санитарных и противопожарных правил.

Согласно п. 4.18 ГОСТ 31989, заготовочные предприятия общественного питания должны «...разрабатывать, документально оформлять, внедрять и поддерживать в рабочем состоянии систему менеджмента безопасности изготавливаемой продукции...» в соответствии с ИСО 22000:2005 «Системы менеджмента безопасности пищевых продуктов. Требования ко всем организациям в цепи производства и потребления пищевых продуктов» и ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», в соответствии с принципами НАССР.

С целью обеспечения стабильного качества выпускаемой продукции и удовлетворения требования потребителей, а также обеспечения новых рыночных возможностей на действующих и вновь проектируемых заготовочных предприятиях, в т. ч. специализированных цехах по производству мясных полуфабрикатов, возникла необходимость:

-разработки и внедрения процедур, основанных на принципах НАССР по ГОСТ Р 51 705.1–2001 «Системы качества. Управление качеством пищевых продуктов на основе принципов ХАССП. Общие требования»;

— на действующих и вновь проектируемых заготовочных предприятиях, в т. ч. специализированных цехах по производству мясных полуфабрикатов;

— неукоснительного соблюдения требований законодательства Евразийского экономического союза, Российской Федерации, предъявляемых к выпускаемой продукции и процессам ее производства;

- модернизации оборудования; внедрения и использования современных технологий производства;
- постоянного повышения квалификации и профессионализма сотрудников заготовочных предприятий общественного питания;
- понимания и признания каждым сотрудником полноты всей ответственности за результаты своей деятельности.

Программы по внедрению системы менеджмента качества и безопасности продукции обеспечат стабильное и перспективное развитие предприятия во внешней среде: выполнение обязательных требований нормативно-технической документации, положительный имидж, позитивное общественное мнение, участие в тендерах и др.

Таким образом, введение системы НАССР на заготовочных предприятиях означает осуществление контроля опасностей, которые могут возникнуть на различных этапах производства, вместо общей проверки уже произведенной продукции.

Список литературы

1. Крапива Т. В. Системный подход к управлению качеством продукции общественного питания в условиях инновационного развития: дисс. ... канд. техн. наук / Т. В. Крапива. — Кемерово, 2013. — 147 с.
2. Маюрникова Л. А. Обоснование необходимости внедрения систем качества на предприятиях общественного питания / Л. А. Маюрникова, Т. В. Крапива, А. А. Кокшаров // Ползуновский вестник. — 2011. — № 3/2. — С. 192–196.
3. Сфиев Ш. А. Управление повышением качества обслуживания посетителей на предприятиях общественного питания. — URL: cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-povysheniem-kachestva-obsluzhivaniya-posetiteley-na-predpriyatiyah-obschestvennogo-pitaniya (дата обращения: 05.04.2018).
4. Ким Е. В. Организация контроля качества на предприятиях общественного питания. — URL: cyberleninka.ru/article/v/organizatsiya-kontrolya-kachestva-na-predpriyatiyah-obschestvennogo-pitaniya (дата обращения: 05.04.2018).
5. Гаврилова Ю. А. Система GMP как инструмент управления качеством и безопасностью продукции / Ю. А. Гаврилова, Е. П. Гаврилова // Успехи современного естествознания. — 2014. — № 11–1. — С. 134–136.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ВЫСОКИМ СОДЕРЖАНИЕМ ПИЩЕВЫХ ВОЛОКОН

И. П. Березовикова, д-р биол. наук, профессор

Е. Л. Зырянова, аспирант

А. Ю. Сараханов, студент

В. Е. Шомко, магистрант

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлена рецептура хлебобулочных изделий с высоким содержанием пищевых волокон (7,2 %) на основе композиции муки пшеничной цельнозерновой, первого сорта и льняной, пригодная для использования в технологии частичной выпечки (с целью продления срока годности хлебобулочных изделий).

Ключевые слова: хлебобулочные изделия, пищевые волокна, льняная мука, цельнозерновая мука, частичная выпечка.

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта СибУПК им. доцента П. Д. Березовикова

Хлеб — один из главных продуктов россиян. Согласно современным нормам питания, рекомендуемое потребление хлебных продуктов в год на одного человека составляет 96 кг (263 г/день) [1].

Вместе с тем до настоящего времени одной из проблем питания россиян остается недостаточное потребление пищевых волокон (ПВ) — высокомолекулярных соединений, представленных целлюлозой, пектиновыми веществами, гемицеллюлозами и лигнином, известных своими протективными свойствами в отношении хронических неинфекционных заболеваний [2; 3].

Учитывая, что хлеб — продукт массового потребления, одним из реальных способов повышения потребления пищевых волокон является увеличение производства хлебобулочных изделий с их высоким содержанием.

К перспективным видам сырья с высоким содержанием ПВ можно отнести муку цельнозерновую из любых видов зерновых (пшеница, рожь, овес и др.), а также льняную.

Льняная мука представляет собой шрот — результат помола семян льна и последующего извлечения масла. Льняная мука известна как продукт, способствующий улучшению работы желудочно-кишечного тракта. Это связано с высоким содержанием в ней пищевых волокон (30–35 %) [4; 5].

Цельнозерновые продукты в отличие от рафинированных содержат повышенное количество пищевых волокон, антиоксидантов, витаминов, незаменимых жирных кислот, других компонентов, обладающих профилактическими свойствами. Например, мука пшеничная из цельного зерна содержит 10,7 % пищевых волокон, 61,8 мкг/100 г селена, 0,5 мг тиамина, 72,8 мг бетаина, 1,9 мг токоферола. Большинство из указанных компонентов находятся в зародыше и отрубях, которые удаляют в процессе рафинирования зерна [6].

Одна из основных проблем в производстве хлеба и его реализации — короткий срок годности. Результатом изменений, возникающих в процессе хранения хлеба, является черствение, значительно ухудшающее органолептические свойства продукта, а также снижение микробиологической безопасности. Один из вариантов решения проблемы — использование тестовых заготовок различной степени готовности, а именно частичной выпечки (до 60 % готовности) с последующим замораживанием.

Несмотря на многочисленные разработки последних лет по использованию льняной и цельнозерновой муки в рецептурах хлеба, исследования по применению технологии замороженных частично выпеченных изделий на основе этих видов сырья практически не встречаются. Поэтому разработка рецептур хлебобулочных изделий с высоким содержанием пищевых волокон для технологии частичной выпечки является актуальной.

Цель исследования — разработка и апробация рецептуры хлебобулочного изделия на основе цельнозерновой пшеничной и льняной муки производства частично выпеченных и замороженных заготовок.

Задачи исследования:

— разработка рецептуры мучной смеси для производства хлебобулочных изделий частичной выпечки с высоким содержанием пищевых волокон;

- разработка рецептуры хлебобулочного изделия;
- отработка технологических параметров производства изделий;
- определение показателей качества и пищевой ценности изделий.

Использованы следующие материалы: мука пшеничная из цельносмолотого зерна «Рязаночка», производитель АО «Зерно-продукт» Россия (Рязанская область), СТО 31606713-005-2018; мука пшеничная Алтайская 1 сорт «Дивинка», ООО «Дивинка» (Алтайский край), ГОСТ Р 52189–2003; мука льняная «Компас здоровья», ООО НПО «Компас Здоровья» (Новосибирск), СТО 68311059-005-2011; дрожжи хлебопекарные сушеные, ГОСТ Р 54845–201; вода питьевая, ГОСТ Р 51232–98; масло растительное подсолнечное, ГОСТ 1129–2013; соль пищевая ГОСТ Р51574–2018.

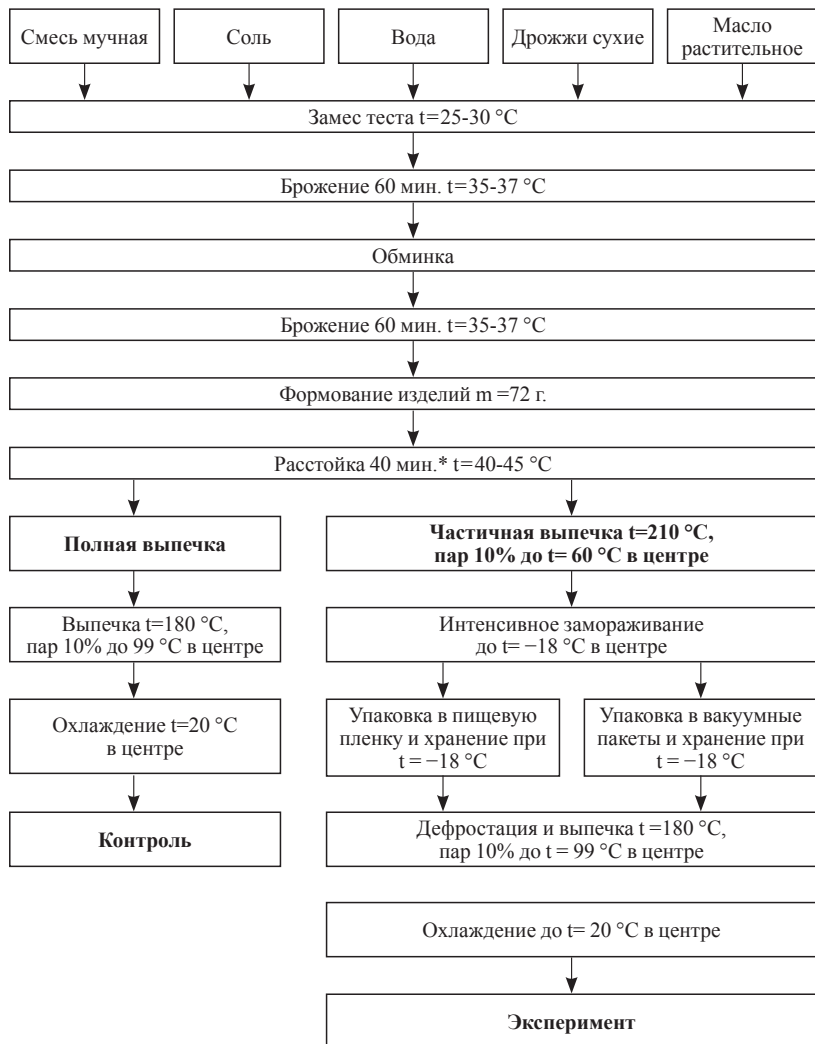
Методы исследования

Определение физико-химических и органолептических показателей — принятыми для исследования хлебобулочных изделий стандартными методами. Масса полуфабрикатов и готовых изделий — гравиметрически, с использованием электронных весов марки SW, модель SW-5, цена поверочного деления 2. Брожение, расстойка, выпечка, дефростация изделий производились в пароконвектомате *Rational SCC 615 SENSES* (Германия). Замораживание частично выпеченных изделий — в шкафу интенсивного замораживания *Zanussi*, при $-35\text{ }^{\circ}\text{C}$ в рабочей камере.

Полностью выпеченные изделия использованы в качестве контроля (К), а частично выпеченные с последующим замораживанием, низкотемпературным хранением, дефростацией и довыпечкой — как экспериментальные образцы (Э). Технологическая схема приведена на рисунке.

Статистическая обработка результатов проведена с использованием пакета программ Статистика 6.0. Результаты исследований представлены в виде средней и ошибки средней ($M \pm m$).

Технологическая схема для контрольных и экспериментальных образцов хлебулочных изделий



Результаты исследования и их обсуждение

Для производства хлебобулочных изделий с высоким содержанием пищевых волокон предложена смесь, в составе которой мука пшеничная 1 сорт и мука пшеничная цельнозерновая используются в соотношении 1:1, а количество муки льняной – 16 % к общей массе мучной смеси. Указанные соотношения выбраны на основе данных, представленных ранее авторами проведенных исследований оптимальных количеств льняной и цельнозерновой муки в рецептурах хлеба [7; 9]. Таким образом, в использованной мучной смеси содержится 11,9 % пищевых волокон, что позволяет прогнозировать их высокое содержание в готовых изделиях.

В рецептуре изделий мучная смесь и вода использованы в соотношении 1,5:1. Соль и дрожжи – в количестве 1,5 % к массе муки, масло растительное – 5 % к массе муки. Массовая доля влаги в тесте составила $43,5 \pm 0,01$ %, что соответствует нормативам для пшеничных хлебов. В результате полной выпечки контрольных образцов массовая доля влаги в мякише составила $35,6 \pm 0,02$ %, а в экспериментальных – $44,6 \pm 0,02$ %. Эти результаты полностью согласуются с результатами определения упека изделий. Для контрольных изделий он составил $24,1 \pm 0,02$ %, а для экспериментальных – $16,7 \pm 0,01$ %.

Следствием различий в упеке являются и различия в органолептических показателях контрольных и экспериментальных образцов. У контрольных образцов корочка становилась сухой, у экспериментальных – слегка хрустящая, но при этом мягкая.

Вкус и аромат как контрольных, так и экспериментальных образцов не отличались, имели легкий привкус льняной муки. Однако по показателю качества мякиша установлены различия. У контрольных изделий мякиш мажущий и при легком сжатии пальцами плохо восстанавливал форму. У экспериментальных – пропеченный, нелипкий, невлажный на ощупь и при легком сжатии пальцами между верхней и нижней корками принимал первоначальную форму. Показатель формуемости (h/d) был одинаковым: $0,55 \pm 0,02$ % (К) и $0,53 \pm 0,02$ % (Э) ($p > 0,05$).

Расчет пищевой ценности с учетом потерь массы: белки 11,2 %, жиры 6,2 %, углеводы 39,2 %, энергоценность 257 ккал/100 г. Содержание пищевых волокон 7,2 %.

Таким образом, содержание пищевых волокон в порции 100 г составляет 36 % рекомендуемого суточного потребления (20 г), это хлебобулочное изделие можно рекомендовать для употребления как источник пищевых волокон. Подобранный композиция муки пшеничной 1 сорта и цельнозерновой в сочетании с мукой льняной позволяет применить технологию частичной выпечки с увеличением срока годности изделий за счет интенсивного замораживания и низкотемпературного хранения.

Список литературы

1. Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания: Приказ Минздрава России от 19.08.2016. — № 614. — 5 с.
2. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации: методические рекомендации. — М.: Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2009. — 38 с.
3. Рацион питания населения. 2013: статистический сборник / Росстат. — М.: ИИЦ «Статистика России», 2016. — 220 с.
4. Супрунова И. А. Мука льняная — перспективный источник пищевых волокон для разработки функциональных продуктов / И. А. Супрунова, О. Г. Чижикова, О. Н. Самченко // Техника и технология пищевых производств. — 2010. — № 4.
5. Бурцева Е. И. Льняная мука как перспективное сырье для пищевой промышленности / Е. И. Бурцева, А. С. Орехова, Д. Г. Рязанцев // Научные записки ОрелГИЭТН. — 2014. — С. 396–400.
6. Березовикова И. П. Обоснование режимов микронизации зерна пшеницы для производства цельнозерновых продуктов / И. П. Березовикова, П. Е. Влощинский // Техника и технология пищевых производств. — 2011. — № 3. — С. 5–8.
7. Mervat E. D., Mahmoud K. F., Barih G. F., Albadawy W. Effect of fortification by full fat and defatted flaxseed Flour sensory properties of wheat bread and lipid profile laste // International journal of current microbiology and applied sciences. — 2015. — V. 4. — P. 581–598.
8. Menteş Ö., Bakkalbaşı E. E., Ercan R. Effect of the Use of Ground Flaxseed on Quality and Chemical Composition of Bread// Food Science and Technology International. — 2008. — P. 299–306. a
9. Ngozi A. A. Effect of whole wheat flour on the quality of wheat-baked bread // Global Journal of Food Science and Technology. — 2014. — V. 2. — № 3. — P. 127–133. a

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ И РЕЦЕПТУРЫ И ТОВАРОВЕДНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЖИНА

А. В. Жебо, канд. техн. наук, доцент

М. С. Федоренко, студент

Хабаровский государственный университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

В статье приводятся результаты разработки рецептуры и оценка качества джина на дальневосточном растительном сырье. Разработанный продукт выгодно отличается от аналогов уникальным составом, оригинальными, ярко выраженными органолептическими характеристиками.

Ключевые слова: джин, ассортимент, показатели качества, балльная оценка, дальневосточное растительное сырье.

Джин является напитком с многовековой историей (начиная с 1688 г.). Это крепкий алкогольный напиток, получаемый путем перегонки зернового спирта с добавлением пряностей (ангелики, фиалкового корня, можжевельной ягоды, кориандра, миндаля и др.). Он стал культовым напитком Великобритании, а также национальным напитком Нидерландов.

Цель работы — анализ ассортимента и потребительских свойств джина, реализуемого в торговой сети Хабаровска, а также разработка технологии и рецептуры джина на местном дикорастущем сырье и оценка его потребительских свойств.

Впервые применена особая технологическая обработка растительного сырья для повышения выхода экстрактивных веществ и их максимального сохранения, а также использованы новые виды сырья, которые ранее не применялись для джинов. Изучению джина посвящены работы Э. Тузмухаметов, В. Позняковский, Э. Стюарт и др. [1–5].

Для анализа структуры торгового ассортимента джина было обследовано пять питейных заведений и специализированных магазинов Хабаровска. Для характеристики структуры торгового ассортимента джина анализ проводили по следующим признакам: виду, маркам, стране происхождения, изготовителю, объему и цене реализации.

Вид джина определяется способом его производства, а также географическим положением производителя. Анализ рынка по виду джина, реализуемого в заведениях Хабаровска, показал, что наибольшую долю занимает джин *London Dry Gin* (90 %). Это связано с тем, что это распространенный и исторически заложенный способ приготовления джина, а характеристики такого джина признаны во всем мире. Он обладает ярким и приятным ароматом и терпким богатым вкусом.

Наибольшую долю среди торговых марок занимает джин *Bombay Sapphire* (25 %); данная марка сегодня принадлежит концерну *Bacardi* — мировому гиганту по производству алкогольной продукции, а также джин *Tanqueray* (21 %), который входит в число премиальных напитков этого класса продукции.

Часто встречаемой страной производства и происхождения является Англия (50 %), а также большое распространение имеет джин Испании (25 %).

Джин является довольно дорогим продуктом, т. к., в основном производится за границей. Помимо затрат за акциз в нашей стране идет начисление за транспортировку и хранение.

В России не производят качественного джина, но есть большие ресурсы для его создания. На основании проведенных исследований экспериментальным путем были отобраны отдельные виды сырья и на базе органолептической оценки составлены три рецептуры.

Для объективной характеристики разработанных образцов проведена сравнительная характеристика качества пяти наименований джина различных производителей, реализуемого в заведениях общественного питания Хабаровска.

Джин *Larios* сегодня — самый известный напиток в мире благодаря своей необычной технологии производства. Особенность этого напитка в необычном рецепте его приготовления, а также состав: экстракт апельсиновой корки, спелые ягоды можжевельника и кориандр. Немаловажным фактором, влияющим на прекрасное качество напитка джина *Larios*, является технология дистилляции.

Джин *Gordon's*. Британский джин, выпускаемый с 1769 г. Сегодня бренд прочно удерживает позиции самого продающегося

«лондонского сухого» в мире, более ста лет является любимым джином англичан. Первым производителем и крестным отцом напитка стал шотландец Александр Гордон. Изобретенный рецепт оказался настолько удачным, что не меняется до сих пор (и, разумеется, хранится в строжайшем секрете — точный состав и пропорции знают только 12 человек). Известно, что в рецептуру входит можжевельник, кориандр, ангелика, лакрица, корень фиалки, цедра апельсина и лимона. Дистилляция длится 10 дней, кроме того, в напиток не добавляют сахар.

Bombay Sapphire («Бомбей Сапфир»). Несмотря на название, явно отсылающее к Ост-Индской компании, это довольно молодой бренд, который появился в 1987 г. и сегодня принадлежит концерну *Bacardi*. В рецепт напитка входит 10 ингредиентов (не считая 100 % зернового спирта): миндаль, лимонная цедра, лакрица, ягоды можжевельника, корень фиалки, ангелика, кориандр, кассия, кубеба и мелегетский перец (райские зерна). Джин «Бомбей Сапфир» дистиллируют не в медных, а в особых «каттерхидских» кубах. Трава помещают в специальные сетчатые корзины, чтобы пары спирта дополнительно насыщались ароматами. Благодаря этой технологии джин приобретает легкий цветочный букет.

Hendrick's Gin («Хендрикс») — шотландский джин, производимый компанией *William Grant & Sons* в Гирване, Шотландия. Бренд появился в 1999 г. Помимо традиционного вкуса джина, который дает можжевельник, в *Hendrick's* присутствует вкус болгарской розы (*Bulgarian rose*) и огурца. Джин также обладает ароматом можжевельника и кориандра. Бутилируется в фирменные темные непрозрачные («аптечные») бутылки. Все эти качества включают джин в категорию «Ботаникл джин».

Captain's Gin Platinum («Капитанский джин») — бесцветный напиток со сложным ароматом, который готовят с использованием ароматного спирта из смеси ягод можжевельника, семян кориандра, аниса, тмина, кардамона и корня солодки, ароматного спирта апельсинового масла, розового и коричневого масел, сахарного сиропа; крепость — 45 % об. «Капитанский Джин Платинум» производится и разливается на предприятии «Алвиз» группы компаний «Синергия».

Как показали исследования, все образцы соответствуют нормативным требованиям. В составе присутствует ароматизатор пищевой «Масло эфирное апельсиновое», т. е. продукт не является настоящим джином, т. к. оригинальный джин не имеет подобных компонентов.

Все пять образцов соответствуют нормативным требованиям (ГОСТ 33817–2016 «Спирт этиловый из пищевого сырья, напитки спиртные. Методы органолептического анализа»). Образец под наименованием *Captain`s Gin Platinum* соответствует требованиям, но значительно отличается от оригинальной продукции по органолептическим показателям.

Из физико-химических показателей в джине определяли крепость, массовую концентрацию сахара и кислот в пересчете на лимонную кислоту. Все образцы соответствуют требованиям ГОСТ 34149–2017 «Джин. Технические условия».

Органолептические показатели разработанных джинов имеют высокую оценку. Обладают гармоничным ярким ароматом, слаженным и жгучим вкусом. Физико-химические показатели, в т. ч. показатели безопасности, соответствуют требованиям ГОСТ 34149–2017.

По данным эксперимента по производству собственного джина, считаем возможным создание качественного продукта с использованием дальневосточного сырья.

На основании проведенных исследований рекомендовано провести патентный поиск с целью проверки степени уникальности технологии производства джина и возможности оформления патента.

Список литературы

1. Тузмухамедов Э. Крепкие спиртные напитки мира / Э. Тузмухамедов. — М: ВВРГ, 2008. — 360 с.
2. Конильяро Т. Коктейли. Алхимия вкуса и аромата / Т. Конильяро. — М.: Ко-Либри, 2014. — 224 с.
3. Уондрич Д. История великих коктейлей / Д. Уондрич. — Нью-Йорк: ВВРГ, 2013. — 352 с.
4. Стюарт Э. Хмельной ботаник: путеводитель по алкогольной флоре планеты. — СПб.: Питер, 2016. — 368 с.
5. Экспертиза напитков. Качество и безопасность / под общ. ред. В. М. Позняковского. — Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2007. — 407 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПШЕНИЧНЫХ ОТРУБЕЙ В ТЕХНОЛОГИИ ХОЛОДНЫХ ЖЕЛИРОВАННЫХ ДЕСЕРТОВ

Л. Г. Крошина, ст. преподаватель

Д. А. Малыгин, студент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье предлагаются новые рецептуры холодных десертов с применением различных отрубей.

Ключевые слова: новые технологии продуктов переработки сырья, холодные десерты, органолептическая оценка, отруби ржаные, отруби пшеничные.

Академик И. П. Павлов определил значение десертов так: «Еда, начатая с удовольствием, вследствие потребности в еде, должна и заканчиваться им же ...». В настоящее время десерты в большом ассортименте предлагаются и пищевой промышленностью, и общественным питанием.

В этой группе блюд много жирных кислот, различных сахаров. Для улучшения пищевой ценности десертов предлагается использовать отруби пшеничные и ржаные, произведенные по специальной технологии [1].

В настоящее время их широко применяют в пищевом промышленном производстве. Предлагается их использование в предприятиях общественного питания для приготовления холодных желированных десертов. Для отработки выбрана холодная группа десертов: желе и муссы.

Применялись пшеничные и ржаные отруби, произведенные по специальной технологии, что позволяет сохранить уникальные свойства отрубей как источника пищевых волокон. Отруби улучшают обмен веществ, работу кишечника, выполняют роль абсорбента.

Поэтому интерес представляет расширение ассортимента холодных десертов с использованием отрубей.

Цель работы — разработать рецептуру холодных десертов с использованием пшеничных и ржаных отрубей.

Задачи:

- отработка с определением оптимального количества отрубей в рецептурах десертов;
- разработка рецептуры и технологии желе;
- расчет пищевой ценности разработанного десерта;
- расчет пищевой ценности десерта;
- определение органолептических показателей;
- разработка технической документации.

Использовались «Отруби ржаные» (ТУ 9295-004-37365860-2013) и «Отруби пшеничные» (ТУ/ТШ 10.61.40-007-09645951).

Исследования проводили с определением пищевой ценности расчетным методом [2].

Десерт состоит из желе сливочного (сливки 33 %, сок лимона, сахар, желток яйца, желатин), соуса из манго (манго, сахар, сливки 33 %), глянсажа (шоколад молочный, сахар, сливки 33 %), оформляется крамблом (сливочное масло, мука, сахар).

Отруби пшеничные или ржаные вводили в сливочное желе. Сравнивали с желе без наполнителя. Вводили в желе с выходом 1 порции 100 г по 8 и 16 г отрубей соответственно. В результате отработки по органолептической оценке (внешний вид, цвет, вкус, запах, текстура) оптимальным оказалось желе, в состав которого входили 8 г пшеничных отрубей. Расчет энергетической и пищевой ценности — в табл. 1.

Таблица 1

**Химический состав десертов: «Желе сливочное»,
«Желе сливочное с наполнителем»**

Наименование показателей	Содержание	
	«Желе сливочное»	«Желе сливочное с наполнителем»
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Белки, %	11,512	10,2
Жиры, %	43,0	40,6
Углеводы, %	44,8	43,1
Пищевые волокна, %	0,006	0,04
Витамины, мг		
<i>B</i> ₁ , тиамин	0,6	1,01

Окончание табл. 1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<i>B</i> ₂ , рибофлавин	0,8	0,8
<i>B</i> ₄ , холин	0,4	1,5
<i>B</i> ₅ , пантотеновая	1,7	5,2
<i>B</i> ₆ , пиридоксин	1,8	7,0
<i>B</i> ₉ , фолаты	5,4	5,4
<i>C</i> , аскорбиновая	14,4	14,4
<i>E</i> альфа-токоферол	—	—
Минеральные вещества, мг/100 г		
Кальций	173,7	185,7
Фосфор	89,5	165,5
Калий	165	266,6
Магний	24,3	60,1
Железо	1,2	2,3
Натрий	69,0	69,7
Энергетическая ценность		
Калорийность, ккал	319,5	313,0
Пищевые волокна, г		
Пищевые волокна	0,5	4

Согласно результатам химического состава, пищевые волокна увеличились в 8 раз (20 % суточной потребности (20 г) в пищевых волокнах). Возросло количество витаминов группы *B* (*B*₁, *B*₄, *B*₅, *B*₆). Улучшился минеральный состав: больше кальция, фосфора, калия, магния, железа, незначительно натрия.

Калорийность снизилась по сравнению с контрольной отработкой. Следовательно, внесение пищевых волокон в холодные желированные десерты целесообразно для повышения их пищевой ценности.

Таблица 2

Органолептические показатели десертов

Показатель	«Желе сливочное»	«Желе сливочное с наполнителем»
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Внешний вид	Сливочное желе определенной формы, однородное по составу	Сливочное желе определенной формы, с равномерно распределенными вкраплениями

1	2	3
Цвет	Белый, с гляссажем шоколадного цвета, соусом желтого цвета	Белый, с вкраплениями серо-коричневого цвета, равномерно распределенными по всему объему, с гляссажем шоколадного цвета, соусом желтого цвета
Вкус	Желе — выражено сливочный, с ноткой лимонного сока; соус — кисло-сладкий, нежный	Желе — выражено сливочный, с ноткой лимонного сока, с вкусовым оттенком пшеничных отрубей; соус — кисло-сладкий, нежный
Запах	Соответствует ингредиентам, входящим в состав	Соответствует ингредиентам, входящим в состав
Текстура	Желе держит форму, колющейся консистенции, соус средней густоты, крамбл хрустящий	Желе держит форму, колющейся консистенции, соус средней густоты, крамбл хрустящий

Таким образом желе с наполнителем приобрело пикантный вкус, внешний вид — с небольшими включениями. Балльная оценка десерта высокая (5), что соответствует техническим требованиям технических документов. Разработаны технические документы на данный десерт (технологическая и технико-технологическая карты).

Список литературы

1. Лавров Л. Ю. Использование вторичных ресурсов переработки пшеницы в производстве колбасных изделий / Л. Ю. Лавров, Е. Л. Барцова // Научная дискуссия: вопросы технических наук: сб. ст. по материалам L–L1 Межд. науч.-практ. конф.
2. Химический состав Российских пищевых продуктов / под ред. И. М. Скурихина, В. А. Тутельяна. — М.: ДеЛи-принт, 2008. — 276 с.
3. СанПиН 2.3.2.1078–01. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности продуктов.
4. СанПиН 2.3.2.1324–03. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов.
5. ГОСТ Р 53106–2008. Услуги общественного питания. Метод расчета отходов и потерь сырья и пищевых продуктов при производстве продукции общественного питания. — М.: Стандартинформ, 2008.
6. ГОСТ Р 53105–2008. Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию. — М.: Стандартинформ, 2009. — 12 с.
7. ГОСТ Р 53104–2008. Услуги общественного питания. Метод органолептической оценки качества продукции общественного питания. — М.: Стандартинформ, 2009. — 12 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОДУКТОВ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕ ДЕСЕРТОВ

Д. С. Кулешова, студентка

Т. В. Худякова, студентка

О. Д. Варнавская, канд. техн. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлены новые рецепты десертов с применением в них растительного сырья, при производстве которого использовались инновационные технологии.

Ключевые слова: инновационные технологии продуктов переработки сырья, десерты, органолептическая оценка, отруби ржаные экструдированные, ягода черника быстрозамороженная, пищевые волокна.

На сегодняшний день ассортимент десертов, выпускаемых пищевой промышленностью и общественным питанием, довольно широк. Десерты популярны благодаря высоким органолептическим показателям, пищевой ценности и высокой усвояемости.

Вместе с тем именно эта группа продуктов питания является одним из источников как насыщенных жирных кислот, так и рафинированного сахара, характеризуется невысоким содержанием или полным отсутствием пищевых волокон. Основная задача — сделать десерты более сбалансированными по химическому составу.

Это направление возможно реализовать за счет использования в рецептурах десертов продуктов переработки сырья растительного происхождения, для производства которого использовались инновационные технологии.

Уникальными источниками пищевых веществ являются отруби ржаные экструдированные, а также ягоды быстрозамороженные. Существуют работы, посвященные применению продуктов переработки (отрубей) в промышленных пищевых технологиях [2; 3]. Однако экструдированные отруби используются в чистом виде [5]. В данной статье предлагается их применять для предприятий общественного питания при производстве десертов.

Объектами исследования выбраны ржаные отруби, произведенные по экструзионной технологии, что позволяет сохранить уникальные свойства отрубей. При гранулировании отрубная масса уплотняется почти в 10 раз, в такой форме она дольше хранится [5].

Известно, что отруби ржаные — источник пищевых волокон, которые в настоящее время широко применяются благодаря многофункциональности [6].

Приоритетным направлением является использование продукции, которая подвергнута шоковому замораживанию. Ягода черника быстрозамороженная — естественный источник биологически активных соединений. При таком способе заморозки в ягодах сохраняются 75–90 % витаминов, антиоксидантов, минеральных веществ и прочих элементов, цвет и вкус, а срок хранения увеличивается [1; 4].

Большой интерес представляет расширение ассортимента десертов за счет использования данного вида продукции.

Цель работы — создание рецептур десертов с применением в них растительной продукции, при производстве которой использовались инновационные технологии.

Задачи:

- определение оптимального количества растительных ингредиентов в рецептурах десерта;
- разработка рецептур и технологий десертов с растительными ингредиентами;
- расчет пищевой ценности разработанных рецептур;
- определение органолептических показателей для новой продукции;
- разработка технической документации.

Объекты исследования: «Отруби ржаные» (ТУ 9295-004-37365860-2013), «Ягода черника быстрозамороженная» (ТУ 9165-039-004933534-10); полуфабрикаты песочного теста и с «Отрубями ржаными». Творожено-сметанная масса и масса с добавлением «Ягоды черники быстрозамороженной» или «Отрубей ржаных».

Исследования проводили по общепринятым методам: пищевую ценность определяли расчетным методом [7], органолептическую оценку — по пяти показателям (ГОСТ 31986–2012).

Результаты исследования и их обсуждение.

Основное технологическое преимущество пищевых волокон — это способность связывать воду, что улучшает структурно-механические свойства теста и изделий. Замена части муки на отруби ржаные (пищевых волокон 37 г на 100 г, по данным производителя) поможет обогатить десерт пищевыми волокнами.

Для выбора оптимального уровня замены муки в песочном тесте на отруби ржаные определяли органолептические показатели качества полуфабрикатов песочного теста (внешний вид, цвет, консистенцию (текстуру), вкус и запах).

В рецептуре заменяли 10, 20 и 30 % пшеничной муки.

Органолептические показатели имеют большое значение. Поэтому было проведено исследование органолептических свойств выпеченных полуфабрикатов песочного теста с разным процентом замены муки на отруби пшеничные.

При замене 30 % муки на отруби ржаные появился значительный привкус и запах отрубей, изделия темнеют, что ухудшает внешний вид.

Полученные результаты свидетельствуют, что наилучшими показателями качества обладает образец песочного полуфабриката с заменой 20 % пшеничной муки отрубями ржаными.

Помимо замены части муки растительные ингредиенты («Ягоду чернику быстрозамороженную» или «Отруби ржаные») добавили в творожено-сметанную массу.

В рецептуре заменяли 20, 30, 40 % творога.

При замене творога на чернику быстрозамороженную или отруби ржаные до 30 % наблюдается улучшение внешнего вида изделий, цвета, вкуса и запаха, а замена 40 % сопровождается ухудшением текстуры для первого полуфабриката и вкусовых характеристик для второго.

Данные результаты исследования послужили основанием для разработки рецептур и технологий десертов с растительными ингредиентами: «Твороженный» (без добавок — контроль), «Творожено-черничный с отрубями», «Твороженный с отрубями».

Десерты состоят из двух слоев: нижний слой — корж из песочного теста высотой 3 см, верхний — творожено-сметанная масса (творог

2 %, сметана 10 %, яйцо куриное, масло сливочное, сахар-песок) высотой 2 см. Форма десертов в виде цилиндра.

Все показатели качества в дальнейшем сравнивали с десертом «Твороженный» (контроль). Отруби ржаные вводили в десерт «Твороженный с отрубями» взамен 30 % творога в творожено-сметанную массу. В десерте «Творожено-черничном с отрубями» в корж из песочного теста вносили 20 % отрубей ржаных взамен части муки и 30 % ягоды черники быстрозамороженной взамен части творога.

Расчет пищевой ценности разработанных рецептов представлен в табл. 1.

Таблица 1

**Химический состав десертов «Твороженный»,
«Творожено-черничный с отрубями»,
«Твороженный с отрубями»**

Наименование показателя	Содержание		
	«Твороженный»	«Творожено-черничный с отрубями»	«Твороженный с отрубями»
Белок, %	8,5	7,3	8,1
Жир, %	15,5	15,2	15,3
Пищевые волокна, %	0,9	2,5	3,7
Углеводы, %	40,1	39,1	42,7
Витамины			
Витамин В ₁ , тиамин (мг)	0,04	0,04	0,04
Витамин В ₂ , рибофлавин (мг)	0,02	0,05	0,02
Витамин В ₄ , холин (мг)	17,94	15,34	17,94
Витамин В ₅ , пантотеновая (мг)	0,11	0,11	0,11
Витамин В ₆ , пиридоксин (мг)	0,05	0,04	0,05
Витамин В ₉ , фолаты (мкг)	7,67	8,71	7,67
Витамин С, аскорбиновая (мг)	0,06	1,39	0,06
Витамин Е, альфа токоферол, ТЭ (мг)	0,40	0,44	0,40
Минеральные вещества, мг/100 г			
Кальций	43,58	35,23	34,85
Фосфор	27,77	25,55	27,77
Калий	44,14	43,49	44,14
Магний	5,45	4,70	5,45
Железо	0,37	0,33	0,30
Калорийность, кКал			
Калорийность (кКал)	333,9	319,1	330,7

Анализ химического состава десертов показал, что по сравнению с контролем содержание пищевых волокон увеличилось в десерте «Творожено-черничный с отрубями» и «Твороженнсq с отрубями» в 2,5 и 4 раза, что составило соответственно 13 и 19 % от рекомендуемой суточной потребности (МР 2.3.1.1915–04). Содержание витамина С увеличилось в десерте «Творожено-черничный с отрубями» в 2,3 раза. Калорийность десертов снизилась вследствие внесения растительных ингредиентов в рецептуры. Таким образом, данные растительные ингредиенты целесообразны для увеличения пищевой ценности десертов.

Основные показатели, характеризующие качество десертов, представлены в табл. 2.

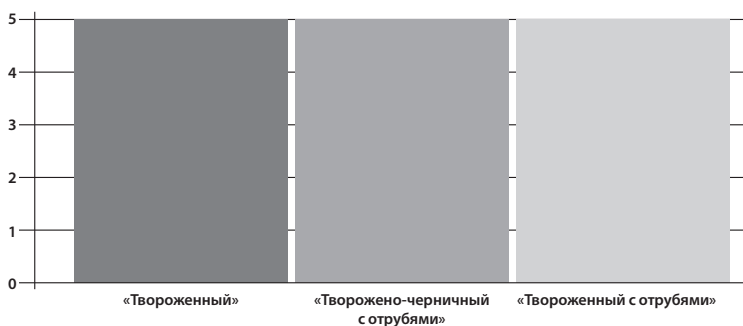
Таблица 2

**Показатели качества десертов «Твороженный»,
«Творожено-черничный с отрубями»,
«Твороженный с отрубями»**

Показатели качества	«Твороженный»	«Творожено-черничный с отрубями»	«Твороженнсq с отрубями»
Массовая доля влаги, %	12,7	18,2	12,7
Внешний вид	Изделие цилиндрической формы	Изделие цилиндрической формы	Изделие цилиндрической формы
Цвет	Белый с равномерно-золотистым колером, корж светло-коричневый	Фиолетовый, корж светло-коричневый	Белый с равномерно-золотистым колером, корж светло-коричневый
Вкус	Характерный для изделия с начинкой из творога и выпеченного песочного полуфабриката	Характерный для изделия с начинкой из творога с черникой и выпеченного песочного полуфабриката с отрубями	Характерный для изделия с начинкой из творога с отрубями и выпеченного песочного полуфабриката
Запах	Свойственный для изделия с начинкой из творога и выпеченного песочного полуфабриката	Свойственный для изделия с начинкой из творога с черникой и выпеченного песочного полуфабриката с отрубями	Свойственный для изделия с начинкой из творога с отрубями и выпеченного песочного полуфабриката
Текстура	Корж рассыпчатый, масса из творога мягкая	Корж плотный, слегка рассыпчатый, масса из творога мягкая	Корж рассыпчатый, масса из творога слегка плотная

Большую влажность десерту «Творожено-черничный с отрубями» в сравнении с остальными изделиями придает черника, но при этом на качественные характеристики это не влияет. Использование растительных ингредиентов привносит оригинальный и необычный вкус, который высоко оценили участники, проводившие органолептическую оценку (рис.)

Органолептические показатели десертов ($M \pm m$, $n=5$)



Все десерты получили высший балл (5), что говорит об их соответствии требованиям технических документов.

На новые изделия разработаны технико-технологические карты.

Представленные десерты обладают хорошими органолептическими свойствами. Добавление в рецептуру растительных ингредиентов позволило повысить содержание пищевых волокон.

Список литературы

1. Красноселова Е. А. Способы консервирования плодовых, ягодных культур, их эффективность / Е. А. Красноселова, М. П. Кучева // Проблемы развития технологий создания, сервисного обслуживания и использования технических средств в агропромышленном комплексе: мат. межд. науч.-практ. конф. (Воронеж, 15–16 ноября 2017 г.). — Воронеж, 2017. — С. 167–172.
2. Лаврова Л. Ю. Использование вторичных ресурсов переработки пшеницы в производстве колбасных изделий / Л. Ю. Лаврова, Е. Л. Борцова // Научная дискуссия: вопросы технических наук: сб. ст. по материалам L–LI Межд. науч.-практ. конф. — № 9–10 (38). — М.: Интернаука, 2016. — С. 79–83.
3. Лаврова Л. Ю. Современные методы переработки и использования вторичных зерновых ресурсов в производстве продуктов питания для населения

- региона / Л. Ю. Лаврова // Урал — XXI ВЕК: Регион инновационного развития: мат. II Межд. науч.-практ. конф. В 2-х т. (Екатеринбург, 29–30 ноября 2017 г.). — Екатеринбург, 2017. — С. 215–218.
4. Маматов Ш. М. Изучение режимов шоковой заморозки сельхозпродуктов / Ш. М. Маматов, З. К. Эргашева, М. М. Арипов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2018. — № 6. — С. 27–29.
 5. Оспанов А. А. Технология производства экструзионных полизлаковых продуктов питания высокой степени готовности / А. А. Оспанов, А. К. Тимурбекова, Н. Ж. Муслимов [и др.] // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК — продукты здорового питания. — 2015. — № 1. — С. 38–45.
 6. Позняковский В. М. Физиология питания: учебник / В. М. Позняковский, Т. М. Дроздова, П. Е. Влощинский. — СПб.: Лань, 2018. — 432 с.
 7. Химический состав российских пищевых продуктов: справочник / под ред. И. М. Скурихина, В. А. Тутельяна. — М.: ДеЛи принт, 2002. — 235 с.

УДК 664.681.1

ОБОСНОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПИЩЕВЫХ ВОЛОКОН ДЛЯ ОБОГАЩЕНИЯ МУЧНЫХ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

О. И. Любимова, ст. преподаватель

В. С. Степовая, студентка

Хабаровский университет экономики и права,
г. Хабаровск, Россия

В статье представлена информация о пищевых волокнах, повышающих пищевую ценность мучных кондитерских изделий.

Ключевые слова: пищевые волокна, мучные кондитерские изделия, сдобное печенье.

Научная новизна предлагаемого решения заключается в обосновании необходимости оптимизировать структуру питания, как взрослого, так и детского населения за счет обогащения мучных кондитерских изделий пищевыми волокнами, в количестве, необходимым для жителей Дальнего Востока (неблагоприятные климатические условия). Реализация изделий планируется, и на предприятиях общественного питания, что значительно расширит ассортимент.

Качество питания напрямую связано со свойствами сырья, входящего в состав продуктов питания. В рационе каждого человека

должны быть витамины, минеральные вещества и пищевые волокна в достаточном количестве. На основе этого получены конкретные формулы питания, которые ориентированы на определенные климатические и социальные условия.

Создание продуктов функционального назначения, в качестве необходимого компонента в рационе питания человека, проживающего в экологически неблагоприятных регионах, является актуальной задачей. К таким территориям относится Дальневосточный регион, в т. ч. Хабаровский край, где отмечено резкое снижение иммунитета и нарушение обмена веществ у значительной части населения.

По данным института питания РАМН, у большинства жителей нашей страны выявлены нарушения полноценного питания, обусловленные многими факторами (недостаточным потреблением пищевых веществ, нарушением их пищевого статуса и пр.), т. е. недостаток потребления разнообразных нутриентов (растительных жиров, белков, пищевых волокон и т. д. [1].

Пищевые волокна — это разнообразные по составу и строению волокнистые вещества растительного происхождения [2]. Благодаря достаточному потреблению пищевых волокон, уменьшается риск развития сахарного диабета, увеличивается секреция ряда ферментов и гормонов, улучшается перистальтика кишечника. Недостаточное потребление волокон приводит к развитию рака толстой кишки и других отделов кишечника.

Пищевые волокна (растворимые и нерастворимые) по-разному влияют на функции пищеварительного тракта, поскольку в нем отсутствуют ферменты, отвечающие за расщепление пищевых волокон, а последние, следовательно, достигают толстого кишечника в первоначальном виде [3]. Содержащиеся здесь бактерии обладают ферментами, способными метаболизировать некоторые волокна, в первую очередь растворимые, за счет ферментации бактерии получают энергию для размножения и строительства новых клеток [3].

Пищевые волокна положительно влияют не только на организм человека, но и имеют технологические преимущества при изготовлении мучных кондитерских изделий: уменьшение потерь при тепловой обработке; продление сроков хранения изделий; снижение

их калорийности; улучшение структуры и внешнего вида готового изделия; снижение массовой доли жира и сахара в изделиях.

Согласно МР 2.3.1. 19150–04 «Рекомендуемые уровни потребления пищевых и биологически активных веществ», разработанными ГУ НИИ питания РАМН, суточная норма потребления пищевых волокон 20–40 г [4]. Учитывая тяжелые климатические условия Дальневосточного региона, суточная норма потребления пищевых волокон должна составлять 70 г [5].

Выявлено, что в мучных кондитерских изделиях содержится незначительное количество пищевых волокон и зависит в основном от используемых ингредиентов. Так, например, клетчатки в 100 г готовых изделиях из муки 1 сорта 0,1 г, что свидетельствует о том, что дополнительное введение в рецептуру пищевых волокон позволит создать новые виды продукции с функциональными свойствами.

Основной задачей производителей является создание новых изделий с пищевыми волокнами, сбалансированных в соответствии с потребностями организма человека в пищевых волокнах, сохраняющих качество готового продукта.

Цель исследования — определение качественных характеристик пищевых волокон для обогащения сдобного печенья, предназначенного для реализации на предприятиях общественного питания и в розничной сети.

В настоящее время на российском рынке кондитерских изделий представлены две крупные товарные группы:

— сахаристые кондитерские изделия — карамель, ирис, конфеты глазированные, шоколад и шоколадные изделия, халва, мармелад и пастильные изделия, восточные сладости и проч.;

— мучные кондитерские изделия — печенье, торты, пряники и коврижки, вафли, кексы, пирожные и др.

Исследования российского рынка проводятся регулярно в связи с развитием общества, технологий и т. д. Выявлено, что ассортимент печенья, представленный на рынке мучных кондитерских изделий Хабаровского края, разнообразен. Но, к сожалению, на долю печенья функционального назначения, в составе которого имеются пищевые волокна, приходится всего 8 % (рис.). Необходимо расширять данный сегмент.

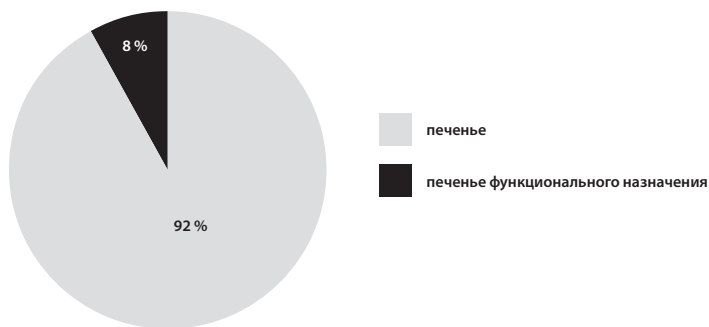


Рис. 1. Доля функциональных продуктов, обогащенных пищевыми волокнами, среди ассортимента печенья, представленного на рынке мучных кондитерских изделий Хабаровска

Потенциальными потребителями печенья функционального назначения являются детские сады, школы, вузы, социальные учреждения, розничная сеть магазинов и супермаркетов, предприятия общественного питания, аптечная сеть.

Пищевые волокна представляют собой органическое мелкозернистое балластное вещество (на 97 % состоит из балластных веществ), нерастворимое в воде и жире, термостабильное [6]. В таблице представлены качественные характеристики пшеничных волокон и яблочной клетчатки фирмы J. RETTENMAIER & SOHNE GmbH (Германия).

Таблица

Качественные характеристики пищевых волокон

Показатель	Пищевые пшеничные волокна	Яблочная клетчатка
1	2	3
Внешний вид	Кремовый пушистый порошок	Кремовый пушистый порошок
Вкус	Нейтральный	Вкус яблока
Запах	Нейтральный	Яблочный
Водосвязывающая способность, г воды/г	6,8	8,6
Адсорбция, г жира/г	6,9	6,9 г жира/г
Уровень Aw	0,44	0,44

Окончание табл.

1	2	3
Калорийность, ккал/г	0,09	0,09
Насыпной вес, г/дм ³	273±41	85±13
Средняя длина волокон, мкм	250	250
Средняя толщина волокон,	25	25
Содержание балластных веществ, %	79	97
Влага, % не более	8	8
Зола, % не более	3	3
Протеин, %	0,4	0,4
Жир, %	0,2	0,2
Уровень pH (10 %-ного р-ра)	6,5 ± 1,5	6,5 ± 1,5

Проведенные органолептические исследования установили, что пищевые волокна обладают чистым, нейтральным вкусом, без посторонних запахов, обладают способностью расширить вкусовые ощущения готовой продукции, поскольку могут удерживать и подчеркивать вкус и запах других рецептурных ингредиентов. Главная технологическая особенность пищевых волокон — способность впитывать большое количество влаги и превращаться в гелеобразную массу. Благодаря этому свойству пищевые волокна отлично скрепляют тесто и придают мучным изделиям пористую воздушную структуру. Пищевые пшеничные волокна и яблочная клетчатка улучшают пышность, пластичность, устойчивость к механическому воздействию, однородность теста.

Таким образом, для расширения ассортимента функциональных продуктов питания целесообразно использовать при создании сдобного печенья пищевые волокна фирмы J. RETTENMAIER & SOHNE GmbH (Германия).

Список литературы

1. Хохлова А. И. К вопросу освоения новых технологий получения пшеничной муки с сохранением периферийных частей зерна /А. И. Хохлова, Франк С. С., В. В. Матюшев // Проблемы современной аграрной науки: мат. межд. заоч. науч. конф. — Красноярск: [КрасГАУ], 2011. — С. 245–246.
2. Пищевые волокна как функциональные ингредиенты в функциональном питании: лекция. — URL: www.ronl.ru/lektcii/biologiya/849462/ (дата обращения: 25.05.2018).

3. О пользе пищевых волокон: где содержатся пищевые волокна и какую роль играют. — URL: www.artofcare.ru/top/2919.html (дата обращения: 03.06.2018).
4. Рекомендуемые уровни потребления пищевых и биологически активных веществ: метод. рекомендации. МР 2.3.1.1915–04 (утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 02.07.2004).
5. Организация рационального питания школьников в Республике Бурятия / Вост.-Сиб. гос. технол. ун-т; авт.-сост. В. Н. Лузан [и др.]. — Улан-Удэ: изд-во ВСГТУ, 2008. — 116 с.
6. Могильный М. П. Современные направления использования пищевых волокон в качестве функциональных ингредиентов / М. П. Могильный, Т. В. Шленская, М. К. Галюкова [и др.] // Новые технологии. — 2013. — № 1. — С. 27–31.

УДК 642.5

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВКУСОМ В СЕТЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Е. В. Махачева, канд. тех. наук

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассмотрен процесс разработки системы управления вкусом в сетевых предприятиях общественного питания с целью воспроизведения заданного вкуса и сохранения стабильного качества продукции.

Ключевые слова: сеть предприятий общественного питания, ресторанный сеть, управление вкусом, система управления качеством, внутренний контроль.

Современный рынок общественного питания в России динамично развивается и представлен предприятиями различных форматов и направлений. При этом наблюдается тенденция активного развития сетевых структур ресторанного бизнеса, доля которых около 80 % .

Под сетью предприятий общественного питания (ресторанной сетью) понимается «объединение двух и более зависимых и/или экономически самостоятельных предприятий общественного питания с одинаковой и/или разной концепцией, объединенных в единую формальную (или неформальную) централизованную (или децентрализованную) сетевую структуру, в основе которой лежат долговременные (или краткосрочные) устойчивые организационно-хозяйственные,

производственно-кооперационные, информационные и другие связи» [7].

Сетевые формы ведения бизнеса придерживаются принципов комплексности, взаимодополняемости, стандартизации, ресурсосбережения, что позволяет иметь ряд конкурентных преимуществ по отношению к единичным предприятиям общественного питания.

Одной из причин провала сетевой модели может стать несоблюдение технологической дисциплины, стандартов качества продукции и услуг [4; 7]. Внутренний контроль позволяет снизить вероятность этого и повысить эффективность деятельности предприятия в целом.

В настоящее время ведущие международные и региональные организации проводят исследования и продолжают разработки в области внутреннего контроля. Методики создания документов, регулирующих внутренний контроль, а также вопросы управления качеством и безопасностью продукции на основе принципов ХАССП с учетом ключевых тенденций развития общественного питания и выделением сетевой формы предприятий рассмотрены в работах А. В. Азыдовой [1; 2], Н. И. Барышниковой [3], К. Ф. Механцевой [5; 6], Е. С. Стукаловой [8] и др. Одними авторами представлен алгоритм разработки документов по внутреннему контролю в рамках бизнес-циклов «Закупки», «Выручка», «Заработная плата», «Казначейство»; другими — система управления качеством и безопасностью в рамках процессов «Маркетинг и заключение договоров», «Планирование и управление производством», «Проектирование и разработка», «Закупки сырья и материалов», «Производство», «Управление оборудованием», «Мониторинг процессов и продукции»; «Реализация». Кроме того, большое внимание уделено анализу качества обслуживания сетевых предприятий.

Следует отметить, что для сетевых предприятий ключевым результатом процесса производства является точное воспроизведение вкуса. Это сложный процесс, который часто дает сбои и систематические ошибки. В вышеперечисленных работах данный процесс не рассмотрен, в этой связи разработка системы «Управление вкусом» актуальна и представляет практический интерес.

Воспроизведение заданного (установленного) вкуса — это результат, которому предшествуют процессы получения сырья с заданными

характеристиками; соблюдения условий и сроков его хранения; обработки сырья, производства полуфабрикатов и полуфабрикатов высокой степени готовности, соблюдения инструкций и технологии приготовления (в соответствии с документацией), условий хранения и сроков годности полуфабрикатов; сборки и приготовления блюд, использования обработанного сырья, качественных полуфабрикатов и полуфабрикатов высокой степени готовности, соблюдения технологии приготовления/сборки и температуры подачи; доставки блюда гостю (в соответствии с регламентом подачи блюд).

Сбой в одном из этих процессов может повлиять и исказить заданный вкус блюда, поэтому разработана система «Управление вкусом», состоящая из трех процессов.

А. «Система контроля закупаемой продукции и хранения» (рис. 1);

Б. «Система производства и хранения полуфабрикатов высокой степени готовности» (рис. 2);

В. «Система сборки и приготовления блюд» (рис. 3).

Таким образом, эффективно функционирующая система «Управление вкусом» в сетевых предприятиях позволит достичь экономических и социально значимых результатов, рациональнее использовать ресурсы компаний, создаст предпосылки для формирования реальных конкурентных преимуществ.

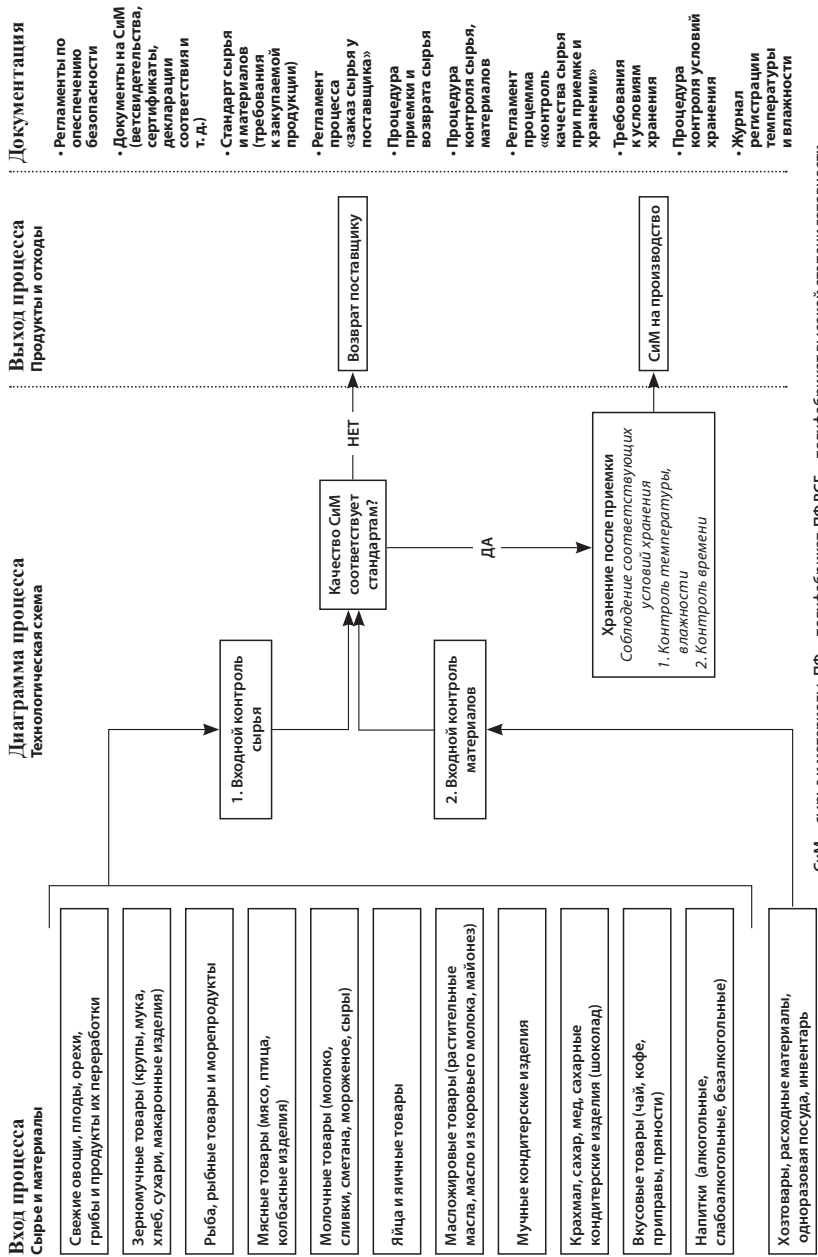


Рис. 1. Процесс А. «Система контроля закупаемой продукции и хранения»

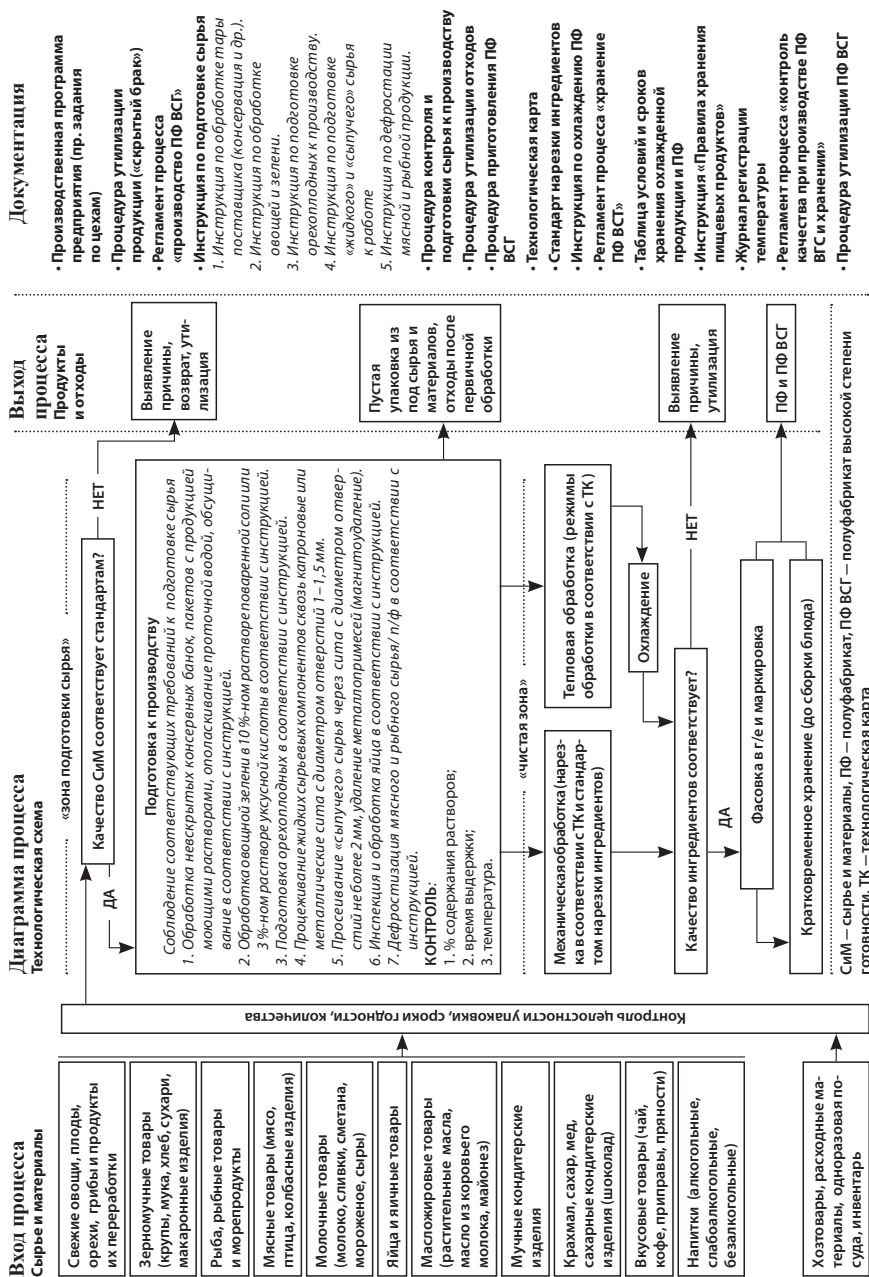


Рис. 2. Процесс Б. «Система производства и хранения полуфабрикатов высокой степени готовности»



Рис. 3. Процесс В. «Система сборки и приготовления блюд»

Список литературы

1. Азыдова А. В. Совершенствование системы внутреннего контроля в сетевых ресторанах / А. В. Азыдова // Аудит и финансовый анализ. — 2013. — № 4. — С. 229–233.
2. Азыдова А. В. К вопросу о нормативном регулировании внутреннего контроля в России и в мире / А. В. Азыдова // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН. — 2013. — № 2. — С. 86–91.
3. Барышникова Н. И. Применение интегрированной системы управления качеством и безопасностью на предприятиях общественного питания / Н. И. Барышникова, Е. С. Вайсрובה, Л. А. Маюрникова // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. — Магнитогорск, 2016. — С. 236–238
4. Кашин А. В. Сетевые предприятия общественного питания и их конкурентоспособность / А. В. Кашин, А. А. Никульшина // Российское предпринимательство. — 2011. — № 1 (2). — С. 158–163.
5. Ким Д. Ю. Анализ качества обслуживания в сетевых предприятиях общественного питания / Д. Ю. Ким, К. Ф. Механцева // Качество в производственных и социально-экономических системах: сб. науч. тр. 5-й Межд. науч.-техн. конф. — Курск, 2017. — С. 162–166.
6. Механцева К. Ф. Об оценке качества и безопасности услуг сетевых предприятий общественного питания г. Ростова-на-Дону / К. Ф. Механцева // Потребительский рынок Евразии: современное состояние, теория и практика: сб. ст. III Межд. науч.-практ. конф. — Екатеринбург, 2015. — С. 99–105.

7. Несмашная А. А. Основные преимущества сетевых ресторанов / А. А. Несмашная // Вестник современных исследований. — 2018. — № 4.2 (19). — С. 481–483.
8. Стукалова Е. С. О важности внедрения принципов ХАССП на предприятиях общественного питания // Инновации, качество и сервис в технике и технологиях: сб. науч. тр. VIII Межд. науч.-практ. конф. — Курск, 2018. — С. 359–364.

УДК 664.8.03

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖМЫХОВ ИЗ СЕМЯН МАСЛИЧНЫХ РАСТЕНИЙ В ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ПИЩЕВЫХ КОНЦЕНТРАТОВ

Ю. Ю. Миллер, канд. техн. наук

Н. А. Попова, аспирант

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье приведены результаты исследований по созданию продуктов питания — пищевых концентратов, обогащенных различными соединениями за счет использования в их рецептуре жмыха семян масличных растений. Разработаны две рецептуры пищевых концентратов вторых обеденных блюд, определены их качественные показатели.

Ключевые слова: пищевые концентраты, жмыхи семян масличных растений, повышенная пищевая ценность, клетчатка.

Расширение ассортимента продуктов повышенной пищевой ценности — одна из важнейших задач в области здорового питания населения Российской Федерации. Большие возможности для развития промышленности в данном направлении дает использование местного дикорастущего сырья как естественного ресурса биологически активных веществ. Потенциальным сырьем для производства пищевых концентратов жмыхи, которые образуются в процессе переработки семян масличных культур.

В настоящее время большое внимание отечественных и зарубежных ученых уделяется совершенствованию пищевых технологий, прежде всего направленных на улучшение показателей безопасности и качества пищевых продуктов, а также на повышение их пищевой ценности посредством использования в технологии различного

растительного сырья [1; 6]. Предложенный способ повышения пищевой ценности продуктов на примере пищевых концентратов вторых обеденных блюд за счет введения в рецептуры жмыхов семян масличных культур — актуальное и перспективное направление развития пищевой отрасли.

Основная цель исследования — разработка технологии и рецептуры пищевых концентратов вторых обеденных блюд — каш быстрого приготовления с повышенной пищевой ценностью. Объектами исследования являлись каши быстрого приготовления, материалами — жмыхи из семян растений кунжута, конопли, льна. Качественные показатели жмыхов из семян масличных растений представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Качественные показатели жмыхов
из семян масличных растений**

Показатель	Содержание в объекте		
	жмых кунжутный	жмых льняной	жмых конопляный
Внешний вид	Ракушка или дробленый		
Цвет	от серого до коричневого разных оттенков	от серого до светло- коричневого	темно-серый различных оттенков
Запах	Свойственный соответствующему виду масличного сырья, без постороннего запаха (затхлости, плесени, горелости и др.)		
Вкус	Свойственный соответствующему виду масличного сырья, без прогорклого и других посторонних привкусов		
Массовая доля влаги, %	9,0	8,0	8,0
Массовая доля сырого жира, %	9,5	10,0	8,0
Массовая доля белка, %,	40,0	34,0	33,0
Массовая доля клетчатки, %,	6,0	9,0	15,0

Особое внимание при оценке качественных показателей уделялось содержанию белка, жира и клетчатки в жмыхах масличных растений. Клетчатка, составляющая основу клеточных стенок растительных тканей, является одним из макрокомпонентов в составе жмыхов. С учетом того, что в последние годы клетчатка рассматривается как

один из важнейших ингредиентов для разработки продуктов функционального значения, жмыхи масличных культур с повышенным ее содержанием вводят в рецептуры пищевых продуктов как источник нерастворимых пищевых волокон. В то же время высокие значения показателя по содержанию белка предполагают дополнительное обогащение готового продукта азотистыми соединениями.

Химические показатели жмыхов из семян масличных растений по содержанию жизненно необходимых соединений (витаминов и минеральных веществ) представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Химические показатели жмыхов
из семян масличных растений**

Показатель	Содержание в объекте		
	жмых кунжутный	жмых льняной	жмых конопляный
Витамины			
Витамин B_1 , мг	2,53	10,2	0,93
Витамин B_2 , мг	0,36	4,8	0,33
Витамин B_4 , мг	—	86,6	78
Витамин B_5 , мг	2,76	9,5	—
Витамин B_6 , мг	0,152	0,52	—
Витамин B_9 , мкг	29	95,7	125
Витамин E , мг	2,3	5,8	1,82
Витамин PP , мг	12,6	44	—
Макроэлементы			
Калий, K , мг	497	894,3	1888
Кальций, Ca , мг	1474	280,5	421
Магний, Mg , мг	540	431,2	449
Натрий, Na , мг	75	33	—
Фосфор, Ph , мг	810	706,2	—
Микроэлементы			
Железо, Fe , мг	16	6,3	33,3
Кобальт, Co , мкг	—	—	20
Марганец, Mn , мг	1,403	2,73	12,7
Медь, Cu , мкг	1432	1342	2012
Селен, Se , мкг	—	27,94	39
Хром, Cr , мкг	—	—	165
Цинк, Zn , мг	10,7	4,8	9,2

Представленные в таблице данные по содержанию во всех трех образцах жмыха витаминов и минеральных соединений позволяют судить о том, что использование в технологии жмыхов из семян масличных растений придаст функциональную направленность пищевых концентратов вторых обеденных блюд за счет отдельных макро- и микронутриентов и витаминов.

В табл. 3 представлены рецептуры двух вариантов разработанных пищевых концентратов вторых обеденных блюд.

Таблица 3

Рецептурный состав пищевых концентратов вторых обеденных блюд, каши быстрого приготовления

Компонент	Рецептура, %	
	«Ясный ум»	«Долголетие»
Хлопья овсяные	41,0	51,0
Жмых кунжутный	18,0	14,5
Жмых конопляный	10,0	14,0
Жмых льняной	8,0	—
Мука зародышей пшеницы	—	10,0
Медовые гранулы	8,0	—
Молоко сухое обезжиренное	8,0	9,5
Шоколадные гранулы	7,0	—
Мука амаранта	—	1,0
Итого	100	100

Технология по изготовлению пищевых концентратов включала следующие стадии: приготовление, измельчение и просеивание сырья, дозирование компонентов, смешивание, вакуумная сушка продукта, дозирование продукта, упаковка под вакуумом (продукт в металлизированном вакуумном пакете помещается в камеру вакуум-упаковочной машины, в которой автоматически происходит вакуумирование и запайка металлизированного пакета). Физико-химические показатели концентратов вторых обеденных блюд представлены в табл. 4.

Таблица 4

**Физико-химические показатели качества
пищевых концентратов вторых обеденных блюд**

Показатель	Рецептура, %	
	«Ясный ум»	«Долголетие»
Массовая доля влаги, %	5,4±0,1	5,1±0,1
Содержание металломагнитной примеси, мг	Не обнаружено	Не обнаружено
Минеральная примесь	Не обнаружено	Не обнаружено
Кислотность продуктов зерновых быстро-го приготовления, град	0,20±0,01	0,50±0,01

Таким образом, нами показана возможность получения пищевых концентратов вторых обеденных блюд с включением в их состав жмыхов из семян масличных культур, что разнообразит ассортимент подобного рода продуктов питания, улучшит их качественные характеристики.

Список литературы

1. Александрова И. Т. Использование биологически активных веществ облепихового жмыха в производстве кондитерских изделий / И. Т. Александрова, С. Н. Евстафьев, Г. Ц. Цыбикова // Вестник Иркутского государственного технического университета. — 2011. — № 2 (49). — С. 120–124.
2. Конева С. И. Особенности использования продуктов переработки семян льна при производстве хлебобулочных изделий / С. И. Конева // Ползуновский вестник. — 2016. — № 3. — С. 35–38.
3. Попов Е. С. Оценка перспектив производства сбалансированных по полиненасыщенным жирным кислотам продуктов из отечественного растительного сырья / Е. С. Попов, Н. С. Родионова, О. А. Соколова [и др.] // Гигиена и санитария. — 2016. — Т. 95. — №. 1. — С. 79–84.
4. Бакин И. А. Использование вторичных ресурсов ягодного сырья в технологии кондитерских и хлебобулочных изделий / И. А. Бакин, А. С. Мустафина, Е. А. Вечтомова [и др.] // Техника и технология пищевых производств. — 2017. — № 2 (45). — С. 5–12.
5. Соколова Е. Н. Использование нетрадиционного растительного сырья в рецептуре кексов / Е. Н. Соколова, Г. С. Волкова, Н. А. Фурсова [и др.] // Кондитерское производство. — 2017. — № 5. — С. 8–10.
6. Пахомова О. Н. Перспективность использования жмыхов и шротов масличных культур для повышения пищевой и биологической ценности продуктов питания / О. Н. Пахомова // Научные записки Орел ГИЭТ. — 2011. — № 1 (4).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА И ПЕРЕРАБОТКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ, ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

УДК 338.24

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ И ПЕРЕРАБОТКЕ МОЛОКА

Д. В. Горбатенко, студент

*Научный руководитель В. И. Чистякова, канд. экон. наук, доцент
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье впервые определены особенности разработки инновационной стратегии в сельскохозяйственных организациях по производству и переработке молока, а также сформулированы задачи по их реализации (повышение профессионального уровня работников животноводства, организация своевременной доставки молока и молочной продукции до потребителя через эффективные системы распределения).

Ключевые слова: инновация, инновационная стратегия, новшества, технологии, молоко и молочная продукция, молочное животноводство, государственная поддержка.

Существует множество подходов к определению понятия «инновация»:

- это конечный результат внедрения новшества с целью получения полезного эффекта;
- конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного продукта или технологии;
- новшество, внедренное в производство и доведенное до потребителя.

Федеральный закон дополняет это определение важной характеристикой: «новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях» [7].

Классифицируются инновации по различным признакам: по степени новизны, объекту применения, масштабам применения, причинам возникновения, эффективности и др.

По объекту применения инновации принято разделять:

- на продуктовые;
- процессные;
- институциональные (управленческие).

Продуктовые инновации предполагают разработку и внедрение технологически новых или усовершенствованных продуктов.

Процессные инновации — это освоение технически новых или значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов.

Институциональные (управленческие) инновации — реализованные новые методы ведения бизнеса, организации рабочих мест, внешних связей [2].

Инновации играют особую роль в повышении конкурентоспособности организаций и реализуются посредством инновационной стратегии.

Инновационная стратегия относится к функциональным стратегиям организации для достижения ее целей в инновационной деятельности. Разрабатывается инновационная стратегия в концепции общей корпоративной стратегии.

Инновационные стратегии включают определенные виды.

Для *наступательной* инновационной стратегии характерны высокий уровень риска и эффективность. Для разработки и реализации требуется высококвалифицированный персонал, умение прогнозировать потребности рынка. Это типично для крупных компаний, когда в отрасли преобладает несколько компаний при слабом лидере.

Защитная (оборонительная) стратегия отличается низким уровнем риска, высоким уровнем технического развития и определенной завоеванной долей рынка. Характеризуется высоким уровнем технологий производства, отличным качеством продукции, низкими производственными затратами. Такую стратегию используют предприятия, которые получают значительную прибыль в условиях конкуренции и пытаются укрепить свои позиции на рынке.

При *промежуточной* стратегии используют слабые стороны конкурентов и сильные стороны компании. Эту стратегию применяют в основном малые предприятия.

Использование инновационных разработок других организаций на основе лицензирования предполагает *поглощающая* стратегия. Выполнять работу по всем видам инноваций не в состоянии даже крупные компании (вследствие сложности, разнообразия и новизны инноваций).

Имитационная стратегия характеризуется тем, что компания использует инновации, которые появились на рынке других предприятий, но с некоторыми доработками и модернизацией. Такая стратегия чаще всего приносит хорошую прибыль.

Разбойничью стратегию используют в случаях, когда кардинальные инновации влияют на технические и эксплуатационные параметры продуктов (сроки эксплуатации, гарантии от поломок). Данная стратегия применяется в небольших инновационных организациях с усовершенствованными технологиями для производства освоенной продукции. Эта стратегия эффективна только на начальных этапах разработки и внедрения инноваций.

Наряду с перечисленными видами стратегий организации используют инновационные стратегии, направленные на внедрение принципиально нового продукта (технологии), создание нового рынка. Для этого привлекают специалистов организаций-конкурентов, осуществляют слияние (поглощение, приобретение) с организациями с высоким инновационным потенциалом. На практике важно обозначить приоритеты при распределении ресурсов между инновационными стратегиями [1].

Выбор правильной инновационной стратегии является важной составляющей в деятельности организаций.

Следует выделить три стратегических уровня факторов формирования инновационной стратегии по уровню экономического анализа: макро-, мезо- и микроуровень.

Факторы макроуровня (уровень национальной экономики) включают экономическую ситуацию, сложившуюся в конкретной стране и в мире в целом; налоговое регулирование и законодательство страны, долю организаций, осваивающих новые продукты и новые технологии, иными словами, долю инновационных предприятий, а также уровень конкуренции на мировом рынке.

Факторы мезоуровня (факторы, влияющие на процесс разработки инновационной стратегии на государственном уровне): обращение организации к внешним источникам финансирования инновационной деятельности, а также взаимоотношения организаций с властями.

На микроуровне (на уровне компании) наибольшее влияние имеют такие факторы, как финансовое положение организации, ее инновационный потенциал и инновационная активность, репутация продукта и бренда среди целевой аудитории, качество продукта (услуги).

Кроме того, при выборе факторов, влияющих на инновационную стратегию предприятия, рассматривают классификацию по аспектам деятельности организации. К данным факторам относятся рыночные, демографические, управленческие, природно-климатические, экологические, политические, инвестиционные.

Спрос на производимый товар (оказываемую услугу) и предложение, уровень доходов потребителей, курс валют, необходимые поставщики, логистическая система поставок, жизненный цикл товара (услуги), уровень цен на сырье, уровень компаний-конкурентов, объем сегмента на рынке, уровень и темп инфляции и др. Данные показатели относятся к рыночным факторам и позволяют оценить наиболее важную сторону деятельности организации, т. е. учитывают ключевую специфику деятельности организации [9].

Разработка инновационной стратегии в сельскохозяйственных организациях по производству и переработке молока имеет свои особенности. Самая главная особенность состоит в том, что в этот процесс включены живые организмы — животные, а также земля как основное средство сельскохозяйственного производства.

Следовательно, при разработке инновационной стратегии сельскохозяйственных организаций, специализирующихся на производстве и переработке молока, необходимо решать следующие задачи:

- улучшать породный состав дойного стада;
- повышать продуктивность коров и их продуктивное долголетие;
- совершенствовать системы кормопроизводства и кормоприготовления (разрабатывать полноценные рационы для животных);
- применять современные технологии доения, кормления, содержания животных;

- обеспечивать животных высококачественным ветеринарным обслуживанием;
- повышать профессиональный уровень работников животноводства;
- внедрять современные технологии переработки молока;
- организовывать своевременную доставку молока и молочной продукции до потребителя через эффективные системы распределения.

Цель инновационной стратегии — повышение конкурентоспособности молока и молочной продукции. Стратегическая цель сельскохозяйственных организаций, реализующих инновационные стратегии, укрепление и расширение рыночной доли [8].

В соответствии с «Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» в стране предусматривается увеличение производства молока на 12,1 %. Научно-технический прогресс и инновационные процессы должны обеспечить непрерывное технологическое и техническое обновление всех отраслей сельскохозяйственного производства. Эти процессы законодательно и финансово поддерживаются государством.

За последние три года значительно вырос уровень государственной поддержки развития молочной промышленности Новосибирской области. Если в 2016 г. финансирование составляло 220 млн руб., то в 2018 г. этот показатель достиг 1806 млн руб.

В Новосибирской области высокий уровень развития молочного животноводства. поголовье коров с удоем 11,0 тыс. и более килограммов в области насчитывается уже более 1210 голов. Ряд хозяйств имеют животных с продуктивностью 13,0–15,0 тыс. кг молока. Стабильный рост производства и реализации молока стал возможен в результате государственной поддержки в виде субсидий. Большой вклад внесли генетики и селекционеры в области молочного скотоводства.

Содержание высокопродуктивных животных с их генетическим потенциалом можно реализовать только с использованием ресурсосберегающих технологий на основе инноваций. В Новосибирской

области строятся, реконструируются и модернизируются животноводческие комплексы по производству молока.

Из областного бюджета ежегодно выделяется от 70,0 до 230,0 млн руб. для компенсации затрат сельхозтоваропроизводителей на капитальное строительство объектов молочного животноводства (до 30 %) и приобретение технологического оборудования (до 50 %).

К последним достижениям в технологии доения коров относится роботизированное доение коров. В 2018 г. пять таких систем успешно ввели в эксплуатацию в сельскохозяйственных организациях области: ООО «Сибирская Нива», ЗАО племзавод «Ирмень», ООО «Русское поле» ЗАО агрофирма «Лебедевская» и ЗАО «Ивановское».

В Новосибирской области разработали и реализовали систему оздоровительных противолейкозных мероприятий. Это позволило полностью предупредить лейкоз КРС [3].

Таким образом, внедрение инновационных технологий содержания и доения коров позволяет стабильно наращивать производство молока высшего сорта.

Список литературы

1. Агарков С. А. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С. А. Агарков, Е. С. Кузнецова, М. О. Грязнова. — М., 2011.
2. Мальцева С. В. Инновационный менеджмент / С. В. Мальцева // Научная школа: национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва). — Москва. — 2017. — С. 26–29.
3. Петров А. Е. Предпосылки внедрения инноваций в молочно-продуктовый подкомплекс АПК / А. Е. Петров, О. Г. Петрова // Концепт. — 2016. — № 01 (январь). — С. 56–70.
4. Слепцов В. В. Научные основы повышения эффективного производства молока / В. В. Слепцов // Символ науки. — 2017. — № 02–1. — С. 44–56.
5. Столярова Ю. В. Развитие рынка молока и молочной продукции в условиях импортозамещения / Ю. В. Столярова // Региональная экономика. — 2016. — С. 13–17.
6. Технический регламент на молоко и молочную продукцию // Интернет-портал Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.
7. О науке и государственной научно-технической политике (послед. ред.) Ф3 от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ // Доступ из СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 01.03.2019).

8. Чистякова В. И. Интегральная оценка конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций / В. И. Чистякова, С. А. Приходько // Перспективы развития агропромышленного комплекса: региональные и межгосударственные аспекты: мат. межд. науч.-практ. конф. — 2018. — С. 122–125.
9. Инновационный менеджмент. — URL: libraryno.ru/innovmen2/ (дата обращения: 01.03.2019).

УДК 338.012

АНАЛИЗ ЗЕРНОВОГО ПРОИЗВОДСТВА КРАСНОЗЕРСКОГО РАЙОНА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

А. В. Деревянкин, канд. с.-х. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации

А. Ф. Захаров, канд. с.-х. наук

К. А. Якобчук, студент

Сибирский НИИ экономики сельского хозяйства СФНЦА РАН,
г. Новосибирск, Россия

В статье представлен анализ современного уровня технологического развития отрасли растениеводства на примере базового зернового района. Дана оценка развития интенсификации зернового производства Краснозерского района Новосибирской области, использующие достаточный объем минеральных удобрений и средств защиты растений, в условиях нулевой технологии получают высокие урожаи зерна.

Ключевые слова: анализ, технологические уклады, сельскохозяйственное производство, инновационное развитие, зерновое производство, растениеводство, базовое хозяйство, тенденции, интенсификация.

В статье на базовом и типичном зерновом районе проведен анализ эффективности и дана оценка применения прогрессивных технологий производства зерна. Подобные исследования раньше проводили ученые в области растениеводства и земледелия, экономики, особенно при разработке ресурсосберегающих технологий и путей их реализации. А. Н. Власенко, П. А. Пыльник, В. С. Сапрыкин, П. М. Першукевич, Б. С. Кошелев, А. И. Алтухов, В. И. Кирюшин и др. сформировали фундаментальные основы современной отечественной сельскохозяйственной науки, разработали ряд актуальных научно-прикладных программ в области земледелия и экономики [1].

А. Ф. Захаров, В. Ю. Листков разрабатывали агроценозы и комплексы агротехнических приемов [2; 3].

Влиянием производственных условий на качество и безопасность труда занимались И. Ф. Пятков, Д. А. Тимченко, Е. Г. Шеметова [4].

Однако проблемы смены технологических укладов по-прежнему актуальны.

Объектом наблюдений выбран крупнейший сельскохозяйственный район Новосибирской области, производящий 10 % от общего объема зерна пшеницы (Краснозерский).

В соответствии с природно-климатическим районированием Новосибирской области Краснозерский район находится на юге Новосибирской области, в центре Кулундинской зоны. Во время поступления холодных масс воздуха с севера температура воздуха понижается в отдельные годы до -48°C . Максимальная температура воздуха отмечена в июле (38°C). Продолжительность безморозного периода около 120 дней. Весенние заморозки в среднем в конце мая, поздние — в начале июня. Осенние заморозки — в середине сентября, иногда после 20 августа. Устойчивый переход среднесуточной t воздуха через 5°C весной — в конце апреля, осенью — в начале октября. Продолжительность вегетационного периода около 160 дней. Выпадение первого снега в начале третьей декады октября, раннее появление отмечено 2 октября, позднее — 5 ноября. Устойчивый снежный покров устанавливается в первой декаде ноября. Весной снежный покров начинает разрушаться в первой половине апреля. Полное исчезновение снега — после 20 апреля. Максимальная глубина промерзания почвы 251 см, господствующее направление ветров — юго-западное, с частым повторением южного. В летний период заметно увеличивается количество северных ветров. Максимальной силы ветры достигают осенью и в первой половине зимы. Территория предприятия представляет собой приподнятую волнистую равнину. Пониженные участки рельефа, не имеющие стока, увлажнены и частично заболочены. По характеру растительности Краснозерский район относится к суходольно-березовой подзоне лесостепи. Растительный покров территории представлен березовыми лесами, суходольными лугами и степной растительностью. Наибольшую площадь хозяйства занимают черноземы, серые лесные почвы, луговые и лугово-черноземные

почвы. Незначительная площадь земель представлена дерново-подзолистыми, пойменными и солонцовыми почвами. На пашне наибольшую площадь занимают черноземы (оподзоленные и собственно черноземы). На кормовых угодьях преобладают серые лесные, луговые и лугово-черноземные почвы. Вследствие большой территории и площади пашни (206 052 га) район поделен на три природно-климатические зоны, различающиеся прежде всего бонитетом почвы. Более плодородные почвы, с оптимальным для растений механическим составом расположены на востоке и юго-востоке района, западная часть территории имеет признаки Кулундинской степи, с более бедными солонцеватыми почвами и меньшим уровнем осадков.

Общая посевная площадь в 2017 г. составила 190,5 тыс. га, из них зерновыми и зернобобовыми культурами засеяно 147,6 тыс. га, техническими культурами — 15,8 тыс. га (удельный вес в областном показателе 20 %) и кормовыми культурами 24,9 тыс. га. В 2018 г. произошло снижение площади посева зерновых культур до 143 089 га. Площадь технических культур (рапс, лен масличный) в 2018 г. наоборот, увеличилась и составила 24 849 га против 15 849 га 2017 г.

Хозяйствами всех уровней Краснозерского района было приобретено техники и оборудования на сумму 442,1 и 385,6 млн руб. в 2017 и 2018 гг. соответственно, что составило 12,9 и 12,5 % от всей суммы области.

Для повышения урожайности сельскохозяйственных культур в 2017 г. было внесено 11,9 тыс. т минеральных удобрений, что на 14 % выше, чем в 2016 г. Удельный вес количества приобретенных минеральных удобрений в 2017 г. хозяйствами Краснозерского района от областного показателя составил 28 %. В 2018 г. из-за снижения закупочных цен на зерно объем приобретенных удобрений снизился до 11,2 тыс. т.

Валовой сбор зерна в 2017 г.) составил 321,1 тыс. т (в бункерном весе), средняя урожайность — 21,9 ц/га. Средняя себестоимость 1 ц зерна 575,83 руб. Урожайность зерновых и зернобобовых культур в 2018 г. снизилась до 19,6 ц/га.

Численность работников, занятых в сельскохозяйственных предприятиях в 2017 г. составила 1391 чел. Фонд начисленной заработной платы 272,2 млн руб. Среднемесячная заработная плата одного

работника — 16 305 руб., что выше прошлого года на 16 %. Среди сельскохозяйственных предприятий наивысшая среднемесячная заработная плата одного работника в хозяйства «Рубин» — 33 256 руб., «Новая Заря» — 19 668 руб., «Голубинское» — 18 956 руб.

Таблица

**Уровень интенсификации производства и урожайность
яровой пшеницы сельскохозяйственных предприятий
Краснозерского района (2018 г.)**

Название предприятия	Урожайность, ц/га	Уровень интенсификации
ООО «Гербаево»	17,0	+
ОАО «Голубинское»	15,7	+
ЗАО «Запрудихинское»	27,1	++
ЗАО «Зубковское»	7,9	+
ЗАО «Колыбельское»	18,0	++
ЗАО «Конеvское»	19,1	++
ОАО «Краснозерская МТС»	25,0	++
ЗАО «Локтенское»	12,1	+
ОАО «Новая Заря»	15,8	+
ЗАО «Новомайское»	19,2	++
ООО «Озерное»	15,0	+
ООО «Простор»	22,0	++
ООО «Рубин»	33,5	+++
ООО «Садовское +»	7,4	+
ООО «Сибагросоюз»	14,8	++
СПК «Ульяновское»	7,9	+
ЗАО «Черемошинское»	10,0	+

Примечания: + — экстенсивные технологии;
++ — нормальные (простые) технологии;
+++ — интенсивные технологии.

В настоящее время сельскохозяйственным производством на территории района занимаются 17 предприятий и 96 крестьянско-фермерских хозяйств (табл.). Из них 98 % всех приобретенных минеральных удобрений, средств защиты растений, семян высоких репродукций приходится на 5 сельскохозяйственных предприятий. Например, хозяйство «Рубин» ежегодно приобретает около 3000 тыс. т из 11 238,5 тыс. т всех минеральных удобрений района

и вносит под яровую пшеницу 86 кг д.в. на га, что в 10 раз превышает средний показатель по области. В качестве другого примера можно привести базовое хозяйство № 2: при общей площади 6500 га вносит более 2000 тыс. тонн различных удобрений, что составляет около 4 % объема всей Новосибирской области. Из 1283,2 т средств защиты растений, примененных в Новосибирской области, 157,48 т, или 12 %, применено на территории Краснозерского района. Такая резкая дифференциация хозяйств по интенсификации производства объясняет разницу в урожайности от 6 до 50 ц/га и относительно невысокую среднюю урожайность в районе — 19,6 ц/га. Хозяйства Краснозерского района, использующие достаточный объем минеральных удобрений и средств защиты растений, в условиях нулевой технологии получают урожай зерна в среднем 2,5–4 т/га, в остальных случаях — всего 1–1,5 т/га.

Список литературы

1. Першукевич П. М. Перспективы развития сельскохозяйственного производства Сибирского федерального округа / П. М. Першукевич, Л. В. Тю, Е. В. Афанасьев [и др.] // АПК: Экономика, управление. — 2017. — № 12. — С. 34–44.
2. Листков В. Ю. Оптимизация технологических приемов создания и использования агроценозов галеги восточной в лесостепной зоне западной Сибири: автореф. дисс. ... на соиск. уч. степ. канд. с.-х. наук / В. Ю. Листков; Сиб. науч.-исслед. ин-т кормов СО. Новосибирск, 2007.
3. Деревянкин А. В. Анализ уровня технологического развития зернового производства Новосибирской области / А. В. Деревянкин, А. Ф. Захаров // Фундаментальные исследования. — 2018. — № 10. — С. 59–62.
4. Пятков И. Ф. Влияние производственных условий на качество и безопасность труда / И. Ф. Пятков, Д. А. Тимченко, Е. Г. Шеметова // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых — 2018: сб. науч. ст. 7-й Межд. молодежной науч. конф.: в 4 т. — 2018. — С. 62–65.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА УРОВНЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТИПИЧНОГО ЗЕРНОВОГО БАЗОВОГО ХОЗЯЙСТВА ЮЖНОЙ ЛЕСОСТЕПИ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

А. В. Дервянкин, канд. с.-х. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации

А. Ф. Захаров, канд. с.-х. наук

Сибирский НИИ экономики сельского хозяйства СФНЦА РАН,
г. Новосибирск, Россия

В статье на типичном районе и базовом профильном зерновом хозяйстве, представлен анализ эффективности и дана оценка применения прогрессивных технологий производства зерна. Выявлены слабые звенья и точки роста. Оценены приоритеты нормативного обеспечения отрасли растениеводства.

Ключевые слова: базовое хозяйство, анализ, технологические уклады, сельскохозяйственное производство, инновационное развитие, зерновое производство, растениеводство, тенденции, интенсификация.

В статье впервые для зерновой зоны Новосибирской области на типичном базовом хозяйстве проанализирован опыт смены технологических укладов.

Ранее исследованиями отраслевой экономики занимались многие ученые: В. К. Каличкин, В. А. Тихонов, В. Ф. Башмачников, П. М. Першукевич, А. С. Каторгин, И. Н. Буробкин, Е. К. Андрусевич, М. И. Громов, Е. С. Рыбаков и др. Ими разработана методология адаптивно-ландшафтной системы земледелия [1; 2].

Однако по-прежнему актуальны проблемы уровня технико-технологического развития сельскохозяйственных предприятий. Поэтому объектом исследований выбрано типичное для зернового производства агропредприятие, условное название «базовое хозяйство № 1». Данное хозяйство — общество сельхозназначения, которое специализируется на производстве зерновых, зернобобовых и рапса. Местонахождение — юг лесостепи Новосибирской области.

Таблица 1

Динамика показателей размера предприятия

Наименование	Среднегодовые показатели			2017 г. к 2015 г. в %
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	
Общая земельная площадь, га	16 886	17 204	17 204	102
в т. ч.: пашни, га	13 219	13 529	15 255	115
Среднегодовая численность работников, всего	67	71	72	107
в т. ч.: занятых в производстве	61	65	66	108
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	294 284	341 831	393 351	134
Наличие тракторов, шт.	22	22	20	91
Наличие комбайнов, шт.	9	11	11	122
Энергетических мощностей, л. с.	13 220	13 536	14 670	111
Реализация: семян и зерна пшеницы, ц	133 633	188 033	211 180	158
ячменя, ц	12 567	—	—	—
Реализация рапса, ц	19 855	76 034	71 209	359
Реализация семян зерновых и зернобобовых, ц	47 701	11 197	61 228	128
Реализация зерна кукурузы, ц	—	—	1005	—

Общество имеет полеводческую бригаду, которая занимается выращиванием зерновых, технических и кормовых культур, заготавливает грубые корма для общественного животноводства и реализации населению. Продукция полеводства реализуется через местный элеватор и коммерческие структуры, небольшая доля продукции растениеводства реализуется населению по себестоимости. В 2007 г. предприятие первым в Новосибирской области внедрило нулевую технологию возделывания сельскохозяйственных культур, полностью отказавшись от механических обработок почвы, одновременно исключив пары из севооборота. Для этого была приобретена специальная техника для посева, самоходные опрыскиватели, бункеронакопители (для снижения риска переуплотнения почвы).

Из данных табл. 1 мы видим, что площадь пашни и стоимость основных средств в 2017 г. выросла на 15 и на 34 % соответственно по отношению к 2015 г., увеличилась реализация зерновых, гороха и рапса. Располагая достаточно большой посевной площадью, хозяйство имеет всего 11 высокопроизводительных зерноуборочных

комбайнов марки «Джон Дир», нагрузка на 1 комбайн составляет 1386 га, что является очень высоким показателем.

По данным табл. 2, в базовом хозяйстве № 1 ежегодно растет урожайность всех возделываемых культур и одновременно снижается себестоимость продукции. Однако если рост урожайности пшеницы произошел в 2017 г. на 47 % по сравнению с 2015 г., то себестоимость зерна снизилась только на 10 %. Основная причина замедленного снижения себестоимости — постоянный рост цен на все средства производства, используемые в сельском хозяйстве (минеральные удобрения, пестициды, топливо, запасные части и т. д.). Так при увеличении урожайности рапса в 2,3 раза себестоимость снизилась лишь на 16 %. Возделывая рапс в 2015 г., с использованием линейных сортов, предприятие не смогло добиться урожайности выше 9,6 ц/га. При переходе на иностранные гибриды урожайность резко выросла, но увеличились и затраты, особенно на семена и гербициды.

Таблица 2

Производство и себестоимость продукции растениеводства

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. к 2015 г. в %
Пшеница, посеяно, всего, га	7016	7416	7686	110
Собрано зерна в массе после подработки, ц	191 969	219 192	284 480	148
Урожайность, ц/га	27,4	29,6	37,0	135
Себестоимость зерна пшеницы, всего, тыс. руб.	125 491	135 274	161 538	129
В т. ч. 1 ц, руб.	653,7	617,15	567,84	87
Площадь посева зернобобовых, га	2170	2590	2628	121
Собрано зерна зернобобовых после подработки, ц	45 421	63 034	80 643	178
Урожайность, ц/га	20,9	24,3	30,7	147
Себестоимость зерна зернобобовых, всего, тыс. руб.	36 587	50 358	58 528	160
В т. ч. 1 ц, руб.	805,5	798,9	725,7	90
Площадь посева рапса, га	4800	3950	4000	83
Собрано рапса, ц	46 137	75 401	89 448	194
Урожайность, ц/га	9,6	19,1	22,4	233
Себестоимость рапса, всего, тыс. руб.	45 491	62 559	74 039	163
В т. ч. 1 ц, руб.	986	829,68	827,7	84

Особенностью нулевой технологии является постоянное повышенное использование средств химизации в посевах. Доля удобрений и средств защиты растений в общей структуре затрат достигает 40–45 %, а при возделывании рапса 60–70 %. Отсутствие паров и механической обработки почвы приводит к ухудшению фитосанитарного состояния посевов (размножение сорняков, болезней, вредителей) и постоянному применению пестицидов. Однако следует отметить, что при повышении интенсификации растениеводства по любой технологии основные затраты будут приходиться на средства химизации посевов, потому что при увеличении урожайности всегда происходит усиление вредоносности болезней и вредителей. Например, отличие химических обработок при *No-till* от классической заключается только в использовании по нулевой технологии гербицида сплошного действия на основе глифосата, все остальные мероприятия практически одинаковы. Являясь семеноводческим хозяйством, оно постоянно приобретает семена высоких репродукций для размножения, в т. ч. иностранной селекции. Кроме того, хозяйство вынуждено ежегодно приобретать дорогие гибриды рапса, что увеличивает статью затрат на семена до 14 % от общей структуры затрат. Использование высокопроизводительной иностранной техники и отсутствие многих технологических операций (боронование, вспашка, культивация и др.) позволяет частично экономить на ГСМ и других различных нефтепродуктах, доля затрат на которые не превышает 7–8 %.

Таблица 3

Динамика основных показателей экономической эффективности производства зерна пшеницы

Показатель	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2015 г.
Урожайность, ц / га	27,4	29,6	37,0	135
Полная себестоимость 1 ц реализованного зерна, руб.	647,1	574,2	652,9	101
Средняя цена реализации 1 ц, руб.	932,3	728,9	725,3	78
Прибыль (убыток) от реализации 1 ц, руб.	285,2	154,7	72,4	25
Уровень рентабельности (убыточности), %	44	26,9	11	25

Повышение интенсификации производства пшеницы в хозяйстве привело к увеличению урожайности пшеницы с 27,4 ц/га до 37,0 ц/га (табл. 3). Однако рентабельность производства зерна снизилась с 44 % 2015 г. до 11 % в 2017 г. Одной из главных причин низкой экономической эффективности сельхозпроизводства является сильный диспаритет цен на производимую продукцию и средства производства. Данные по динамике цены реализации пшеницы свидетельствуют о том, что цена зерна в 2017 г. оказалась ниже, чем в 2015 г. на 22 %. В целом в Новосибирской области ситуация сложилась еще хуже, в 2017 г. основной объем зерна был реализован по 500–600 руб./ц. В базовом хозяйстве № 1 цена реализации выше, т. к. предприятие продает семена и предлагает для рынка большие объемы товарного зерна пшеницы, гороха и рапса.

Непредсказуемость ежегодных колебаний цен на продукцию сильно снижает экономическую эффективность всех отраслей сельского хозяйства.

Горох имеет особое значение в системе севооборота. Обладая хорошими фитосанитарными качествами, накапливая азот в почве, этот предшественник позволяет полностью отказаться от чистых паров и повысить эффективность использования пашни. Являясь культурой раннего срока сева, он позволяет раньше начинать посевную компанию и обмолот, что повышает эффективность использования техники в хозяйстве. Кроме того, горох показывает за 3 года хороший уровень рентабельности от 53 до 90,7 %. Однако спрос на эту продукцию нестабилен, зависит от экспорта. Например, введение пошлин Индией (основной потребитель гороха) сильно снизило рыночную цену на эту культуру. Увеличению площади этой бобовой культуры в хозяйстве препятствует трудоемкость ее возделывания, особенно период обмолота, когда производительность комбайнов резко снижается.

Распространению ярового рапса в Сибири и в т. ч. в Новосибирской области (увеличение посевной площади в 2 раза в 2018 г.) способствует высокая экономическая эффективность при его производстве. Как экспортная культура, рапс имеет хорошую, а главное стабильную цену реализации и пока неограниченные объемы производства. Основным потенциальный потребитель сибирского

рапса — Китай, который влияет на конечную цену реализации и предъявляет достаточно жесткие требования к качеству продукции. Как показывает опыт данного хозяйства, используя семена высокого качества, решив проблему питания и защиты растений от вредных организмов, можно резко увеличить урожайность данной культуры. Несмотря на увеличение затрат, рентабельность производства рапса с 2015 г. по 2017 г. выросла почти в 2 раза. Рапс, как и горох, очень важен в севообороте при беспаровом земледелии. Являясь отличным фитосанитарным предшественником для пшеницы, он позволяет получать высокие урожаи зерновых.

Список литературы

1. Каличкин В. К. Проблемы адаптации освоения систем земледелия в Сибири / В. К. Каличкин // Актуальные проблемы почвоведения, экологии и земледелия: сб. докладов межд. науч.-практ. конф. Курского отделения МОО «Общество почвоведов им. В. В. Докучаева»; ред. коллегия: Н. П. Масютенко, Г. М. Дериглазова, Г. П. Глазунов. — 2018. — С. 182–186.
2. Першукевич П. М. Перспективы развития сельскохозяйственного производства Сибирского федерального округа / П. М. Першукевич, Л. В. Тю, Е. В. Афанасьев [и др.] // АПК: Экономика, управление. — 2017. — № 12. — С. 34–44.

УДК 664.696

АССОРТИМЕНТ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПИЩЕВЫХ КОНЦЕНТРАТОВ НА ОСНОВЕ ЗЕРНА

Ю. С. Николаева, студентка

Е. Н. Степанова, канд. техн. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье приводится информация по структуре ассортимента пищевых концентратов на основе зерна в зависимости от производителя, марки, формы, вида упаковки. А также представлены результаты сравнительного анализа качества пяти видов сухих завтраков. Установлено несоответствие по показателям качества шоколадного завтрака *Nesquik*.

Ключевые слова: концентраты, сухие завтраки, мюсли.

Пищевые концентраты вырабатываются как из растительного, так и из сырья животного происхождения. Из продуктов растительного происхождения особую роль играют пищевые концентраты из зернового сырья. Данные концентраты представляют собой продукты, готовые к употреблению или обычно требующие невысокой температуры обработки. Они отличаются низким содержанием влаги (от 4 до 12 %), что способствует их длительному хранению продукта без снижения качества. Имеют высокую концентрацию питательных веществ и хорошую усвояемость. Энергетическая ценность пищевых концентратов составляет 330–550 ккал на 100 г продукта. Концентраты удобны для приготовления пищи в походных условиях, экспедициях, но также применяются и в домашних условиях [1]. Пищевые концентраты из зерна часто называют сухими завтраками. Ассортимент их расширяется и направлен на повышение их физиологической и биологической ценности. На основании вышесказанного многие ученые проводят постоянные исследования в данной области [2-4]. Однако не в достаточной мере изучены качественные характеристики уже реализуемой на рынке продукции.

В зависимости от вида зернового сырья пищевые концентраты выпускаются в основном из кукурузы и пшеницы. Получили распространение сухие завтраки и из других видов зерна, например, риса, гречихи и т. д. Их вырабатывают разной формы: в виде палочек разных размеров, хлопьев, взорванных воздушных зерен, колечек, звездочек. Некоторые виды, например, подушечки, выпускают с разнообразными начинками. В настоящее время на рынке представлен большой ассортимент мюсли, снеков, которые также употребляются без дополнительной кулинарной обработки. Пищевая ценность сухих завтраков зависит от состава, добавок и вида отделки. По виду получаемого продукта пищевые концентраты классифицируются на хлопьевидные, воздушные, волокнистые и гранулированные.

Ассортимент гранулированных пищевых концентратов представлен продуктами как с добавками, так и без добавок, вырабатываются только из муки.

В основе классификации хлопьевидных и воздушных сухих завтраков — вид основного зернового сырья (муки или крупы).

Воздушные концентраты подразделяют на три группы, т. к. они вырабатываются из зерна, крупы и муки.

Особенностью волокнистых сухих завтраков является то, что они вырабатываются только из зерна.

Таким образом, сухие завтраки классифицируются и по виду сырья, и степени его подготовки к производству концентратов, и собственно технологии. Для изделий с начинками существует подразделение по их виду.

Классификация по способу получения (рис. 1):

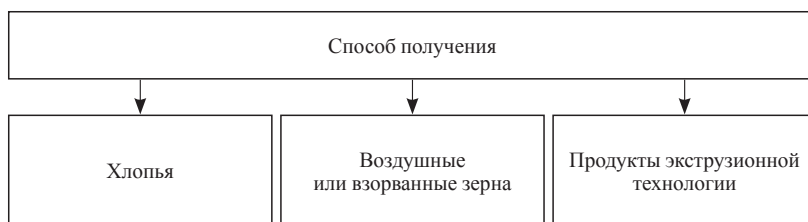


Рис. 1. Классификация пищевых концентратов по способу получения

Особый интерес представляют продукты экструзионной технологии, подвергнутые термическому и вакуумному воздействию.

По комплектности зерновые завтраки могут содержать только зерновое сырье, зерновые в смеси или различные компоненты (сухофрукты, какао-порошок, орехи). К таким сложным сухим завтракам относятся мюсли [1].

Пищевые концентраты представлены полуфабрикатами мучных изделий, причем как для детского и диетического питания, так и наборами для пищевого рациона для спасательных шлюпок и плотов морских судов. Разнообразен ассортимент порошкообразных концентратов для производства соусов, сладких блюд.

Таким образом, по назначению, питательной ценности сухие завтраки широко используются в питании населения, особенно для быстрого питания и в неблагоприятных условиях.

Структура ассортимента сухих завтраков по производителю представлена на рисунках 2–4.

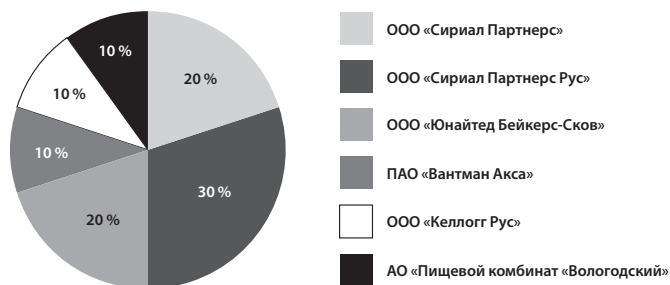


Рис. 2. Структура ассортимента сухих завтраков по производителю

На рис. 2 отображена структура ассортимента сухих завтраков по производителю.

Так, наибольшую долю (30 %) в ассортименте составляет продукция ООО «Сириал Партнерс Рус», равная доля, по 10 %, приходится на ПАО «Вантманн Акса», ООО «Келлогг Рус», АО «Пищевой комбинат «Вологодский». По 20 % — на ООО «Юнайтед Бейкерс-Сков» и ООО «Сириал Партнерс».

На рис. 3 отображена структура ассортимента в зависимости от вида материала упаковки.

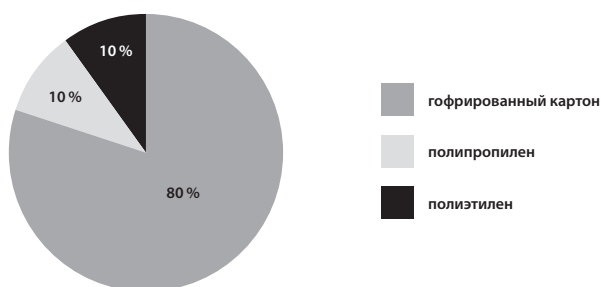


Рис. 3. Структура ассортимента в зависимости от вида материала упаковки

Из рисунка 3 следует, что доля упаковки из гофрированного картона 80 % от ассортимента. На долю полипропилена и полиэтилена приходится 10 % от ассортимента.

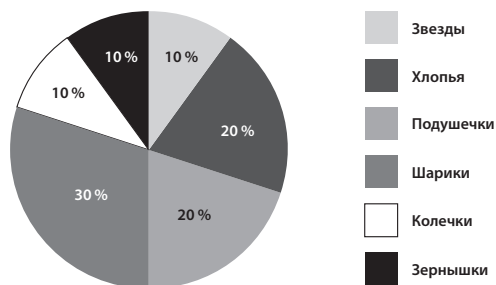


Рис. 4. Структура ассортимента сухих завтраков по форме

На рис. 4 отображена структура ассортимента сухих завтраков по форме.

Сухие завтраки в форме шариков занимают 30 % от ассортимента. По 20 % — хлопья и подушечки. Остальные — по 10 %. Оценка качества осуществлена на 5 партиях сухих завтраков, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Объекты исследования

Показатель	Наименование образцов				
	<i>Miel Pops</i>	«На здоровье!»	<i>Nesquik</i>	«Любятово»	<i>Kosmostars</i>
1	2	3	4	5	6
Наименование товара	Готовый завтрак из злаков, медовые шарики <i>Miel Pops</i>	Завтрак сухой зерновой глазурованный, воздушная пшеница со вкусом карамели	<i>Nesquik</i> шоколадный завтрак, обогащенный витаминами и минеральными веществами	Завтраки готовые «подушечки с шоколадной начинкой»	<i>Kosmostars</i> готовый завтрак медовый, обогащенный витаминами и минеральными веществами
Производитель	ООО «Келлогг Рус»	АО «Пищевой комбинат «Вологодский»	ООО «Сириал Партнерс Рус»	ООО «Келлогг Рус»	ООО «Сириал Партнерс Рус»
Торговая марка	<i>Kellogg's</i>	Кунцево	<i>Nestle</i>	«Любятово»	<i>Nestle</i>
Масса нетто, г	225	175	250	250	225
Вид материала упаковки	Гофрированный картон	Полипропилен	Полиэтилен высокой плотности + полипропилен	Гофрированный картон	Полиэтилен высокой плотности + полипропилен

Исследования показали, что все образцы по качеству маркировки и органолептическим показателям соответствовали требованиям.

Из табл. 2 следует, что медовые шарики *Miel Pops*, зерновой сухой завтрак «На здоровье!», «Любятово» подушечки с шоколадной начинкой и *Kosmostars* готовый завтрак медовый, обогащенный витаминами и минеральными веществами соответствуют требованиям ГОСТ. Шоколадный завтрак *Nesquik* не соответствует требованиям ГОСТ по влажности.

Таблица 2

Результаты определения влаги в сухих завтраках

Наименование показателей	<i>Miel Pops</i>		«На здоровье!»		<i>Nesquik</i>		«Любятово»		<i>Kosmostars</i>	
	норма	факт.	норма	факт.	норма	факт.	норма	факт.	норма	факт.
Влага, %	<7,5	3,4	<7,0	2	<5,0	6	<5,0	4,4	<7,5	4,3

Таким образом, на основании проведенных исследований можно констатировать, что все образцы сухих завтраков можно реализовать в торговой розничной сети без каких-либо ограничений.

Список литературы

1. Нилова Л. П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров: учебник / Л. П. Нилова. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 448 с.
2. Сакибаев К. Ш. Разработка технологии сухих завтраков с использованием бобового и орехового сырья / К. Ш. Сакибаев, Г. И. Касьянов, В. И. Шипулин // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. — 2018. — № 1 (64). — С. 33–39.
3. Касьянов Г. И. Инновации в технологии производства сухих завтраков / Г. И. Касьянов, Е. А. Ольховатов, К. Ш. Сакибаев // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. — 2017. — № 130. — С. 922–933.
4. Елеманов Н. С. Разработка инновационной технологии производства кукурузных хлопьев и сухих завтраков из различных видов зерна / Н. С. Елеманов, С. А. Алтайулы // Международный студенческий научный вестник. — 2016. — № 3. — С. 149.

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
СТРОИТЕЛЬСТВА ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ**

Я. О. Суслов, студент

С. И. Трунов, студент

Научный руководитель Н. В. Дорофеева, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье поднята проблема быстрого возведения зданий и сооружений на сельскохозяйственных предприятиях потребительской кооперации, анализируются данные В. И. Теличенко, К. Новоковского и других авторов по БМЗ блочно-модульного типа или контейнерного типа и бескаркасным БМЗ.

Ключевые слова: технология, сельскохозяйственные предприятия, потребкооперация, быстровозводимые здания, блочно-модульный тип, бескаркасные здания.

Современный бизнес и долговозводимый объект — понятия несовместимые. Строительство объектов агропромышленного комплекса, сельскохозяйственных предприятий, предприятий продукции сельхозпереработки не может затягиваться на долгое время. Технология быстровозводимых сооружений и зданий АПК помогает сэкономить на сроках возведения объекта, на транспортных расходах, позволяет при минимальном привлечении рабочей силы и строительной техники в любое время года строить качественно и недорого, по сравнению с сооружениями капитального строительства. Использование данных строительных объектов дает возможность в кратчайшие сроки переработать растительное сырье и иные скоропортящиеся сельскохозяйственные продукты.

Технология быстровозводимых или быстромонтируемых зданий БВЗ не нова. Эта методика применялась в 40-х гг. XX в. в Канаде и Америке. В СССР в 60-х гг. XX в., когда широко применялся железобетон. Новую жизнь метод быстровозводимых зданий получил в 90-х гг. XX в. когда начали внедрять технологию легких металлических конструкций [1].

Сегодня строительные технологии, используемые на сельскохозяйственных объектах, развились в промышленную отрасль, где имеются свои проектные институты и промышленная база. В настоящее время такой метод строительства называют «динамический» и «перспективный». Сегмент рынка БВЗ из металла включает в себя достаточно широкий ассортимент конструкции, который можно разделить на следующие виды [2]:

- *БМЗ блочно-модульного или контейнерного типа*
- быстровозводимые здания с каркасом из металлоконструкций;
- бескаркасные здания шатрового и арочного типа.

Быстромонтируемые здания блочно-модульного типов.

Данный тип зданий собирается из отдельных модулей (контейнеров), каждый из которых имеет габариты 2,4×6×2,5 м. Стандарт размеров обусловлен возможностью их перевозки автотранспортом в собранном виде. Заводская комплектация контейнеров может включать весь комплекс наружной и внутренней отделки, санитарно-техническую и электрическую разводки и установку соответствующего оборудования.

В качестве несущего каркаса модулей, как правило, используют трубы квадратного сечения. Наружная отделка выполняется из профнастила с негорючим утеплением из каменной или минеральной ваты. Внутреннюю поверхность стен выполняют из плит ОСБ, ДСП, а также отделяют гипсокартоном. Небольшие одноэтажные постройки могут состоять всего из одного контейнера полной заводской сборки. В таком случае весь процесс строительства сводится к установке на заранее подготовленный фундамент. Выпускаются отдельные модули повышенной мобильности на шасси или на санях.

При необходимости организации большей площади контейнеры соединяются в секции. Каждый из элементов такого здания — либо отдельное помещение, либо часть общего объема. Чаще всего возводят здания блочно-модульного типа высотой до 5 этажей.

Здания можно возводить из разного типа блок-модулей. При этом удобство данных конструкций состоит в том, что их можно устанавливать в зависимости от расчетного проекта, в заданной плоскости — вертикальной или горизонтальной и, что немаловажно, не только в один этаж. Блок-модуль может являться частью помещения или

выделяться в отдельное помещение. Это связано с модульным направлением конструкции, модули размещают в любой последовательности, по желанию заказчика.

Контейнерные БМЗ применяют для строительства административных центров и офисов, автомоек, магазинов, производственных и складских площадей, гаражей и ангаров. Это наиболее предпочтительный вариант для строительства временных вахтовых поселков строителей и военных городков.

Достоинства блочно-модульных зданий:

- максимальная заводская готовность; высокая скорость сборки;
- готовые решения инженерного обеспечения;
- возможность реализации любой планировки; возможность быстрого демонтажа зданий и перемещения их в другое место без ущерба для строительной конструкции.

К недостаткам относятся невыразительный внешний вид, временный характер сооружений и относительно высокая стоимость.

Быстровозводимые здания с металлическим каркасом

Принцип возведения таких зданий аналогичен традиционному каркасному строительству из металлоконструкций. Главное отличие — наличие готовых типовых решений, под которые «заточены» линии производства металлопроката и ограждающей конструкции. Вследствие этого удастся добиться значительной экономии затрат и повышения скорости строительно-монтажных работ на площадке [1].

В качестве несущего каркаса БМЗ применяют как элементы из черного металла (колонны, балки, фермы), так и из легких тонкостенных оцинкованных профилей ЛСТК. Первый вариант используется для зданий с большими пролетами (выше 20 м) и высотой до низа несущих конструкций кровли более 9 м. Элементы такого каркаса собирают как на сварке, так и на болтовых соединениях, в зависимости от конкретных условий заказа.

Как правило, каркас обеспечивается горизонтальными прогонами (в которые крепится обшивка и строительные конструкции — дверь, окно, перегородка) и вертикальными стойками.

Металлический несущий каркас может быть стандартным и нестандартным, выполненным из оцинкованного профиля. Данные параметры позволяют снизить нагрузку на фундамент и облегчить сборку.

Ограждающими конструкциями в БВЗ являются перекрытия стен, крыша, стены, которые могут быть как внутренними, так и внешними конструкциями. Если внешние конструктивные элементы служат защитой от ветра, снега, дождя, то внутренние элементы разделяют пространство на области, они зонировуют помещения.

В зависимости от материала, который применяется для возведения конструкции, последние делятся на сборные конструкции, и сэндвич-панели. Сборная конструкция возводится «по месту», для чего заранее монтируется каркас. Далее каркас утепляется профнастилом, ячейки которого заполняют утеплителем в несколько или один слой. После этого все покрывается фольгой и обшивочными материалами. Данная конструкция довольно экономична, но мало пригодна для санитарно-гигиенической обработки. Это и усложняет, точнее снижает диапазон ее применения. Используется для помещений общего назначения, складских и иных помещений.

Популярностью пользуются и сэндвич-панели. Отличаются практичностью, малой стоимостью, что немаловажно при возведении БВЗ. Особенность БВЗ — многослойность (как слоеный пирог), состоят из утеплителя и защитного покрытия, которые скреплены между собой. Данная система позволяет выполнить сэндвич герметичным. Для противодействия атмосферным осадкам наружную обшивку выполняют из влагостойких материалов — пластика, оцинковки. Наружные поверхности стеновых и кровельных сэндвич-панелей имеют устойчивое к коррозии покрытие, обладающее высоким сопротивлением к испарению, воздействию с кислотными средами и УФ-излучению.

Материалы внутреннего утепления — минеральная вата, пенополистирол и др. Фундамент сооружения выполняют в ленточном виде; может быть столбчатым заглубленным или в виде площадки из плит [3–4].

Бескаркасные БМЗ. Гаражи, цехи, склады, ангары являются металлическими быстровозводимыми зданиями шатрового и арочного типов. Технология позволяет в минимальные сроки перекрыть значительные площади. Размеры арочных конструкций — от 6 до 24 м в ширину, любой длины, а высота, как правило, до 12 м.

Особенностью бескаркасных БМЗ является отсутствие таких понятий, как «стены» и «кровля». Элементы единой ограждающей

конструкции выполняются из профилированного листа и соединяются между собой методом вальцовки. При этом такой тип сооружений может применяться как в «холодном», так и в «теплом» исполнении. Во втором случае утепление ограждающей конструкции производится методом нанесения целлюлозного покрытия с внутренней стороны при помощи специального оборудования [4].

Достоинства бескаркасных БМЗ: минимум расчетов и чертежей в проектной документации, простая и надежная конструкция без сложных узлов; небольшая стоимость, отличная скорость монтажа и технологичность конструкции. Недостатки: индивидуальное предназначение данных объектов; присутствие мертвых зон в сооружениях, а также пиковых участков объекта, наряду с нормальной высотой.

Строят быстровозводимые конструкции для различных целей: личных, коммерческих; объекты данного типа возводят в городах и сельской местности, с широким спектром применения. Широко используют при возведении объектов культурного и сельскохозяйственного назначения, для магазинов, ферм, кафе, офисов, что является прекрасной альтернативой сооружениям и объектам капитального строительства.

Список литературы

1. Бадин Г. М. Современные технологии строительства и реконструкции зданий / Г. М. Бадин, С. А. Сычев. — СПб.: БХВ-Петербург, 2013. — 288 с.
2. Новоковский К. Разновидности современных быстровозводимых зданий. — URL: maistro.ru/personal/auth/ (дата обращения: 03.03.2019).
3. Теличенко В. И. Технология возведения зданий и сооружений: учеб. для строит. вузов / В. И. Теличенко, О. М. Терентьев, А. А. Лapidус. — М.: Высш. шк., 2004. — 446 с.
4. Гельфонд А. Л. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений: учеб. пособие / А. Л. Гельфонд. — М.: Архитектура-С, 2006. — 280 с.

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕАЭС
И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ГАРМОНИЗАЦИИ**

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПУБЛИЧНОГО
И ЧАСТНОГО ПРАВА**

УДК 347.195

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫХ
ОБЪЕДИНЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

М. А. Барсукова, канд. экон. наук, доцент

А. В. Кулигин, ассистент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Статья посвящена актуальной, многоплановой и недостаточно исследованной в правовой науке теме общественных объединений. Поскольку в современном образовательном процессе практически не рассматриваются аспекты работы общественных объединений и некоммерческих организаций, особенности их правового регулирования и влияние на формирование общественного мнения, то рассмотрены данные аспекты и предложены изменения в законодательстве, с учетом национальных и культурных особенностей субъектов.

Ключевые слова: общественные организации, общественные объединения, нормативно-правовые акты.

В ходе формирования российского правового государства повышается значение институтов гражданского общества, расширяются и укрепляются общественные структуры, формируются общественные отношения, основанные на конституционном принципе политического многообразия. Активность населения проявляется через участие в различных общественных объединениях. В условиях демократии невозможно представить политический процесс без участия неправительственных объединений, без учета их мнений и позиций. В стране растет и число действующих неправительственных организаций, а также их членов-добровольцев, выполняющих различную социально значимую работу.

Обеспечение реальной возможности осуществлять деятельность общественных объединений — одно из актуальных направлений

реализации правовой политики государства. Правовая политика «представляет собой законодательно установленную, основанную на Конституции Российской Федерации и национальной юридической доктрине системную, последовательную и стабильную деятельность государственных и муниципальных органов по формированию эффективного механизма осуществления и защиты прав и исполнения обязанностей [1].

За последние годы в юридической науке появились новые направления, в т. ч. теория общественных объединений. Приняты ФЗ: «Об общественных объединениях», «О политических партиях», «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности и др. Тем самым созданы правовые механизмы для организации и деятельности общественных объединений, что способствует формированию и развитию их плюралистических и демократических начал.

Основополагающая роль в регулировании деятельности общественных объединений принадлежит Конституции Российской Федерации, провозгласившей право на объединение в ст. 30 [2], включая право создавать профессиональные союзы для защиты своих интересов. При этом содержание права на объединение конкретизируется не Конституцией Российской Федерации, а ФЗ «Об общественных объединениях», согласно которому право граждан на объединение включает право создавать на добровольной основе общественные объединения для защиты общих интересов и достижения общих целей, право вступать в существующие общественные объединения либо воздерживаться от вступления в них, а также право беспрепятственно выходить из общественных объединений [3].

Задачей ФЗ «Об общественных объединениях» является регулирование отношений, возникающих в связи с реализацией гражданами своего конституционного права на объединение, а также отношений, возникающих в связи с созданием, функционированием, прекращением деятельности самых разных видов объединений граждан, поскольку их деятельность не урегулирована специальными законами. Одной из отличительных черт федерального закона является то, что в центре его — право гражданина на объединение, что соответствует задачам новой философии конституционного строительства, где личность является «исходным пунктом правовой системы». Другой

особенностью анализируемого ФЗ является его универсальность — он оставляет достаточно свободы для последующего нормотворчества, не затрагивая специфику деятельности конкретных видов объединений — партий, творческих союзов, предпринимательских объединений и т. д., устанавливая для них лишь общеобязательные принципы создания и деятельности общественных объединений (ст. 15 ФЗ «Об общественных объединениях»), включающие: равенство перед законом; добровольность; равноправие; самоуправление; законность; свободу в определении своей внутренней структуры, целей, форм и методов своей деятельности; гласность [3].

Первый и основной недостаток данного нормативного правового акта, на наш взгляд, заключается в необоснованном акценте на пользе гражданско-правового статуса общественных объединений в ущерб регулированию статуса публично-правового. Об этом свидетельствуют нормы ст. 4 ФЗ «Об общественных объединениях», согласно которым содержание права граждан на объединение, основные государственные гарантии этого права, статус общественных объединений, порядок их создания, деятельности, реорганизации и (или) ликвидации регулируются этим ФЗ, ГК РФ и другими законами об отдельных видах общественных объединений. Подобная формулировка представляется нелогичной, поскольку право граждан на объединение и его основные государственные гарантии затрагивают преимущественно конституционно-правовую и, отчасти, административно-правовую сферы [4].

Другим существенным недостатком анализируемого федерального нормативного правового акта является недостаточно продуманная с теоретической и практической точек зрения классификация видов и форм общественных объединений, указанная непосредственно в законе. Обращает на себя внимание деление общественных объединений на организации, движения, фонды, учреждения, органы общественной самодеятельности и политические партии (ст. 7 ФЗ «Об общественных объединениях») [3], причем признаки, характеризующие соответствующие виды общественных объединений, достаточно четки. Признак наличия или отсутствия членства, на первый взгляд, разграничивает понятия общественной организации (в которой имеется членство) и других объединений (движения, фонды,

учреждения, органы общественной самодеятельности), которые членства не предполагают. Однако политические партии, выведенные ФЗ «Об общественных объединениях из понятия общественных организаций, напротив, предполагают членство, поэтому понятие общественной организации становится размытым.

Еще менее убедительно, на наш взгляд, выделение видов общественных объединений по таким признакам, как массовость (общественное движение), добровольность взносов на общественно полезные цели (общественный фонд), оказание конкретного вида услуг (общественное учреждение) или совместное решение различных социальных проблем (орган общественной самодеятельности). Подобная методология строится на ошибочных принципах, поскольку, во-первых, закон допускает деятельность общественных фондов, общественных учреждений и органов общественной самодеятельности без их регистрации в качестве юридического лица (а это чревато возможными имущественными, в т. ч. фискальными, злоупотреблениями), во-вторых, поскольку форма «орган общественной самодеятельности слабо увязывается с институтом территориального общественного самоуправления, предусмотренным ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [5].

На наш взгляд, методологически более верно закрепить в ст. 7 ФЗ «Об общественных объединениях двух организационно-правовых форм общественных объединений общественной организации и общественного движения, в зависимости от наличия или отсутствия института членства в соответствующем объединении, при условии, что политические партии относятся к категории общественных организаций. Что же касается деятельности по сбору и расходованию взносов на общественно полезные цели, оказанию конкретных видов услуг либо совместному решению различного рода социальных проблем, то такая деятельность могла бы осуществляться в рамках каждой из двух указанных организационно-правовых форм (организации или движения) при условии, что общественное объединение подлежит обязательной государственной регистрации в качестве юридического лица и полностью уплачивает законно установленные налоги и сборы.

Механизм обеспечения деятельности общественных объединений, по нашему мнению, целесообразно представить в виде следующих составляющих:

1. механизм создания общественных объединений любой организационно-правовой формы или отказ от создания общественных объединений. Принуждение запрещено. Равные основания осуществления регистрации уставов, равные основания отказа в регистрации и прекращение деятельности общественных объединений;

2. механизм невмешательства государственных органов и должностных лиц в деятельность общественных объединений, равно как и невмешательства объединений в деятельность государственных органов и должностных лиц;

3. механизм осуществления внутриорганизационной деятельности («право внутриорганизационной автономии»);

4. механизм образования союзов(ассоциаций) общественных объединений;

5. механизм вступления общественных объединений в международные связи и международные неправительственные объединения;

6. механизм реализации целей и интересов общественных объединений. Недопущение злоупотреблений свободой объединения;

7. механизм контроля и надзора за деятельностью общественных объединений;

8. механизм защиты нарушенных прав общественных объединений;

9. механизм равной ответственности общественных объединений за нарушение законодательства.

Таким образом, конституционно-правовые особенности современной России диктуют необходимость особенно тщательного учета федеративного устройства и реформы местного самоуправления, причем федеральная власть должна быть освобождена от тех функций по регулированию и поддержке общественных объединений, которые могут быть реализованы властью субъектов РФ либо муниципальных образований. В связи с этим не только содержание, но и наименование ФЗ «Об общественных объединениях» выходит за рамки ст. 71-73 Конституции Российской Федерации, создавая основу для федерального регулирования всего комплекса отношений

по организации и деятельности общественных объединений, в то время как согласно Конституции РФ это составляет предмет совместного ведения Федерации и ее субъектов [2].

Список литературы

1. Авакьян С. А. Политический плюрализм и общественные объединения в Российской Федерации: конституционно-правовые основы / С. А. Авакьян. — М., 1996. — 360 с.
2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2ФКЗ) // Доступ из СПС «КонсультантПлюс (дата обращения: 02.03.2019).
3. Об общественных объединениях: ФЗ от 19.05.1995 № 82-ФЗ.
4. Юрьев С. С. Правовой статус общественных объединений: Автореф. дисс. ... на соиск. учен. степ. канд. юрид. наук / С. С. Юрьев. — М., 1995.
5. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ.

УДК 342.25

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОСНОВА МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ: НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

В. Б. Думбадзе, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматриваются экономическая основа местного самоуправления как сложное понятие, а также особенности муниципальной собственности.

Ключевые слова: экономическая основа местного самоуправления, правовое регулирование, право собственности, муниципальное имущество, имущественные права муниципального образования.

Экономическая основа местного самоуправления — сложное, многоаспектное понятие. Российское законодательство признает муниципальную собственность наряду с государственной, частной и иной. Данная статья написана с целью показать некоторые особенности

правового понимания и регулирования экономической основы местного самоуправления.

Термин «экономическая основа местного самоуправления» появился в российской правовой практике в 1990 г. с принятием закона СССР от 09.04.1990 № 1417–1 «Об общих началах местного самоуправления и местного хозяйства в СССР» [7].

Разным аспектам «экономической основы местного самоуправления» посвящены труды российских правоведов И. В. Гранкина, В. Я. Мустафина, Е. И. Савиновой, А. М. Цирина и др.; в то же время в них нет целостного, многоаспектного изучения данного института муниципального права.

О необходимости «сильной экономической основы местного самоуправления» говорят многие авторы. Как отмечает Е. М. Кузнецова, «одной из причин неудач становления местного самоуправления в нашей стране является отсутствие материальных ресурсов муниципальных образований (финансы, имущество и др.), позволяющих в полной мере самостоятельно решать вопросы местного значения» [11].

Ключевые аспекты экономической основы местного самоуправления регулируются Гражданским кодексом Российской Федерации, Бюджетным кодексом Российской Федерации, Налоговым кодексом Российской Федерации и иными нормативно-правовыми актами.

Под экономической основой местного самоуправления, как отмечает Е. М. Кузнецова, «...следует понимать совокупность норм и принципов, регламентирующих экономические вопросы осуществления местного самоуправления, а также совокупность средств и ресурсов, предназначенных для решения вопросов местного значения» [11].

Известный российский правовед И. В. Гранкин понимает экономическую основу местного самоуправления как «...совокупность законодательных и иных правовых норм, регулирующих вопросы владения, пользования и распоряжения муниципальным имуществом, реализации имущественных прав, а также формирования местного бюджета и использования его средств» [9].

В ч. 1 ст. 132 Конституции РФ закреплено, что «органы местного самоуправления самостоятельно управляют муниципальной

собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы...» [1].

В ст. 49 ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее — ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ) указано, что «экономическую основу местного самоуправления составляют находящееся в муниципальной собственности имущество, средства местных бюджетов, а также имущественные права муниципальных образований» [4].

Муниципальное имущество. В ч. 1 ст. 50 ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ указано, какое имущество может находиться в собственности муниципальных образований. В этой статье дан исчерпывающий перечень «категорий имущества», которое может находиться в собственности муниципальных образований.

В соответствии с ч. 5 ст. 50 ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ «в случаях возникновения у муниципальных образований права собственности на имущество, не соответствующее требованиям ч. 1 настоящей статьи, указанное имущество подлежит перепрофилированию (изменению целевого назначения имущества) либо отчуждению» [4].

Как пишет В. Я. Мустафин в рамках своего диссертационного исследования, «главным итогом управления муниципальной собственностью является обеспечение сбалансированного социально-экономического развития муниципального образования путем решения ряда управленческих задач: организации жизнеобеспечения населения и городского хозяйства; обеспечения населению минимума социальных гарантий и услуг; эффективного использования собственности в целях повышения доходов в городской бюджет и удовлетворения потребностей населения» [12].

Имущественные права муниципальных образований. Содержание права собственности образуют, согласно ст. 209 ГК РФ, традиционные правомочия собственника владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащим ему имуществом. Исходя из данных положений российского гражданского законодательства, имущественные права муниципального образования представляют собой следующие правомочия: владения, пользования и распоряжения муниципальным имуществом.

В ст. 51 ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ указано, что «органы местного самоуправления от имени муниципального образования самостоятельно владеют, пользуются и распоряжаются муниципальным имуществом...» [4].

Органы местного самоуправления, наделенные соответствующими полномочиями, вправе передавать муниципальное имущество иным лицам, «отчуждать, совершать иные сделки в соответствии с федеральными законами».

Муниципальные образования обязаны вести реестр муниципальной собственности. На уровне муниципальных образований законодательный (представительный) орган утверждает «Положения о реестре муниципального имущества». Например, «Положение о реестре муниципального имущества города Новосибирска», принято решением Совета депутатов города Новосибирска от 27.06.2012 № 644 [6].

Средства местных бюджетов. Под местным бюджетом понимают форму образования и расходования денежных средств для обеспечения деятельности органов местного самоуправления, решения вопросов местного значения.

В силу ст. 15 БК РФ «каждое муниципальное образование имеет собственный бюджет. Бюджет муниципального образования (местный бюджет) предназначен для исполнения расходных обязательств муниципального образования». В данной статье БК РФ указано, что не допускается «использование органами местного самоуправления иных форм образования и расходования денежных средств для исполнения расходных обязательств муниципальных образований» [3].

Итак, можно сделать такие выводы:

Термин «муниципальная собственность» закреплён в ч. 2 ст. 8 Конституции Российской Федерации.

Перечень «категорий имущества», которое может находиться в собственности муниципальных образований четко определен в ч. 1. ст. 50 ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ.

Имущественные права муниципального образования представляют собой триаду правомочий: владение, пользование и распоряжение муниципальным имуществом.

Каждое муниципальное образование, в соответствии с БК РФ, обязано иметь собственный бюджет (местный бюджет), который

предназначен для исполнения расходных обязательств муниципального образования.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Российская газета. — 1993. — № 237.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.03.2017) // Собрание законодательства РФ. — 1994. — № 32. — ст. 3301.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 27.12.2018) // Собрание законодательства РФ. — 1998. — № 31. — ст. 3823.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 06.02.2019) // Собрание законодательства РФ. — 2003. — № 40. — ст. 3822.
5. О ведении государственного реестра муниципальных образований Российской Федерации: постановление Правительства РФ от 08.02.2017 № 151 // Собрание законодательства РФ. — 2017. — № 7. — ст. 1090.
6. О реестре муниципального имущества города Новосибирска: положение (принято решением Совета депутатов города Новосибирска от 27.06.2012 № 644) // Доступ СПС «КонсультантПлюс».
7. Об общих началах местного самоуправления и местного хозяйства в СССР: закон СССР от 09.04.1990 № 1417-1 (ред. от 23.10.1990) // Ведомости СНД СССР и ВС СССР. — 1990. — № 16. — ст. 267 (утратил силу).
8. Большой юридический словарь / В. Н. Додонов, В. Д. Ермаков, М. А. Крылова [и др.] — М.: Инфра-М, 2001. — 790 с.
9. Гранкин И. В. Муниципальное право в вопросах и ответах: учеб. пособие / И. В. Гранкин. — М.: Проспект, 2016. — 208 с.
10. Думбадзе В. Б. Муниципальная собственность: некоторые вопросы правового регулирования / В. Б. Думбадзе // Гуманитарные науки и модернизация правовой системы государства: российский и зарубежный опыт: труды V Межд. науч.-практ. конф. / под ред. Г. Б. Гридневой, А. Б. Дидикина. — Новосибирск: Омега Принт, 2017. — С. 142–147.
11. Кузнецова Е. М. Местное самоуправление и социальная работа: конспект лекций / Е. М. Кузнецова. — Омск: изд-во ОмГТУ, 2010.
12. Мустафин В. Я. Конституционно-правовые основы управления государственной и муниципальной собственностью в субъектах Российской Федерации: дисс. ... канд. юрид. наук / В. Я. Мустафин; РАГС при Президенте РФ. — М., 1998. — 177 с.

**МИГРАЦИОННЫЙ УЧЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
И РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В УСЛОВИЯХ
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА:
СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВАЯ ОЦЕНКА**

С. В. Краснов, студент

А. К. Чупрова, студентка

Научный руководитель А. В. Годованный, канд. юрид. наук, доцент

Сибирский университет потребительской кооперации,

г. Новосибирск, Россия

В данной статье рассмотрены особенности миграционного учета Российской Федерации и Республики Казахстан в условиях ЕАЭС.

Ключевые слова: миграционный учет, органы миграционного учета, миграционная политика ЕАЭС.

При создании Евразийского экономического союза (ЕАЭС) одной из заявленных задач было свободное перемещение рабочей силы, что сильно изменило миграционное законодательство двух государств — основательниц ЕАЭС. Авторы статьи проанализировали действующее законодательство о миграционном учете граждан РФ и РК.

Если посмотреть основные определения в законодательстве, то видны основные различия: в Российской Федерации есть понятие «миграционный учет» для иностранных граждан и «регистрационный учет» для граждан РФ.

Под миграционным учетом понимается государственная деятельность по фиксации и обобщению сведений о перемещениях иностранных граждан и лиц без гражданства, а под регистрационным учетом — государственная деятельность по фиксации и обобщению данных о регистрации граждан по месту жительства и пребывания. Данное разделение характерно для российского законодательства, оно выразилось в системе федеральных законов для иностранных граждан и законодательства для граждан РФ.

В Республике Казахстан данного разделения законодательства нет. Деятельность государства по фиксации и обобщению перемещения

граждан республики, иностранных граждан и лиц без гражданства регулируется двумя законодательными актами, причем круг лиц, упоминаемый этими законодательными актами, довольно широк. Например, иммигрант, мигрант, внутренний мигрант и понятие, встречающееся, только в казахстанской законодательной практике, это оралманы — этнические казахи, постоянно проживающие на момент приобретения суверенитета Республикой Казахстан за ее пределами, по сути это тождественно понятию «соотечественник», но обусловлено определенной национальной принадлежностью. Круг лиц по миграционному законодательству РФ не такой широкий, но есть свои особенности, например понятие «высококвалифицированный специалист» — лицо, имеющее определенный опыт работы, навыки или достижения в конкретной области деятельности [3].

Органы, осуществляющие непосредственно миграционный учет в России, — это Главное управление по вопросам миграции МВД РФ (ГУВМ МВД РФ) образовано указом Президента РФ [4]. В Республике Казахстан — Комитет миграционной службы МВД РК (Миграционная полиция), образованный постановлением Правительства РК [5]. Функции данных органов почти идентичны: постановка на миграционный учет, выдача разрешений на временное проживание и вида на жительство, разработка нормативно-правовых актов в пределах своей компетенции и т. д.

Законодательством определен перечень сведений, фиксируемых миграционным учетом, которые лучше раскрыты в российских ФЗ, к ним можно отнести: профессия, цель въезда, дата регистрации по последнему месту жительства и его адрес, заявленные сроки пребывания на территории государства.

Так, сроки пребывания (регистрации) иностранных граждан в РФ и РК (не имеющих международных договоров о безвизовом соглашении въезда и выезда) не превышают 30 суток, на период действия национального паспорта иностранца и визы. Для граждан, прибывших в Россию или Казахстан из стран, имеющих международные договоры о безвизовом режиме въезда и выезда, также не превышают 30 суток. Срок пребывания иностранного гражданина в России и Казахстане может быть продлен или сокращен, если изменились условия и обстоятельства, в связи с которыми ему разрешен въезд

в страну. Гражданам стран Евразийского экономического союза срок пребывания после постановки, на миграционный учет которых, составляет 90 суток. Для указавших цель въезда «на работу» (трудоустроенных мигрантов), представивших в течение 30 дней после пересечения границы трудовой договор с российским или казахстанским работодателем, — на срок действия трудового договора не более 1 года с возможностью последующего продления. Иностранцы, в отношении которых имеется оформленное в установленном законом порядке разрешение (патент) на привлечение иностранной рабочей силы — на срок действия данного разрешения. Разрешенные сроки пребывания иностранных граждан на территории России и Казахстана ограничены сроком действия регистрации их паспортов или патентов и прекращаются в последний день действия виз, регистрации или же патентов. Для иностранных граждан, прибывших в безвизовом порядке, и граждан стран ЕАЭС первоначальный срок регистрации может быть продлен на такой же срок (30 или 90 суток). Дальнейшее продление срока не допускается. Иностранцы при приближении истечения продленного срока должны принять решение о выезде из страны или о получении разрешения на временное пребывание. Ограничение общего срока пребывания не распространяется на какой-то период (например, на календарный год). Для регистрации на новый срок иностранцу достаточно выехать из Республики Казахстан и вновь въехать на ее территорию в общем порядке. На том основании, что иностранный гражданин ранее въезжал в страну и использовал сроки пребывания, ему не могут отказать в повторной регистрации или сократить новый срок пребывания. Для иностранных граждан, въехавших в визовом порядке, срок пребывания продлевается на срок действия визы. Иностранцы, временно пребывающие в РФ, обязаны зарегистрироваться в течение 7 календарных дней со дня пересечения государственной границы страны. В РК иностранцы обязаны зарегистрироваться в течение 5 дней со дня пересечения государственной границы РК. Иностранец, являющийся гражданином страны-участницы ЕАЭС [6], указавший при въезде в Россию или Казахстан в качестве цели «на работу», а также члены его семьи освобождаются от регистрации в течение 30 суток с даты въезда на территорию

стран. От регистрации паспортов и в России, и в Казахстане освобождаются следующие иммигранты: обладающие дипломатическим или служебным паспортом; прибывшие в Россию или Казахстан с визой стран пребывания категории «дипломатическая», «служебная», «инвесторская» или при подтверждении статуса «инвестора» от уполномоченного органа (для стран с безвизовым режимом пребывания). Документы, необходимые для регистрации в РФ и РК, одинаковы. Чтобы зарегистрировать физические или юридические лица, принимающие иностранца, либо лицо без гражданства, а также иностранцы, обращающиеся за регистрацией лично, представляют:

1) действительный документ, удостоверяющий личность иностранца либо лица без гражданства с визой на въезд и пребывание в РФ и РК (если с соответствующим государством установлен безвизовый порядок въезда, то виза не требуется);

2) миграционную карточку с отметкой о пересечении границы, которая выдается сотрудниками пограничной службы ФСБ РФ в пунктах пропуска через государственную границу.

Заявление о регистрации: для физических лиц бланк выдается сотрудниками подразделений миграционной полиции, для юридических лиц оформляется на официальном бланке данного юридического лица. Для регистрации иностранцев и лиц без гражданства срок временного пребывания которых в РФ или РК составляет свыше 6 мес., дополнительно представляются:

3) два заполненных адресных листка прибытия;

4) заполненный талон статистического учета к листку прибытия;

5) одна фотография размером 35×45 мм.

После принятия всех документов сотрудником подразделения ГУВМ МВД РФ или миграционной полиции РК выдается талон о принятии документов. Результатом регистрации является выдача иностранцу документа, удостоверяющего личность, и миграционной карточки с отметкой о регистрации. Иностранцам, не оформившим миграционные карточки в пунктах пропуска через государственную границу (для въезжающих в визовом порядке это не является обязательным), они выдаются при регистрации. При этом в графе «въезд» проставляется визовая (паспортная) печать подразделения миграционной полиции. В соответствии с законом РК и

ФЗ РФ, иностранцы могут свободно передвигаться по территории России или Казахстана, открытой для посещения иностранцам, и избирать место жительства в порядке, установленном законодательством обеих стран. Граждане стран ЕАЭС, зарегистрировавшиеся по определенному месту жительства, вправе без ограничений передвигаться по территории России или Казахстана (в пределах срока регистрации), в т. ч. посещать другие регионы и населенные пункты, за исключением территорий, которые ограничены для их посещения, например ЗАТО. Иностранные граждане должны в 5-дневный срок пройти перерегистрацию в органах миграционной полиции по месту нового проживания, если они сменили постоянное или временное место проживания на территории РК. В РФ на данную процедуру для иностранных граждан отводится 7 дней.

За нарушение иностранными гражданами правил регистрации установлена ответственность ст. 394 Кодекса РК об административных правонарушениях. Согласно этой статье несоблюдение сроков регистрации влечет штраф в размере 10 МРП (около 4000 руб.), а повторное в течение года — административный арест до 10 суток. Уклонение от выезда в установленные сроки, несоответствие цели выезда указанной при въезде или регистрации, несоответствие фактического места проживания адресу, указанному при регистрации, влечет административный арест на срок до 10 суток, а в случае повторного совершения в течение года — штраф в размере 40 МРП (около 16 000 руб.) либо административный арест до 15 суток с административным выдворением за пределы Республики Казахстан. Административная ответственность за нарушения правил регистрации в РФ установлена ст. 18.9 Кодекса РФ об административных правонарушениях. Предусмотрено этой статьей за нарушение иностранным гражданином правил регистрации по месту пребывания или по месту жительства в жилом помещении, если эти действия не содержат признаков уголовного преступления, это влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 40 000–50 000 руб.; на юридических — от 400 000–500 000 руб.

В России частичным решением трудового вопроса можно считать введение системы патентов для иностранных граждан в сфере труда, занятых в частном секторе. Они выдаются территориальными

структурами ГУВМ МВД РФ на основе квоты, которую утверждает ежегодно Правительство РФ, а затем Министерство здравоохранения и социального развития (теперь Министерство труда и социальной защиты РФ) распределяет между регионами России, а также различными профессиональными группами мигрантов.

В Казахстане действует система разрешений для приема на работу иностранных граждан с учетом квот, утвержденных Правительством РК. То есть требуется разрешение соответствующего уполномоченного органа для привлечения иностранной рабочей силы, получаемое с соблюдением определенной процедуры. Разрешение выдается работодателю, нанимающему иностранного работника, и является основанием для заключения трудового договора.

На основании изложенного можно сделать вывод, что миграционное законодательство России требует кодифицированного подхода, ведь основная проблематика миграционного права в том, что оно «разбросано» в различных законах и подзаконных ведомственных актах.

В Республике Казахстан миграционное законодательство более консолидировано, имеет обширный и более четкий понятийный аппарат. Кодификация миграционного законодательства стран ЕАЭС повысило бы информационную и правовую сознательность граждан.

Список литературы

1. Закон Республики Казахстан от 19 июня 1995 года «О правовом положении иностранцев». — URL: adilet.zan.kz/rus/ (дата обращения: 03.02.2019).
2. Закон Республики Казахстан от 22 июля 2011 № 477-IV «О миграции населения». — URL: online.zakon.kz/document/ (дата обращения: 03.02.2019).
3. О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации: ФЗ от 25.07.2002 № 115-ФЗ (ред. от 27.12.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 16.01.2019). — URL: www.consultant.ru/ (дата обращения: 03.02.2019).
4. Указ Президента Российской Федерации от 05.04.2016 № 156 «О совершенствовании государственного управления в сфере контроля за оборотом наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров и в сфере миграции». — URL: rg.ru/2016/04/05/ (дата обращения: 28.02.2019).
5. О некоторых вопросах Министерства внутренних дел Республики Казахстан: постановление Правительства Республики Казахстан от 6 марта 2017 года № 110. — URL: adilet.zan.kz/rus (дата обращения: 28.02.2019).
6. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в Астане 29.05.2014). — URL: docs.eaunion.org/ru-ru (дата обращения: 28.02.2019).

ПОНЯТИЕ «КОНСТИТУЦИЯ» В ИСТОРИИ ЕВРОПЕЙСКОЙ И РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКО- ПРАВОВОЙ МЫСЛИ XVIII — НАЧАЛА XX в.

Л. А. Линенко, ассистент

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматриваются нормативно-правовые акты, проекты нормативно-правовых актов, регулирующих основные принципы деятельности государства.

Ключевые слова: конституция, право, государство, монарх, основной закон, декларация, фундаментальные законы, наказ.

Современность несет в себе опыт истории создания общества, веки его развития, иногда отголоски античности являются основами для реализации общественных отношений между людьми, а также взаимодействия между государством и обществом. Говоря об истории законодательства, конкретно о появлении первых конституций, мы обращаемся к древнегреческому и древнеримскому наследию.

Термин *constitutio* (от лат. — «устройство», «учреждение»). В Древнем Риме в эпоху домината такое наименование имел закон, единоличное распоряжение римского императора. В первых прообразах конституций сформулированы правила взаимодействия государства, его структуры с гражданами практически во всех областях [2]. Встречаются «конституции», передающиеся устно. Так, например, в Спарте Большая ретра. Большая ретра с латинского переводится — «большое постановление». «Пусть народ будет разделен на филы и обы, пусть в герусию входит вместе с царями 30 человек, а народ время от времени собирается у реки Еврота на собрания. Там пусть народу предлагают решения, которые он может принять или отклонить. У народа пусть будет высшая власть и сила». В данном постановлении заключен смысл устройства и осуществления государственной власти; если опираться на перевод термина *constitutio*, то противоречий нет. Несмотря на развитие правовой мысли, еще долго не было создано конституции в современном значении этого слова, а лишь фиксированные законы и постановления.

Во Франции в конце XVIII в., абсолютная монархия, оберегающая дворянство и духовенство многочисленными привилегиями, стала стремительно тормозить развитие капитализма. В 1788 г. вследствие череды неурожайных сезонов, высоких налогов крестьяне были окончательно разорены; большой прирост бедного населения, злоупотребление административных органов, бюрократия и коррупция — все это привело к революционной ситуации.

Впервые за 175 лет в 1789 г. были созваны Генеральные штаты. Буржуазия, занимавшая третье место среди депутатов, требовала совместного обсуждения и голосования с другими сословиями. Это было связано с тем, что буржуазия пользовалась большой поддержкой депутатов дворянства и духовенства, при наличии поддержки большего количества депутатов ей была обеспечена победа. Но представители дворянства и духовенства не поддержали представителей буржуазии. Вследствие чего 17 июня депутаты третьего сословия объявили себя Национальным собранием. С помощью массового восстания трудящихся в Париже в июле 1789 года, укрепились позиции национального собрания. Фактически вся власть перешла в руки представителей буржуазии, в дальнейшем собрание именовалось *Constituante*, что в переводе с французского означает «учредительное» [4].

Революционные события во Франции послужили причиной принятия 26 августа 1789 г. Декларации прав человека и гражданина, включавшей положения на демократических и гуманистических принципах, закреплявшей идеи естественного права (ст. 1). Провозглашены политическое равенство и равенство перед законом, отсутствие деспотизма и сословного строя, идеи народного и национального суверенитета (ст. 3). Ст. 16 гарантировала разделение государственной власти. Данный акт имеет признаки и современной конституции [1]:

— конституция — акт, устанавливающий границы вмешательства государства в политическую, экономическую и социальную свободу индивида;

— конституция как основание разделения государственной власти, организует систему «сдержек и противовесов».

В XVIII в. в государствах Европы активно развивалась мысль о политических режимах, которые предусматривали публичное обсуждение

и коллективное подписание политических проектов, касающихся реформирования режима, что не было характерно для России.

Иван Шувалов разрабатывает проект уложения «Фундаментальные законы». Проект предусматривал присягу императрицы и ее подданных в строгом соблюдении «Фундаментальных и непременных законов», в которых привилегированное место занимало дворянское сословие; купцам и ремесленникам запрещалось владеть доходными отраслями промышленности. Уложение не было до конца разработано, осталось на стадии проекта [5].

Екатерина II первые годы не вникала в государственные дела, держала при себе доверенных советников, одним из которых был Н. И. Панин. Затем занялась преобразованием Сената, где четко установила правительственные места с точными «пределами» и «законами». Тем временем Н. И. Панин разработал и предложил императрице проект учреждений императорского совета, в котором он убедительно доказывал несовершенство прежнего управления. Несмотря на то что императрица была не опытна в государственных делах, она понимала, что проект, предложенный Паниным, может превратить Россию из самодержавной монархии в монархию, управляемую советом олигархии и чиновной аристократией.

Екатерина II начала работать над проектом «Основного закона государства»: «главной функцией Совета становилось проведение общего политического курса, обеспечение безопасности, преемственности монархической власти в период междуцарствия. Следствием изменения структуры управления стала реформа Сената 1763 г., превратившая его из высшего правительственного учреждения фактически в институт контроля за управлением и применением законов во главе генерал-прокурором. Именно секатерининской реформы Сенат становится постоянным гарантом единства законодательной политики, юридического оформления законодательных актов и их соблюдения всеми ветвями администрации монархического государства» [7].

Екатерина II в 1795 г. начинает работу над «Наказом», опирается на тракт «О духе законов» Монтескье, «Энциклопедию» Д. Дидро, Даламбера, на трактат «О преступлениях и наказаниях» Ч. Беккариа. В июле 1767 г. он был готов и передан комиссии.

Основной текст «Наказа» разделен на пять разделов:

1. 1–5 главы. Закрепление общих принципов устройства государства;
2. 6–7 главы. Закрепление основ государственного законодательства и общих форм законодательной политики;
3. 8–10 главы. Закрепление уголовного права и процесса;
4. 11–18 главы. Закрепление основ сословно-правовой организации общества;
5. 19–20 главы. Рассмотрение методов, средств и приемов для разработки и систематизации нормативно-правовых актов.
6. Доработаны 21 и 22 главы, включавшие основы управления и организации финансовой системы государства.

Концепцией «Наказа» выступали принципы самодержавия, законности, гражданского общества.

Первые главы раскрывают определение системы правления России. Глава вторая — границы Российского государства. Устанавливается абсолютная монархия, аргументация закреплена в ст. 11, 12.

В конце XVIII — начале XIX в. в России возникает вопрос о конституции, ее сущности, после Французской революции конституция выступает как способ легитимации власти, в т. ч. и монархии.

Екатерининская политика сменилась противоречивостью и непоследовательностью Павла I. Павел I, воспитанный в жесткой дисциплине, с первого дня царствования начал контрполитику по отношению к устоявшемуся режиму Екатерины II, во всех сферах общества насаждал полицейско-казарменный порядок.

В период правления Павла I А. А. Безбородко работает над трудом «Записка для составления законов Российских». А. А. Безбородко опирается на труды Монтескье о различии деспотизма и монархии, ограниченной фундаментальными законами. «С этой целью предполагалась законодательная регламентация положения всех сословий, упорядочение административной и судебной системы, введение совещательного бюрократического института при монархе для лучшей разработки законов». Собрание депутатов под руководством канцлера юстиции, должность, которой отводилось большое место в проекте вопросов о правовом контроле в государстве, рассматривало законопроекты, исходящие от царя с последующей передачей в Сенат.

Александр I еще до начала царствования участвовал в различных дискуссиях, посвященных вопросам конституции и рационального устройства государства. После коронации он начинает реализовывать идеи просвещенной монархии, на практике ограниченной фундаментальными законами.

«Грамота российскому народу» стала результатом работы Негласного комитета. В проекте данной грамоты рассматривались коронационные проекты, проект организации и формирования Сената, вопросы социального, политического, административного характера. По мнению М. М. Сафронова, авторы грамоты обращались к английской неписанной конституции *Habeas Corpus Act*, к декларации прав и свобод человека. Несмотря на детальную проработку проекта, Российское государство не было готово к реформам.

Следующим этапом развития конституционализма в царствование Александра I связан с разработкой проектов М. М. Сперанского.

М. М. Сперанский указывает на то, что в каждом благоустроенном государстве обязательно присутствуют положительные начала законодательства, коренные, постоянные, с которыми все другие законы были бы сопряжены.

«Конституционная хартия Царства Польского» 1815 г. Дарованная конституция устанавливала монархию, «навсегда соединенную с Российской империей». Монарх назначал наместников из числа поляков, исключение делалось лишь для Императорского дома. Полномочия наместника ограничивались государственным советом, без поддержки которого не принимались важные решения. Государственный совет включал: министерство юстиции, министерство внутренних дел и полиции; военное министерство; министерство государственных доходов и имуществ; министерство культов и народного просвещения.

Следующий труд М. М. Сперанского «Государственная уставная грамота». Грамота связана с ее европейскими аналогами, конституциями отдельных германских государств или Конституцией Бонапарта 1799 г.

М. М. Сперанский делил все население страны на два сословия: высший и низший классы. Эти классы должны быть устроены так, чтобы высший класс стоял между правительством и низшим классом,

но имел с последним выгоды. Государственная власть разделилась на три ветви: законодательную, где высшим органом стала Дума; исполнительную — министерства; судебную — Сенат. Совещательным органом при монархе был Государственный совет, в который входили лорды.

Период правления Александра II характеризуется великими преобразованиями, император провел многомасштабные реформы по преобразованию Российской империи, которые были направлены на решение социально-экономических проблем, дали основу для развития капитализма, расширения понятий «гражданское общество» и «правовое государство».

В конце XIX в. чиновники пришли к выводу, что необходимо реформировать государственное устройство коренным образом. После очередного покушения на Александра II император решает образовать Верховную комиссию, руководителем назначает М. Т. Лорис-Меликова.

В основу проекта политической реформы легли две идеи. Первая направлена на облегчение жизни крестьян, было необходимо расположить к власти население деревни, отвлечь крестьян от массовых выступлений, т. к. сельское население занимало основную долю населения страны. Так как любой аграрной стране независимо от ее экономического развития требуется поддержка сельского хозяйства. Вторая идея — сотрудничество с либеральными кругами, перевод их из лагеря оппозиции в лагерь союзников по борьбе с революционным движением. Выразиться это должно было в общегосударственном представительстве, которое укрепило бы и поддержало самодержавие.

М. Т. Лорис-Меликов в очередном докладе Александру II утверждал, что политика в значительной мере «удовлетворяет внутреннее стремление благомысленной части общества и укрепляет временно поколебленное доверие населения к силе и прочности власти».

Уже Александру III М. Т. Лорис-Меликов представляет очередной проект, в котором предлагается «единство правительства и программы внутренней политики», иными словами, создать «однородное правительство» для обсуждения в Совете министров важнейших государственных вопросов и «привлечения общественных

представителей к предварительной разработке и выполнению реформ». Необходимо провести реформирование губерний, пересмотреть полномочия местных учреждений городского и земского самоуправления, расширив права местных городских и земских учреждений, отменить подушную подать и ввести налоги на «всесословных», более того, необходимо объединить полицейские и жандармские органы в губерниях. Возросла необходимость развития грамотности, М. Т. Лорис-Меликов предлагает провести реформу высшей и средней школы, улучшить законодательство и печать.

После доклада Александр III отправил Лорис-Меликова в отставку и приступил к реализации консервативно-охранительной политики, контрреформ.

«Основные государственные законы» — законодательный акт, утвержденный 23 апреля 1906 г. Николаем II, следующий шаг становления конституционализма в России. В силу развития законодательной мысли акт не содержит всего перечня вопросов, регулируемых на сегодняшний день Конституцией 1994 г., но содержит большое количество основополагающих норм государственного и общественного регулирования.

«Основные государственные законы» были актом «высочайшей милости» монарха, в котором он уступал часть своих прав народному собранию. Это нормативно-правовой акт, состоящий из 11 глав и 124 статей, включавший основы государственного устройства и его функционирования [3].

Содержание схоже со структурой современных конституций. Данный акт превращает российских подданных в граждан, ст. 30–32 гарантируется неприкосновенность личности и законность юридического преследования, ст. 33 — неприкосновенность жилища, ст. 34 — свободный выезд за пределы России, ст. 35 — неприкосновенность собственности, впервые провозглашаются такие демократичные права, как свобода собраний, слова и печати (ст. 36–39). Сначала закрепляются права и свободы человека, направления внутренней и внешней политики, что в целом выделяет нормативно-правовой акт среди других. Закрепляется ограничение монархической верховной власти элементом демократии в лице Государственной думы и Государственного совета. Закрепление общегосударственного языка.

Русский язык признается государственным языком; в армии, на флоте и в «государственных и общественных установлениях» употребление других иных языков регулируется дополнительными законами.

У «Основных законов» была особая юридическая сила, впервые при коллизии законов не водится принцип действия более позднего акта, как было принято ранее, что свойственно и современной конституции; изменения вносились в особом порядке. С инициативой мог выступить только монарх, но только в том случае, если одобрит Государственная дума. Несмотря на исключительное право (ст. 87) «Основных государственных законов», у монарха было право в перерывах между сессиями Думы издавать чрезвычайные приказы, но эти указы следовало согласовывать с Думой и Госсоветом. Иначе акт терял юридическую силу после ближайшей сессии Думы; также указ не мог включать вопросы, касающиеся «Основных государственных законов».

Верховная самодержавная власть гарантировалась императору (ст. 4), но эта власть признавалась ограниченной, т. к. царь мог осуществлять свою власть непосредственно с Государственным советом и Государственной думой (ст. 7). Самодержавная власть монарха является гарантом целостности многонационального Российского государства.

Делая вывод о понимании сущности термина «конституция», стоит отметить, что различия от понимания сущности данного термина правоведомы Древнего мира незначительны, исключением может выступать лишь эпоха домината в Риме.

Конституция определяет основные направления политики, распределение и определение места государственной власти и общества.

Конституция в современном понимании — это основной закон, обладающий, как правило, высшей юридической силой, устанавливающий основные начала государственного устройства.

С развитием общественных отношений термин «конституция» включал все больше принципов. Например, можно привести труды Т. Гоббса и Дж. Локка («теорию общественного договора», когда люди отказываются от своих суверенных прав в пользу государства, чтобы управлять им через представителей). Нельзя не согласиться с Д. Дидро, что понятие «суверенитет» трансформировалось

из «теории общественного договора», «лишь нация есть подлинный суверен, истинным законодателем может быть лишь народ», в то время как «хороший государь является лишь преданным управителем». Конституция преобразовалась в свод принципов, на основании которых государь управляет страной [6].

Общественный договор является одним из оснований появления такого правового явления, как «конституция», вследствие чего в дальнейшем самодержавная монархия перешла в конституционную монархию и гражданин смог реализовывать свои права.

Но лишь «Основные государственные законы» 1906 г. можно называть конституцией? Можно ли отождествлять термины «основной закон» и «конституция»? Нет, т. к. «основной закон» несет в себе значения, это акт, который лежит в основе осуществления государственной власти и взаимодействия государства с обществом. Конституция есть порядок или распределение полномочий в каком-либо государстве, способ разделения власти системой «сдержек и противовесов» для существования нормального гражданского общества. Не всегда государство берет ее за основу, точнее за «основной закон». Такой вывод можно сделать, опираясь на историю, рассматривая более подробно Конституцию СССР 1918 г.

Список литературы

1. Декларация прав человека и гражданина 1789 года. — URL: larevolution.ru/declaration.html (дата обращения: 01.02.2019).
2. Захаров В. В. История государства и права России. В 2-х т. Т. 1: учебник / В. В. Захаров; под общ. ред. В. М. Сырых. — М.: Норма: НИЦ «ИН-ФРА-М», 2014. — 448 с.
3. Овсепян Ж. И. Развитие научных представлений о понятии и сущности конституции / Ж. И. Овсепян // Правоведение. — 2001. — № 5. — С. 24–36.
4. Печатнова Л. Г. История Спарты (период архаики и классики) / Л. Г. Печатнова. — СПб.: Гуманитарная академия, 2001. — 510 с.
5. Корнев В. Н. Особенности российского конституционализма на рубеже веков (XIX — начало XX вв.) / В. Н. Корнев // Реформы 1864 года в теории и практике российского конституционализма: история и современность (к 150-летию Земской и Судебной реформ 1864 г.): мат. межд. науч.-практ. конф., 10–12 апреля 2014 г./ отв. ред. В. Н. Корнев, Н. А. Петухов, В. Е. Сафонов — М.: РГУП, 2014. — С. 236–240.

6. Крашенинникова Н. А. Современная эпоха: учебник для вузов. В 2-х т. Т. 2. / Н. А. Крашенинникова; 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Норма: НИЦ «ИНФРА-М», 2016. — 816 с.
7. Медушевский А. Н. Конституционные проекты в России и их западные источники / А. Н. Медушевский // Социология. Этнология. — 1996. — № 1 — С. 154–194.

УДК 347

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ В ЗАБАЙКАЛЬЕ С 01.07.2019 г.: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

О. А. Липич, канд. юрид. наук

Е. Ю. Мальцева, ст. преподаватель

Забайкальский институт предпринимательства филиал
Сибирского университета потребительской кооперации,
г. Чита, Россия

В статье рассмотрены особенности правового регулирования и правоприменительной практики предоставления земельных участков в Забайкалье.

Ключевые слова: Забайкалье, земельные участки, правовое регулирование.

С 01 июля 2019 г. в Забайкальском крае начнется реализация ФЗ от 01.05.2016 г. № 119-ФЗ «Об особенностях предоставления гражданам земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности и расположенных на территориях субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [6]. Согласно данному закону граждане становятся участниками программы «Переселение соотечественников».

Так, участникам программы с целью освоения и развития на безвозмездной основе будут предоставляться земельные участки площадью не более 1 га. При объединении нескольких граждан, не обязательно связанных родством — земельные участки площадью не более 10 га. Размер предоставляемого земельного участка может быть меньше установленной нормы, его площадь, конфигурацию

и местоположение определяет заявитель. Распределение земельных участков будет производиться в режиме онлайн на интерактивной карте, размещенной на официальном сайте. При этом заявитель вправе выбрать готовый земельный участок с имеющимся кадастровым номером либо самостоятельно разместить территории будущего земельного участка прямо на онлайн-карте и подать заявку в соответствии с составленным планом [2].

Следует отметить, что земельный участок предоставляется жителю России только раз в жизни. Если житель РФ подал заявку, но умер, не успев оформить соответствующие документы, то это право переходит к его наследникам [4].

При этом не все земельные участки могут быть предоставлены заявителю. В частности:

- участки, находящиеся в собственности юридических или физических лиц;
- муниципальные земли;
- заповедные и охраняемые территории;
- области, имеющие стратегически важное значение.

При предоставлении земельных участков необходимо соблюдать следующие условия: земельные участки должны находиться на расстоянии 10 км и более от ближайшего населенного пункта с численностью более 50 чел., либо в 20 км и более от города с населением свыше 300 000 тыс. чел. [6].

При соблюдении вышеуказанных условий земельные участки будут предоставляться на безвозмездной основе.

Предполагается, что данная мера поможет решить проблемы, возникшие в 90-е гг XX в.

Во-первых, сократить количество пустующих земельных участков на территории Забайкальского края.

Во-вторых, поспособствует восстановлению и развитию сельскохозяйственного производства на территории Забайкальского края.

Насколько данная мера решит вышеуказанные проблемы, покажет будущее.

Вместе с тем лица, получившие земельные участки, на практике столкнутся с большими трудностями, вызванными отдаленностью данных земельных участков.

Первой и основной проблемой будет необходимость подключить данные земельные участки к электрической сети. Для этого придется подать соответствующее заявление на разработку и выдачу технических условий на подключение. Речь идет об энергоснабжающей организации — ПАО «МРСК Сибири», которая разрабатывает и выдает технические условия на подключение к электрической сети на возмездной основе. Однако стоимость данной услуги достаточно высока, поскольку в данной сфере Читинский филиал ПАО «МРСК Сибири» является организацией, относящейся к естественным монополиям.

Второй проблемой станет проведение линии электропередач к земельному участку, поскольку данную работу лучше всех сможет выполнить энергоснабжающая организация, но стоимость ее услуг завышена.

Третья проблема — доставка сельскохозяйственной продукции на рынки сбыта и ее переработка. Поскольку предоставляемые земельные участки расположены в значительном отдалении от населенных пунктов.

Четвертой проблемой будет обеспечение поставок сельскохозяйственной продукции продуктовым ретейлерам, находящимся на территории Забайкальского края (торговые сети «Абсолют», «Караван», «Забайкальский привоз», «Продмикс», «Читинка» и др.). Несмотря на то, что ФЗ от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» запрещает взимание любых видов вознаграждений, кроме как включения в цену поставляемого товара вознаграждения продуктовым ретейлерам за приобретение определенного количества товаров, тем не менее на практике ритейлеры взимают такую плату [7].

Таким образом, для решения проблемы сокращения количества пустующих земельных участков, восстановления и развития сельскохозяйственного производства необходимо на уровне законодательных и подзаконных актов РФ и Забайкальского края решить следующие вопросы.

1. Ввести государственное регулирование цен и тарифов за разработку и выдачу технических условий за подключение к электрической

сети с целью обеспечения доступности данных услуг для лиц, получивших земельные участки с целью их восстановления и разработки для использования по целевому назначению.

2. Ввести государственное регулирование цен и тарифов на проведение к земельным участкам линий электропередач.

3. Организовать эффективную доставку сельскохозяйственной продукции до рынков сбыта и предприятий, осуществляющих ее переработку.

4. На уровне законодательных актов Забайкальского края, в рамках, предусмотренных Конституцией РФ и иными законодательными актами РФ полномочий, разработать и принять акт, позволяющий осуществлять контроль и привлекать к административной ответственности продуктовых ретейлеров за отказы лицам, получившим земельные участки, в принятии у них сельскохозяйственной продукции на реализацию.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 20.02.2019).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1: ФЗ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994 г. № 51-ФЗ). — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 25.02.2019).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 2: ФЗ от 26.01.1996 г. №14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 26.01.1996 г.)// Официальный интернет-портал правовой информации. — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 25.02.2019).
4. Земельный кодекс РФ: ФЗ от 25.10.2001 г. № 136-ФЗ (принят ГД ФС РФ 28.09.2001 г. № 136-ФЗ). — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 26.02.2019).
5. Об обороте земель сельскохозяйственного назначения: ФЗ от 24.07.2002 г. № 101-ФЗ (принят ГД ФС РФ 26.06.2002 г.). — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 26.02.2019).
6. Об особенностях предоставления гражданам земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности и расположенных на территориях субъектов Российской Федерации, входящих в состав Дальневосточного федерального округа, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: ФЗ от 01.05.2016 г. № 119-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.04.2016 г.) — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 27.02.2019).
7. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: ФЗ от от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ (принят ГД ФС РФ 18.12.2016 г.) — URL: pravo.gov.ru/ (дата обращения: 27.02.2019).

ПРОБЛЕМЫ УГОЛОВНОГО ПРАВА И ПРОЦЕССА

УДК 343.102

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОГО СОДЕЙСТВИЯ ГРАЖДАН ОРГАНАМ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМ ОПЕРАТИВНО-РОЗЫСКНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

А. М. Ансимов, студент

Научный руководитель О. А. Брашнина, ст. преподаватель
Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС,
г. Новосибирск, Россия

В статье приведен сравнительный анализ законодательной базы Российской Федерации и Республики Армения, выделены наиболее существенные особенности, сходства и различия норм законов в данных странах, приведены точки зрения научных деятелей.

Ключевые слова: конфиденциальность, содействие, законодательство, конфидент, оперативно-розыскная деятельность, контракт, защита.

Одна из главных задач государства — это защита своих граждан, обеспечение им достойной жизни и возможность свободного развития. В ст. 2 Конституция закрепляет, что человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина — обязанность государства [1]. Одной из основных угроз человеческой жизни и нормальной жизни гражданина является преступная деятельность. Проблемы роста, развития преступности и несоблюдение законодательства актуальны во всем мире. Один из важных рычагов борьбы с преступностью — оперативно-розыскная деятельность (далее — ОРД), уполномоченных на осуществление данного вида деятельности органов.

В данной статье впервые проведено детальное сравнение правового регулирования конфиденциального содействия граждан органам, осуществляющим оперативно-розыскную деятельность Российской Федерации и Республики Армения, проанализирована

законодательная база этих стран, выделены сходства и отличия регулирования данного вида деятельности. Похожее сравнение ранее проводили С. И. Владимиров, П. И. Иванов, А. И. Тамбовцев, Р. В. Кондрашечкин на основе законодательных актов бывших союзных республик СССР, регулирующих данный вопрос [4; 5].

Федеральный закон РФ «Об оперативно-розыскной деятельности» закрепляет такое право за следующими оперативными подразделениями: органами внутренних дел Российской Федерации, органами Федеральной службы безопасности, Федеральным органом исполнительной власти в области государственной охраны, таможенными органами Российской Федерации, Службой внешней разведки Российской Федерации, Федеральной службой исполнения наказаний [2]. Закон Республики Армения «Об оперативно-розыскной деятельности» закрепляет более узкий круг органов, уполномоченных на осуществление ОРД: полиция, органы национальной безопасности, налоговые органы, таможенные органы — в целях пресечения и раскрытия контрабанды и других преступлений, уголовно-исполнительная служба [3].

Кроме основных субъектов ОРД, должностных лиц и оперативных сотрудников, законодательство обеих стран закрепляет возможность задействовать в своей деятельности и иных физических лиц. Так, в ст. 12 закона «Об оперативно-розыскной деятельности» закреплено, что, к подготовке и проведению оперативно-розыскных мероприятий могут привлекаться совершеннолетние и дееспособные лица — на бесплатной основе или на платной основе по контракту, с сохранением конфиденциальности сотрудничества [3].

То есть лица, сотрудничающие с оперативными подразделениями на конфиденциальной основе (далее — конфидененты), также являются субъектами оперативно-розыскной деятельности.

Следует отметить, что законодательство Российской Федерации в области содействия граждан органам, осуществляющим ОРД, в ФЗ «Об оперативно-розыскной деятельности» предусматривает возможность как гласного, так и негласного сотрудничества граждан с оперативными подразделениями, в то время как закон «Об оперативно-розыскной деятельности» Республики Армения — только на конфиденциальной (негласной) основе.

Конфиденциальность обусловлена выраженным желанием гражданина. Когда лицо, осуществляющее содействие, хочет остаться инкогнито. Однако бывают случаи, когда оперативные работники от лица органа, уполномоченного на осуществление оперативно-розыскной деятельности, исходя из тактических соображений и безопасности лиц, осуществляющих содействие, может предложить гражданину, привлекаемому в качестве лица, осуществляющего содействие в подготовке и проведении ОРМ, конфиденциальность содействия.

Говоря о задачах привлечения граждан к содействию в подготовке и проведении ОРМ, нужно отметить, что главной целью такого содействия является выполнение задач ОРД. Это содействие обусловлено разведывательно-конспиративным характером, т. к. такое привлечение граждан предоставляет возможность борьбы с преступностью «с тыла».

Законодательство РФ закрепляет данное право сотрудничества за всеми совершеннолетними дееспособными гражданами, независимо от их гражданства, национальности, пола, имущественного, должностного и социального положения, образования, принадлежности к общественным объединениям, отношения к религии и политических убеждений [1]. В Федеральном законе закреплен список лиц, которые не могут стать субъектами конфиденциального содействия по контракту: депутаты, судьи, прокуроры, адвокаты, священнослужители и полномочные представители официально зарегистрированных религиозных объединений. В законе «Об ОРД» Республики Армения этот список намного шире, помимо перечисленных лиц это: министры, сотрудники органов национальной безопасности, полиция, служащие вооруженных сил, работники уголовно-исполнительных системы, за исключением привлечения их в целях осуществления контрразведывательной деятельности, осуществляемой в установленном законом порядке, и других органов, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность.

Оперативные подразделения и конфиденты несут взаимные обязательства. Конфиденты обязаны не разглашать сведения, ставшие им известными в связи с сотрудничеством, а также не предоставлять заведомо ложные сведения органам, осуществляющим

оперативно-розыскную деятельность. А на органы, осуществляющие оперативно-розыскную деятельность, возлагается обязанность хранить в тайне персональные данные лиц, сотрудничающих и сотрудничавших с ними на конфиденциальной основе. Р. В. Кондрашечкин в своей статье делает вывод о том, что между органами, осуществляющими оперативно-розыскную деятельность, и гражданами, осуществляющими конфиденциальное сотрудничество, существуют правовые отношения, которые прослеживаются в рамках межотраслевых связей уголовного права и оперативно-розыскной деятельности [4].

В законах об ОРД есть отдельная статья о социальной и правовой защите граждан, содействующих органам, осуществляющим ОРД (ст. 18 ФЗ «Об ОРД РФ», ст. 13 закона «Об ОРД» Республики Армения). Как отмечалось выше, в этой статье наблюдается сильное сходство правовых норм в области безопасности и защиты лиц, содействующих органам, осуществляющих оперативно-розыскную деятельность. Выделим несколько аспектов.

Безопасность лиц, содействующих органам ОРД и их семей является обязанностью государства. Им гарантируют правовую защиту в связи с содействием, изложенным в контракте.

Что касается освобождения от уголовной ответственности за совершение преступления, связанного с осуществлением сотрудничества, то есть некоторые отличия. Закон «Об ОРД» Армении говорит об освобождении от уголовной ответственности в целом, детально не конкретизируя, за какие именно последствия происходит освобождение от уголовной ответственности. В свою очередь ФЗ «Об ОРД» России, предусматривает такое освобождение лица из числа членов преступной группы при соблюдении определенных условий:

- деяние не повлекло тяжких последствий;
- лицо активно способствовало раскрытию преступления;
- возместило нанесенный ущерб или иным образом загладило причиненный вред.

Государство закрепляет право на материальное вознаграждение граждан, сотрудничающих с органами, осуществляющими ОРД. Российское законодательство предусматривает пенсионное обеспечение лицам, содействующим на основе контракта. Обе страны

гарантируют пособие лицам или их семьям в случае гибели лица, сотрудничающего по контракту, или травмы, исключающей возможность дальнейшего сотрудничества, в виде единовременного пособия, предусмотренного законодательством.

Подводя итог, хотелось бы напомнить, что благодаря лицам, сотрудничающим на конфиденциальной основе с оперативными подразделениями, появляется возможность своевременного получения сведений о преступлениях, их успешного выявления и раскрытия.

Законодательство РФ и Армении, регулирующее конфиденциальное содействие лиц органам, осуществляющим ОРД, имеет большое сходство. Так, по мнению Владимирова и Иванова, выборочное изучение законов об ОРД показывает, что в законотворческой деятельности (это касается вопроса содействия граждан оперативным подразделениям органов внутренних дел) указанных стран отчетливо просматриваются, в содержательном плане, две тенденции: принятие за основу российского варианта ФЗ «Об оперативно-розыскной деятельности» и разработка национального закона об ОРД. Например, законы республик Армения и Узбекистан «Об оперативно-розыскной деятельности» несколько копируют ФЗ об ОРД Российской Федерации [5].

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. — 2014. — № 31. — 4398 ст.
2. Об оперативно-розыскной деятельности: ФЗ от 12.08.1995 № 144-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. — 14.08.1995. — № 33. — ст. 3349.
3. Об оперативно-розыскной деятельности: закон республики Армения от 22.10.2007 (ред. от 13.06.2018). — URL: www.parliament.am/legislation.php?ID=3093&lang=rus&sel=show (дата обращения: 22.01.2019).
4. Кондрашечкин Р. В. К вопросу о социальной и правовой защите граждан, содействующих органам, осуществляющим оперативно-розыскную деятельность: уголовно-правовой и оперативно-розыскной аспект // Проблемы применения уголовного законодательства при осуществлении оперативно-розыскной деятельности: мат. Межведомственного круглого стола. — Рязань, 2016. — С. 83–90.

5. Владимиров С. И. Содействие граждан оперативным подразделениям органов внутренних дел (сравнительный анализ законодательных актов) / С. И. Владимиров, П. И. Иванов // Труды Академии управления МВД России. — 2013. — № 4. — С. 103–106.

УДК 343.985.3

ОСОБЕННОСТИ СБОРА ДОКАЗАТЕЛЬСТВ ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ ПРИЧИНЕНИЯ ТЯЖКОГО ВРЕДА ЗДОРОВЬЮ, ПОВЛЕКШЕГО ПО НЕОСТОРОЖНОСТИ СМЕРТЬ ПОТЕРПЕВШЕГО

В. Д. Еськов, студент

*Научный руководитель Н. К. Коровин, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

Статья посвящена изучению тактических особенностей получения доказательственной информации при расследовании причинения тяжкого вреда здоровью, повлекшего по неосторожности смерть. На основе изучения эмпирического материала выявлены недостатки и предложен алгоритм получения доказательственной информации, имеющей существенное значение при расследовании преступлений данного вида.

Ключевые слова: доказательства, тяжкий вред, следственные действия, расследование преступлений, тактические приемы.

В борьбе с преступными посягательствами на жизнь и здоровье человека важное значение имеет актуальное раскрытие умышленных убийств и преступлений с причинением тяжкого вреда здоровью, повлекшего смерть потерпевшего. В статье рассматриваются тактические особенности получения доказательственной информации при расследовании причинения тяжкого вреда здоровью, повлекшего по неосторожности смерть. На основе изучения эмпирического материала выявлены недостатки, предложен алгоритм получения доказательственной информации, имеющей существенное значение при расследовании преступлений данного вида.

Научную основу данного исследования составили труды Р. С. Белкина, В. В. Мозякова, Е. В. Храмова и др. [1–4]. В работе предлагается комплекс тактических приемов по получению доказательственной информации при производстве различных следственных и иных действий при расследовании преступлений.

Ознакомление с уголовными делами о причинении тяжкого вреда здоровью граждан, повлекшего смерть потерпевшего, и оставшимися нераскрытыми, позволяет сделать вывод о том, что в большинстве случаев преступников сложно обнаружить не в силу изобретательных способов совершения уголовно наказуемого деяния или специфичного опытного утаивания его следов, а в свою очередь в результате допущенных при расследовании ошибок, а именно несвоевременного или неосновательного осмотра места происшествия, неквалифицированного применения научно-технических средств, неиспользования всех необходимых тактических приемов, перепоручения производства отдельных следственных действий участковому или иным сотрудникам органов внутренних дел.

Расследование преступлений о причинении тяжкого вреда здоровью, повлекшего смерть человека имеет ряд особенностей. Так, осуществление допроса потерпевшего, который находится в медицинской организации, возможно только с согласия доктора. Если потерпевший находится в тяжелом состоянии и проведение допроса не представляется возможным, но он может рассказать о минимальных обстоятельствах, имеющих значение для дела. В процессе допроса следует установить: знаком ли пострадавший с лицом, который причинил ему физические увечья; если знаком, то идентифицировать его. Если потерпевший не знаком с нападавшим, проводится сбор информации о внешних признаках подозреваемого.

В целях распознавания подозреваемого и дальнейшего его задержания следует установить его характерные черты, приметы внешности, одежду, различную внешнюю атрибутику. Объяснения необходимо отразить в протоколе, произвести аудио- или видеофиксацию, т. к. время является важным фактором для установления личности нападавшего, а здоровье потерпевшего может ухудшаться. Если доктор дает согласие на долговременный допрос, то у потерпевшего необходимо с точной подробностью разузнать про все тонкости события: в каком месте произошло событие, дату и время суток, какие обстоятельства способствовали совершению, с помощью какого предмета совершенно деяние, были ли рядом другие лица, которые могли видеть данное преступление. Также необходимо установить, с какой целью прибыл на место происшествия потерпевший и лицо,

причинившее ему повреждения; если запомнил, то в какое место скрылся нападавший, звонил ли он кому-то в этот момент; кто обнаружил потерпевшего и оказал помощь.

Если между причинением тяжкого вреда здоровью человека и наступлением смерти короткий промежуток времени, характер первоначального этапа расследования другой. Первоочередное значение имеют допрос лиц, которые могли видеть конкретное преступное деяние, которые оказывали помощь и вызвали работников медицинской скорой помощи; важен и опрос персонала медицинского учреждения, принявшего потерпевшего. Важно приобщить к материалам уголовных дел карту вызова скорой помощи, где помимо состава бригады медиков, выезжавших на место вызова, содержатся сведения о пострадавшем, о том, что он говорил, когда его доставляли в медицинское учреждение [3].

Материалы, полученные при допросе потерпевшего, имеют существенное значение в целях быстрого и эффективного установления и задержания подозреваемого [2].

Далее следователь осуществляет такие следственные действия, как личный обыск, осмотр, освидетельствование и т. д. (для установления следов и соотношения их с участием подозреваемого в конкретном деле). К таким следам относят предмет, которым, возможно, были нанесены физические повреждения, а также следы, которые установят, что подозреваемый был на месте совершения преступления. При личном обыске главным объектом поиска выступают средства, с помощью которых был причинен вред здоровью потерпевшего — различного рода оружие, патроны к оружию, нож, кастет, компоненты взрывного устройства, ядовитое вещество и т. д. Производство осмотра тела подозреваемого нужно производить для обнаружения и подробного описания в протоколе освидетельствования повреждения: ссадины, царапины, кровоподтеки, небольшие поверхностные раны, которые мог получить потерпевший, когда на него напал преступник.

Важное доказательственное значение имеют обнаруженные на теле подозреваемого следы микрочастиц, которые в процессе нападения могли перейти от потерпевшего к нападавшему. К таким частицам относятся текстильные волокна с конкретного предмета,

например шапки, волосы, находящиеся на голове, ногти, частицы кожи или специфичные следы, которые образованы от вещества, характерного для привычной обстановки потерпевшего.

Обыск, осуществляемый по месту жительства и места, на котором возможно велась рабочая деятельность подозреваемого, также относится к следственным действиям, которые необходимы для следующего этапа расследования дел данной категории.

В процессе данного следственного действия список объектов, заслуживающих пристального внимания, огромен. Необходимо заострить внимание на таких предметах, как: шарф, обувь, ботинки, перчатки, кепки и т. д., которые могли быть у преступника в процессе причинения им вреда здоровью потерпевшего. Важно обращать внимание на выстиранные вещи обыскиваемого, т. к. с помощью специальных средств возможно установление удаленных после стирки следов крови [4].

Необходимо проведение дополнительных экспертиз (при обнаружении различных следов и предметов). Так, трасологическая экспертиза способствует идентификации обвиняемого или подозреваемого по следам рук, оставленным на месте совершения преступления. Или совпадению обуви подозреваемого и следов ног и установление направления его следования после совершения преступления. Почерковедческой экспертизой устанавливается факт исполнения текста, если это имело значение для конкретного дела.

Из вышеизложенного следует, что собрание доказательственной информации по данной категории дел имеет обширную структуру и специфику. Рекомендуется допрашивать всех лиц, имеющих значение для конкретного дела, внимательно изучать личностные признаки как подозреваемого, так и потерпевшего, обстановку, одежду, следы преступления. При назначении и производстве экспертиз следует помнить, что часто объектом различных экспертных исследований являются одни и те же вещественные доказательства. Поэтому нужно соблюдать конкретную последовательность производства комплексных экспертиз.

Список литературы

1. Белкин Р. С. Криминалистическая энциклопедия / Р. С. Белкин. — М.: Мегатрон XXI, 2000. — 334 с.
2. Коровин Н. К. Тактические особенности задержания подозреваемого в совершении преступления / Н. К. Коровин, А. Т. Першин, В. В. Чучин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. — 2018. — № 11. — С. 118–121.
3. Мозяков В. В. Руководство для следователей / В. В. Мозяков. — М.: Экзамен, 2017. — 912 с.
4. Храмова Е. В. Допустимость заключения эксперта с точки зрения надлежащего способа получения / Е. В. Храмова. — URL: cyberleninka.ru (дата обращения: 07.03.2019).

УДК 343.985.7

ОСОБЕННОСТИ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ

Н. К. Коровин, ст. преподаватель

В. В. Чучин, ст. преподаватель

Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия

В статье рассматриваются элементы криминалистической характеристики и программа расследования преступлений в сфере мобильных телекоммуникаций. А также способы совершения преступления, характеристика личности преступника и потерпевшего.

Ключевые слова: характеристика преступника, способы совершения преступления, мобильные телекоммуникации, расследование преступлений.

На современном этапе развития общества практически каждый человек, в т. ч. и ребенок, имеет средства телекоммуникации в виде всевозможных гаджетов, планшетов, смартфонов, сотовых телефонов и т. д., при этом совершает различные действия с денежными средствами, что особенно привлекает преступников. В статье использовались труды Р. С. Белкина, В. Б. Вехова, Т. О. Чистанова и др. [1–5].

Рассмотрим наиболее типичные элементы криминалистической характеристики, имеющие значительное влияние на установление и задержание преступника на первоначальном этапе расследования; предложим алгоритм действий по выявлению, раскрытию,

расследованию и предупреждению преступлений в сфере мобильных телекоммуникаций.

Преступники при совершении преступления используют различные ресурсы аппаратного и программного обеспечения средств мобильной связи. Среди способов совершения преступлений следует выделить незаконный доступ к средствам телекоммуникации, мошеннические действия, использование ресурсов без оплаты или получение прибыли, хищение денежных средств и т. д. посредством:

- использования чужого мобильного телефона;
- заключения договора и подключения (вносятся ложные сведения пользователя);
- хакерской атаки, взлома защиты, рассылки спам-писем, сообщений о помощи, выигрыше, ссылки на ложные сайты и т. д.;
- сбоев в работе учетной системы и т. д.

Особенностью данного преступления является его состав; место происшествия включает участки местности, расположенные по разным адресам:

- место пребывания потерпевшего;
- место нахождения оператора и подключения к интернету;
- место жительства и регистрация подозреваемого, причем данные места могут быть в различных городах, даже в странах, возможно, и в местах отбывания наказания.

Субъективной стороной преступления является хулиганство, дискредитация компании, конкуренция, корысть, финансовой ущерб, материальная выгода и т. д.

Личность преступника характеризуется следующим образом: мужчины 18–30 лет, владеющие компьютерными технологиями, со средним образованием, коммуникабельные, ведущие активный образ жизни.

Личность потерпевшего можно охарактеризовать как лицо пожилого возраста, доверчивое, желающее купить товар подешевле, по акции и т. д.

Сложность расследования данного вида преступления в том, что мы имеем дело не с традиционными следами, а с виртуальными, или электронными, следами, оставленными в виде переписки в почтовых серверах, на сайтах различных организаций, в соцсетях или

при выполнении иных действий в виртуальном пространстве с помощью средств телекоммуникации. При этом следует помнить, что большинство операций, проводимых на средствах телекоммуникации, можно установить посредством изучения записей в специальных журналах, как на передаваемом и принимаемом сообщении устройстве, так и на аппаратуре организаций, предоставляющей услуги телекоммуникации.

При получении сообщения о преступлении следует проверить обстоятельства события, установить наличие признаков преступления и их достаточность для возбуждения уголовного дела по соответствующей статье УК в зависимости от способа совершенных действий в сфере мобильных телекоммуникаций. При этом учитывают типичные следственные ситуации: выявлен факт незаконного доступа к сети и подозреваемое лицо установлено; заявителем выявлен факт незаконного доступа к сети, но виновное лицо не установлено (данная ситуация наиболее распространена, сложная и требует от правоохранительных органов сил и средств для расследования преступления).

Данные обстоятельства проверяются, устанавливается их достоверность посредством производства осмотра места происшествия, мобильного устройства заявителя, далее производится выемка информации, назначают и проводят криминалистические и компьютерно-технические экспертизы данного устройства.

При осмотре мобильного телефона потерпевшего дается общая характеристика аппарата, фиксируется общий вид, состояние, информационное содержание, изучается устройство, наличие внешних носителей информации, переписка, содержание, изучается служебный журнал, история и статистика сообщений и др. Осматривая мобильный телефон, необходимо обратить внимание на коды блокировки, которые могут затруднить исследование информационного содержания мобильного телефона. В этом случае телефон не отключается. Конфиденциальная информация владельца мобильного телефона может быть осмотрена и изъята только в нормах уголовно-процессуального законодательства. Возможно блокирование определенной информации в мобильном телефоне, к таким обстоятельствам нужно быть готовым. В этом случае осмотр будет только «внешним».

Объектами осмотра является не только мобильный телефон, но и предметы, связанные с совершением преступления, средства компьютерной техники и другие технические средства, но и помещения, автотранспорт, места, где осуществлялись подготовительные, противоправные действия, а также действия по сокрытию преступления, в т. ч. подделка электронных документов и др.

По результатам осмотра мобильного телефона и проведения розыскных мероприятий устанавливается устройство, с которым было произведено соединение, его местонахождение, IP-адрес, персональные данные владельца и др. Параллельно производится допрос потерпевшего, выявляются обстоятельства, при которых совершены противоправные действия.

При производстве следственных действий и оперативно-розыскных мероприятий при расследовании преступлений в сфере мобильных телекоммуникаций к производству рекомендуется привлекать специалиста в этой области в целях получения консультации, где находится и какая интересующая следствие информация, где и какие технические средства следует искать, при производстве — правильное их описание, упаковка и транспортировка изымаемой информации и технических средств, при вынесении постановления на производство экспертизы специалист помогает правильно сформулировать вопросы, подлежащие решению.

Большое значение имеет правильная организация производства обыска у подозреваемого с использованием таких тактических приемов, как подготовленность, внезапность, наблюдение, привлечение специалиста, фиксация и упаковка изымаемой информации, в т. ч. носителей информации, средств мобильной телекоммуникации. При этом в целях получения допустимой и достоверной доказательственной информации следует соблюдать нормы уголовно-процессуального законодательства.

Таким образом, при расследовании преступлений в сфере мобильной телекоммуникации для повышения эффективности рекомендуется использовать элементы, характеризующие личность преступника, как правило, со знанием телекоммуникационных технологий. Потерпевший может характеризоваться чрезмерной доверчивостью, желанием приобрести более дешевые товары, получить

подарки и т. д. Особое внимание следует уделить объективной стороне состава преступления, в первую очередь способу совершения и специфичности, следам, используемым программным средствам. В качестве алгоритма расследования предлагается осмотр места происшествия, мобильных средств, предметов, выемка и фиксация доказательственной информации на мобильных средствах потерпевшего, производство оперативно-розыскных мероприятий, допросы, очные ставки, следственный эксперимент, проверка показаний на месте и др.

Список литературы

1. Аверьянова Т. В. Криминалистика / Т. В. Аверьянова, Р. С. Белкин, Ю. Г. Корухов [и др.]. — М.: Норма, 2017. — 990 с.
2. Вехов В. Б. Электронные доказательства: проблемы теории и практики / В. Б. Вехов // Правопорядок: история, теория, практика. — 2016. — № 4 (1). — С. 46–50.
3. Коровин Н. К. Тактические особенности задержания подозреваемого в совершении преступления / Н. К. Коровин, А. Т. Першин, В. В. Чучин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. — 2018. — № 11. — С. 118–121.
4. Чистанов Т. О. Незаконный сбыт наркотических средств с использованием телекоммуникационных сетей и устройств / Т. О. Чистанов // Международный науч.-исслед. журнал. — 2016. — № 11. — С. 88.
5. Korovin N. K., Smeshkova L. V. Psychophysiological examination: procedural and forensic aspects // Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues. — 2017. — Т. 20. — № Specialissue 1.

ОСОБЕННОСТИ КРИМИНАЛИСТИЧЕСКОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО ПОДОЗРЕВАЕМОГО

Е. В. Лебзак, студент

*Научный руководитель Н. К. Коровин, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассматриваются социально-демографические, нравственно-психологические, биологические признаки, характеризующие несовершеннолетнего. Определены и предлагаются к использованию элементы криминалистической характеристики несовершеннолетнего подозреваемого при выдвижении криминалистической версии в целях своевременного установления и задержания подозреваемого.

Ключевые слова: несовершеннолетний подозреваемый, характеристика личности, время, способ совершения преступления, умысел, психологический контакт, версии.

При совершении общественно опасного деяния ведущую роль в расследовании преступления играет установление субъекта, совершившего данное преступление. Часто преступления совершают несовершеннолетние (либо в отношении них), поэтому возникает необходимость в разработке элементов криминалистической характеристики несовершеннолетнего подозреваемого. Вопросами изучения личности несовершеннолетнего подозреваемого занимались Д. Д. Демашкина, В. Д. Малков, А. П. Сергеев и др [1–4]. В статье предлагается перечень элементов криминалистической характеристики несовершеннолетнего подозреваемого, наиболее существенных и играющих значительную роль при установлении и задержании подозреваемого.

В теории уголовного права выделяют общий и специальный субъекты. Несовершеннолетний подросток, совершивший общественно опасное деяние, является специальным субъектом. Главная особенность — это возрастной ценз. В соответствии с ч. 1 ст. 87 УК РФ «Несовершеннолетними признаются лица, которым ко времени совершения преступления исполнилось четырнадцать, но не исполнилось восемнадцати лет».

В криминалистической характеристике преступлений, совершенных несовершеннолетними, особое внимание уделяется личности

подростка. Личность несовершеннолетнего взаимосвязана с базисным понятием личности преступника. Личность преступника — это лицо, совершившее преступление, в котором проявилась его антиобщественная направленность, отражающая совокупность негативных социально значимых свойств, влияющих в сочетании с внешними условиями и обстоятельствами на характер преступного поведения [3].

Группы свойств личности при криминалистической характеристике: социально-демографические, нравственно-психологические, биологические.

Социально-демографическая группа включает пол, возраст, внутреннюю семейную обстановку подростка, образование, судимость. Данная группа свойств личности важна при установлении точного возраста подростка, например, при потере документа свидетельства о рождении.

Нравственно-психологическая группа: увлечения, хобби. Главной причиной преступности несовершеннолетних с развитием IT-технологий стало то, что «современные дети» очень зависимы от своих гаджетов и планшетов. Играя в какую-либо игру, они не могут оторваться, словно данная игра заменяет им реальный мир. Воспринимают реальность как виртуальность и совершают необратимые действия, хотя для них это своего рода «игра». Однако когда они выходят из состояния «игрового опьянения», то совершенное деяние для них — это сон, воплотившийся в реальности, но касающийся другого человека, который руководил их действиями. Не только виртуальные игры провоцируют подростка на совершение противоправных действий, но и большое количество агрессивных роликов в прямом эфире по телевидению и в интернете. Подростки думают, что можно выделиться среди других, совершив что-то плохое, тебя заметят, на тебя обратят внимание. В основном данные мысли появляются у несовершеннолетних, обделенных заботой и вниманием со стороны семьи и окружающих.

Биологическая группа характеризуется социально аномальным состоянием, инфантилизмом, причиной которого явилась чрезмерная опека со стороны родителей, отставание в психическом развитии, дефекты внешнего вида.

На сегодняшний день показатель преступности несовершеннолетних сокращается, однако среди совершенных преступлений лидируют преступления корыстной направленности. Данная проблема связана не только с внутренними факторами, происходящими в микросреде подростка, а также с внешними, к которым относятся политическое, экономическое и нравственное состояние, обстановка в целом. Совокупность данных факторов побуждает подрастающее поколение проявлять агрессию к окружающим, неуважение к старшему поколению, вести аморальный образ жизни.

Необходимо учитывать переменчивость характера, что связано с ростом и изменчивостью психологических особенностей [2], со стремлением принадлежать к определенным субкультурам.

Несовершеннолетний преступник характеризуется повышенным соперничеством, стремлением к общению, утверждением себя в коллективе. Как правило, создаются неформальные группы, которые в дальнейшем перерастают в преступные путем пополнения людьми с отрицательными характеристиками, появляется лидер, под влиянием которого попадают остальные члены.

Рассмотрев характеристику личности преступника как составной элемент криминалистической характеристики преступления, следует охарактеризовать ее составляющие. Так, несовершеннолетний преступник общается в социуме себе подобных, как правило, совершает преступления в отношении несовершеннолетних, характеризующихся в основном аналогичным способом, однако существуют особенности в зависимости от личностных характеристик подростка и способа совершения преступления.

В большинстве, несовершеннолетние совершают те же преступления, что и взрослые, наиболее распространены кражи, грабежи, угоны автомобилей. Подростков интересуют вещи, еда, деньги, объекты материального мира, несущие стоимостную оценку, а также преступления, связанные с использованием компьютерных технологий, среди которых доведение до самоубийства с использованием интернета, неправомерный доступ к компьютерной информации и др.

Таким образом, при расследовании преступлений, совершенных несовершеннолетними, при их участии или в отношении их следует на первоначальных стадиях расследования выявлять

социально-демографические, нравственно-психологические, биологические признаки, характеризующие несовершеннолетнего, в целях установления элементов криминалистической характеристики: личности преступника, потерпевшего, способа совершения и сокрытия преступления, времени, места, характерных следов преступления, умысла, причинно-следственных связей, которые позволяют:

- быстро оценить происходящую ситуацию;
- выявить источники информации;
- выдвинуть криминалистические версии, основанные на фактических данных по результатам первоначальных действий относительно деяния, которое совершено несовершеннолетним;
- определить план расследования;
- определить состав следственной группы;
- установить и задержать подозреваемого;
- при производстве следственных действий с участием несовершеннолетнего рекомендуется изучить его личностную характеристику с целью установления психологического контакта и доверительной беседы, получения объективной доказательственной информации.

Список литературы

1. Демашкина Д. Д. Криминалистическая характеристика и методика расследования преступлений, совершенных несовершеннолетними / Д. Д. Демашкина // Правопорядок: история, теория, практика. — 2017. — № 1 (12). — С. 40–44.
2. Коровин Н. К. Особенности использования словесного портрета в идентификации несовершеннолетних при расследовании преступлений / Н. К. Коровин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. — 2017. — № 2. — С. 68–70.
3. Малков В. Д. Криминология: учебник / В. Д. Малков. — М.: ЗАО «Юстицинформ», 2006. — 354 с.
4. Сергеев А. П. Защита прав несовершеннолетнего, осужденного судом Российской Федерации, при решении вопроса его выдачи государству, гражданином которого он является / А. П. Сергеев // Проблемы права. — 2016 — № 5 (59). — С. 76–79.

ТАКТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОСМОТРА МЕСТА ПРОИСШЕСТВИЯ ПРИ РАССЛЕДОВАНИИ КРАЖИ

А. Б. Мартыненко, студент

*Научный руководитель Н. К. Коровин, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье предлагается комплекс тактических приемов на подготовительном, рабочем и заключительном этапах производства осмотра места происшествия, с учетом судебных ошибок, выявленных при изучении эмпирического материала судебной практики. Даны рекомендации по определению участников осмотра, обеспечению техническими и тактическими средствами при производстве осмотра места происшествия.

Ключевые слова: место происшествия, осмотр места, следы, вещественные доказательства, кража, расследование преступления.

На момент получения информации о преступлении возникает необходимость в ее проверке — т. е. осмотр места происшествия, задачей которого является, во-первых, вербальная и графическая фиксация обстановки места происшествия посредством протокольной и графической форм. Во-вторых, это предметная и наглядно образная формы фиксации (обнаружение, фиксация, упаковка и изъятие следов, предметов и иной доказательственной информации, а также фотосъемка и видеозапись места происшествия).

Результаты позволяют следователю в момент дефицита информации на первоначальном этапе получить объективную информацию об обстановке места происшествия, что дает основание для возбуждения уголовного дела; следственных, криминалистических и оперативно-розыскных версий о том, кто совершил преступление.

Научную основу данного исследования составили труды А. А. Бульбачевой, О. П. Виноградовой, Н. К. Коровина и др. авторов [1–3]. Предлагается комплекс тактических приемов на подготовительном, рабочем и заключительном этапах производства осмотра места происшествия, с учетом судебных ошибок, выявленных посредством изучения эмпирического материала судебной практики.

Согласно ст. 176 УПК РФ, «осмотр места происшествия производится в целях обнаружения следов преступления и выяснения других обстоятельств, имеющих значение для дела» [4].

Производство осмотра места происшествия рекомендуется проводить в три этапа: подготовительный, с включением подготовительной стадии до выезда на место происшествия и прибытия на место, рабочего и заключительного этапов, с включением стадий фиксации и оценки результатов.

На подготовительной стадии одной из задач является определение состава группы, в которую могут входить следователь, участковый инспектор, сотрудник уголовного розыска, кинолог, специалист в области обнаружения, фиксации, изъятия и упаковки следов и вещественных доказательств. Важное значение при этом имеет определение необходимых технических, транспортных средств, а также средств связи, упаковочного материала и др.

Специалисту необходимо проверить комплектность унифицированного чемодана и работоспособность средств аудио-, фото- и видеозаписи, ассортимент дактилоскопических порошков и дактопленок, слепочных масс и иных материалов.

Прибыв на место, участникам осмотра рекомендуется определить границы осмотра, учитывая, что место преступления — это место, где произошло преступление, а место происшествия — место преступления и прилегающая территория, на которой расположены следы преступления и иные вещественные доказательства, при этом предполагается определить пути подхода и ухода преступников, определить механизм совершения преступления, произвести осмотр прилегающих к месту происшествия территорий и помещений. Цель осмотра (наряду с обнаружением традиционных криминалистических следов) — обнаружение микрочастиц и продуктов биологического происхождения, запаховых и иных следов, выявление при этом негативных обстоятельств механизма слеодообразования.

Далее следует определиться со способом производства осмотра места происшествия: круговой, концентрический и эксцентрический, линейный и фронтальный, узловой, по участкам, по квадратам и т. д.

При осмотре места происшествия необходимо следовать четким правилам обнаружения и изъятия следов для установления

максимально возможного числа обстоятельств, имеющих значение для дела. Так, при обнаружении одних следов нужно соблюдать максимальную осторожность, чтобы не уничтожить другие следы, имеющиеся на объектах и не заметные невооруженным взглядом, например, микроволокна на раме окна, следы пальцев рук на поверхности стола и др., не оставить своих следов, использовать визуальные средства обнаружения следов, избегать прямого контакта рук с объектами осмотра и др. В первую очередь должны быть изъяты следы, которые подвержены механическим изменениям и утрате с учетом погодных условий: смыты дождем или засыпаны снегом, затоптаны прохожими и т. п. По материалам производства осмотра места происшествия назначаются криминалистические и иные судебные экспертизы.

Как основная форма фиксации обнаруженные следы и иные вещественные доказательства описывают в протоколе места происшествия. Наряду с фиксацией нужной информации об обстановке места происшествия указывают полную информацию о следах преступления и изъятых вещественных доказательствах, которая существенна на последующем этапе расследования в целях установления идентификации и тождества с отображениями преступника после его задержания [1].

Следует подчеркнуть, что для наиболее точной и достоверной фиксации найденных следов необходимо использовать именно совокупность всех методов фиксации. Действия следователя должны быть продуманными и последовательными. Так, при описании в протоколе осмотра места происшествия следов преступления вначале указывают место, где был обнаружен след, поверхность: песок, древесина и др.; как след был обнаружен, какими порошками обработан, вид следа и количество.

Другой особенностью производства осмотра места происшествия является упаковка изымаемых следов и иных вещественных доказательств. Она должна обеспечивать сохранность следов и изымаемого объекта, целостность упаковки. Как правило, это пакеты, коробки или иные упаковочные материалы, которые опечатывают печатью следователя, если невозможно написать на упаковке, она снабжается пояснительной запиской с информацией, что находится, краткой характеристикой, к какому осмотру места происшествия прилагается,

по факту какого уголовного дела, если оно возбуждено, по какому адресу, когда производился осмотр места происшествия; скрепляется подписями, участвующих лиц, а именно понятыми, специалистом, следователем и др.

Некоторые вещественные доказательства, например крупногабаритные, из-за громоздкости на основании ч. 1 ст. 82 УПК РФ не могут быть изъяты и приобщены к уголовному делу. Их фотографируют и описывают в протоколе осмотра места происшествия. К протоколу может быть приобщен опытный образец, но он не заменяет объект, все зависит от описания следователя. Если в описании будут допущены искажения, то исказится и восприятие доказательства относительно его относимости и значимости для уголовного дела, может быть поставлена под сомнение его допустимость. Фотография отражает не все характеристики объекта (размер, положение в трехмерном пространстве и т. п.), поэтому следователь должен с максимальной точностью описать объект, для этого предлагается фиксация обстановки на месте происшествия с помощью 3D-фото съемки или 3D-видеозаписи.

Прежде чем упаковать следы биологического происхождения, их необходимо высушить, потом упаковать в бумажные конверты. Их нельзя упаковывать в герметичные полиэтиленовые пакеты, т. к. возможен процесс гниения, порча и т. д.

Также следует учитывать температурный режим, например, если следы с улицы с отрицательной температурой поместить в помещение с положительной температурой, возможна конденсация влаги и, как следствие, повреждение следа. Упаковки с фонограммами желательно хранить в удалении от больших металлических предметов и электромагнитных полей [2].

Таким образом, осмотр места происшествия, являясь неотложным следственным действием, имеет существенное значение для получения доказательственной информации о составе преступления, а особенно о способе совершения и сокрытия, времени, месте, обстановке, следовой картине и иных элементах объективной стороне, что дает основания для выдвижения версий, используемых в целях эффективного, своевременного установления, задержания преступника и расследования кражи.

Список литературы

1. Бульбачева А. А. Актуальные проблемы осмотра места происшествия Труды Академии МВД России / А. А. Бульбачева. — 2015. — № 2 (34). — С. 97–100.
2. Виноградова О. П. Следственные ошибки при проведении осмотра места происшествия и их преодоление / О. П. Виноградова // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. — 2015. — № 4–2. — С. 111–120.
3. Коровин Н. К. Особенности осмотра места происшествия при расследовании хищений, совершенных с помощью сети интернет / Н. К. Коровин // Закон и право. — 2017. — № 5. — С. 112–115.
4. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18 декабря 2001 г. № 174-ФЗ // Парламентская газета. — № 241–242. — 22.12.2001.

УДК 343.35

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ

В. А. Мусаткин, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

Статья посвящена актуальным вопросам совершенствования законодательства по противодействию коррупции в России и странах Евразийского экономического союза. Рассмотрена динамика последних изменений правовых норм российского законодательства, направленных на борьбу с коррупцией, проанализированы основные направления национального плана противодействия коррупции на 2018–2020 гг., высказаны предложения по внесению дополнений в отдельные правовые акты, для повышения эффективности борьбы с коррупцией.

Ключевые слова: противодействие коррупции, борьба с коррупцией.

В статье впервые представлена оценка последних предложений по совершенствованию законодательства по борьбе с коррупцией, представленных Президентом РФ в указе от 29 июня 2018 г. № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018–2020 годы» [5]. Подробных и всесторонних исследований новых предложений Президента РФ на общероссийском уровне учеными-юристами еще не проводилось.

С начала 2000-х гг. в России, а также в странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС) усилилась борьба с коррупцией. Она

стала одной из важных государственных задач, т. к. высокий уровень коррупционных проявлений препятствует эффективному развитию экономики как отдельного государства, так и стран, входящих в один экономический союз. Для успешной реализации борьбы с коррупцией принято много новых федеральных законов, а также внесено значительное количество поправок и изменений в действующие правовые акты. Это позволило организовать масштабное противодействие коррупции и активизировать работу правоохранительных органов. Однако совершенствование правовой базы по противодействию коррупции в России не всегда было оперативным, а принятые нормативные акты и внесенные изменения в действующее законодательство не в полной мере обеспечили своевременное противодействие всем видам коррупционных проявлений. Кроме того, остается несовершенной программа профилактики, которая должна создать в обществе негативное отношение к коррупционным проявлениям. В результате за прошедшее десятилетие не удалось существенно снизить уровень коррупции, хотя эффективность и результативность борьбы значительно повысилась. В связи с этим актуален вопрос качественного совершенствования законодательной базы по борьбе с коррупцией. В настоящее время его решение заложено в указе Президента РФ от 29 июня 2018 г. № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018–2020 годы».

В Национальном плане среди направлений совершенствования законодательства по противодействию коррупции предусмотрены расширение на законодательном уровне системы запретов, ограничений и требований для государственных и муниципальных служащих; разработка эффективных механизмов урегулирования конфликтов интересов; совершенствование порядка осуществления контроля за расходами должностных лиц в соответствии с требованиями ФЗ от 03.12.2012 № 230-ФЗ (ред. от 3.08.2018) «О контроле за ответственностью расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам»; совершенствование законодательных мер по противодействию коррупции в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд и в сфере закупок товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц. Кроме того, Национальным планом предусмотрено

устранение пробелов и противоречий в правовом регулировании в области противодействия коррупции, в частности, в нормах уголовного законодательства [2].

В рамках совершенствования законодательства о системе запретов, ограничений и требований для должностных лиц государственных и муниципальных органов и учреждений в целях противодействия коррупции Национальный план предусматривает в короткие сроки подготовить и принять федеральные законы о распространении данной системы на работников, замещающих отдельные должности в организациях, созданных и привлекаемых для выполнения задач, поставленных перед органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления. Принятие таких законов сегодня актуально, т. к. для решения экономических, политических и социальных задач государства часто привлекают коммерческие и некоммерческие организации с предоставлением им государственных или муниципальных бюджетных средств, за целевое расходование которых должен быть ответственным круг лиц, аналогичный тому, который предусмотрен в органах государственной власти и местного самоуправления. Относительно совершенствования законодательства по контролю за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, их доходам Национальным планом предусматривается внесение изменений в ФЗ от 03.12.2012 № 230-ФЗ, направленных на обеспечение полноты и прозрачности представляемых должностными и иными лицами сведений о доходах и расходах, а также на осуществление эффективной проверки этих сведений. Однако предложенное указом Президента РФ совершенствование норм данного закона не предусматривает расширения круга лиц, ответственных за контроль и проверку сведений о доходах и расходах. Действующими нормами закона это возложено на органы, подразделения или отдельных должностных лиц, ответственных за профилактику коррупционных правонарушений, внутри той или иной государственной (муниципальной) структуры. Такое положение, как показывает практика, не способствует достижению объективности результатов контрольной и проверочной работы. Достаточно случаев, когда лица, ответственные за профилактику коррупционных правонарушений,

становились виновниками таких правонарушений либо скрывали недостоверность сведений о доходах, расходах или имуществе сотрудников своего органа. В ряде случаев только после возбуждения уголовного дела по коррупционному преступлению в отношении того или иного должностного лица выявляют факты явного несоответствия его расходов полученным доходам, в связи с чем возникает вопрос: как же в рамках профилактики коррупционных правонарушений проверялась достоверность подаваемых этим лицом сведений о доходах, расходах или имуществе. Для осуществления более объективной и эффективной контрольной и проверочной работы необходимо на законодательном уровне предусмотреть формирование вневедомственных органов. Кроме того, целесообразно включить в круг лиц, о доходах, расходах и имуществе которых должны подаваться сведения, всех детей должностного лица, а не только несовершеннолетних. Внесение такого дополнения в ФЗ от 03.12.2012 № 230-ФЗ необходимо для более эффективного противодействия коррупции, поскольку есть случаи, когда объем имущества и расходы совершеннолетних детей должностных лиц явно не соответствуют их личным доходам, которых они иногда вообще не имеют [6].

В целях дальнейшего совершенствования нормативной базы по противодействию коррупционным проявлениям в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд в указе Президента РФ рекомендуется до сентября 2019 г. установить эффективные запреты на привлечение к исполнению государственных и муниципальных контрактов исполнителей (соисполнителей) из числа юридических лиц, подконтрольных руководителю заказчика, его заместителю, руководителю контрактной службы заказчика, члену комиссии по осуществлению закупок, а также их супругам, близким родственникам и свойственникам. Необходимость установления таких запретов на законодательном уровне давно назрела. Однако круг лиц, которым не должны быть подконтрольны исполнители государственных и муниципальных контрактов, следует расширить, включив в него помимо перечисленных лиц иных родственников и свойственников руководителя заказчика, его заместителя, руководителя контрактной службы заказчика, члена комиссии по осуществлению закупок, а также лиц,

в судьбе которых они заинтересованы. Такое расширение круга лиц, которому в ряде случаев могут быть подконтрольны исполнители государственных и муниципальных контрактов, позволит исключить коррупционные правонарушения в практике осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных или муниципальных нужд через дальних родственников, сожителей и иных лиц, материально зависимых от руководителя заказчика, его заместителя, руководителя контрактной службы заказчика, члена комиссии по осуществлению закупок.

В целях эффективной борьбы с коррупцией с начала 2000-х гг. постоянно совершенствуются нормы уголовного права, в которых повышаются меры наказания за коррупционные преступления, расширяется круг субъектов этих преступлений. В частности, ФЗ от 13.07.2015 № 265-ФЗ существенно расширен круг должностных лиц, являющихся субъектами в составах преступлений, предусмотренных гл. 30 УК РФ. В Национальном плане на 2018–2020 гг. Президентом РФ предлагается в перечень должностных лиц, предусмотренный примечаниями к ст. 285 УК РФ включить лиц, выполняющих организационно-распорядительные или административно-хозяйственные функции в хозяйственных обществах, долями в уставном капитале которых прямо или косвенно (через одно или несколько юридических лиц) владеет Российская Федерация или субъект Российской Федерации [1]. Данное дополнение в нормы уголовного права будет иметь практическое значение для защиты интересов государства следственными и оперативными подразделениями правоохранительных органов во всех хозяйственных обществах, в которых есть государственная собственность. Действующая в настоящее время редакция примечания к ст. 285 УК РФ, даже после внесения дополнений ФЗ от 13.07.2015 № 265-ФЗ, не позволяет в отношении многих лиц осуществлять уголовное преследование за действия коррупционного характера. Кроме того, в судебной практике не в полной мере реализуются санкции статей гл. 30 УК РФ, предусматривающие более строгие наказания для лиц, указанных в ч. 2 ст. 285 УК РФ. Связано это с тем, что при назначении наказания суд обязан учесть все требования ст. 60, 61, 63 УК РФ, которые влияют на вид и срок наказания и, в частности, все обстоятельства, смягчающие наказание,

которые объективно имеются у каждого лица, занимающего высокие государственные должности. Все эти лица не имеют судимостей, характеризуются только положительно, как правило, имеют различные заслуги и награды, иначе они не были бы назначены на высокие государственные должности. При учете таких обстоятельств суд обязан назначать наказания в нижних пределах санкции статьи уголовного закона. Таким образом, лица, занимающие высокие государственные должности, в реальности не наказываются строже, чем другие должностные лица, за преступления, коррупционного характера. Для реального повышения ответственности за совершение коррупционных преступлений лицами, занимающими высокие государственные должности РФ и субъектов РФ, необходимо на законодательном уровне для этой категории должностных лиц предусмотреть для суда при назначении наказания право не учитывать в качестве обстоятельств, смягчающих наказание, положительные характеристики и прежние заслуги этих лиц.

В действующем уголовном законе существует и серьезный пробел, снижающий эффективность борьбы с коррупцией, связанный с отсутствием уголовной ответственности за посредничество в мелкой и незначительной взятке.

Таким образом, имеется необходимость внесения дополнений в Национальный план противодействия коррупции, учитывая вышеизложенные пробелы в законодательстве по борьбе с коррупцией,

Список литературы

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (в ред. от 29.07.2018).
2. О контроле за соответствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам (с изм. и доп., вступившими с 03.09.2018): ФЗ от 03.12.2012 № 230-ФЗ (ред. от 3.08.2018).
3. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц (ред. от 01.07.2018): ФЗ от 18.07.2011 № 223-ФЗ.
4. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: ФЗ от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 03.08.2018).
5. Указ Президента РФ от 29 июня 2018 г. № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018–2020 годы».
6. О противодействии коррупции (в ред. от 3 августа 2018 года): ФЗ от 25.12.2008 № 273-ФЗ.

К ВОПРОСУ ОБ ОСОБЕННОСТЯХ МЕТОДИКИ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ КОРРУПЦИОННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

Р. М. Самодуров, студент

*Научный руководитель Н. К. Коровин, ст. преподаватель
Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия*

В статье рассмотрены особенности применения субъективных и объективных элементов криминалистической характеристики. Даны рекомендации по организации, планированию, выдвижению версий и взаимодействию подразделений правоохранительных органов при расследовании преступлений коррупционной направленности.

Ключевые слова: преступления коррупционной направленности, криминалистическая характеристика, методика расследования.

Актуальность рассматриваемой темы сложно переоценить, поскольку число преступлений экономической ориентации на территории нашей страны возрастает. Так, за январь-сентябрь 2018 г. в сравнении со статистикой 2017 г., по данным Министерства внутренних дел РФ, их количество увеличилось на 3,5 %. За 8 мес. работы подразделения органов внутренних дел выявили свыше 80 тыс. преступлений данной категории, среди которых и правонарушения уголовного характера коррупционной направленности [4].

В статье предлагается рассматриваются особенности методики расследования преступлений коррупционной направленности на современном этапе. Изучением данных проблем занимались А. А. Топорков, А. М. Хлус, Т. В. Чеснокова и др. [6–8]. Однако предлагаемое исследование отличается применением совокупности технологий в определенной последовательности и с учетом необходимых действий, отвечающих данной категории уголовных дел, которые в свою очередь отличаются спецификой расследования, поскольку сопряжены с коррупцией.

Сложно не согласиться с мнением Г. А. Алиевой о том, что методика расследования преступлений коррупционной направленности является сложным и многозадачным процессом [1].

Одной из главных задач и предложением по расследованию коррупционных преступлений является четкая организация расследования, включающая планирование по этапам расследования и конкретно каждого следственного действия. Другая задача — действия по обеспечению взаимодействия следственных, оперативно-розыскных и криминалистических подразделений вне процессуальной и процессуальной форм.

Думается, что существует необходимость в планировании расследования вместе с оперативными подразделениями правоохранительных органов, у которых есть полномочия по оперативно-розыскным действиям, т. к. это даст возможность поделить между ними усилия по раскрытию преступлений коррупционной направленности в зависимости от функций линии деятельности подразделений.

Материалы, полученные по результатам первоначальных действий, следует направить на выявление, фиксацию признаков противоправной деятельности, с соблюдением условий относимости, допустимости и достоверности доказательственной информации, с использованием знаний типичных элементов криминалистической характеристики, сложившейся на основе ранее раскрытых преступлений коррупционной направленности. При этом рекомендуется рассматривать характеристики преступника и потерпевшего, объективную и субъективную стороны. В целях своевременного выявления преступного деяния, проведения расследования, направленного на установление и задержание преступника, рекомендуется использовать вышеуказанные элементы в совокупности, что повысит эффективность оперативно-розыскных мероприятий и следственных действий, сужая круг лиц, среди которых находится преступник.

Н. П. Яблоков полагает, что «в изучении обстановки совершения преступления необходимо добираться до смысла взаимодействующих между собой объектов, явлений и процессов» [9].

В большинстве случаев очевидно предположение о том, что человек, совершивший преступление коррупционной направленности, останется без наказания, в силу необходимых социальных связей в обществе; как правило, это люди семейные, дисциплинированные работники, с высшим образованием. Любая статистика относительна и не всегда достоверна. Однако если верить данным специалистов

Академии Генеральной прокуратуры, среднестатистический взяточполучатель — мужчина 35–55 лет; моложе — взяткодатель, среди таковых встречаются лица до 35 лет [1].

Мотивация по исполнению подобного деяния не во всех случаях исходит из корысти коррупционера, как принято предполагать. Одна часть преступников совершает такие противоправные действия уголовного характера по мотивам карьеризма, другая — в целях уменьшения сроков или в ситуации нехватки времени по решению какого-либо немаловажного для преступного субъекта вопроса, удовлетворяя собственные или личные интересы [5].

Следует отметить, что при расследовании преступлений коррупционной направленности, наряду с проводимыми оперативно-розыскными мероприятиями, важны обыск или выемка, как правило, проводимые в рамках тактической операции или комбинации, заключительным действием которых может быть задержание подозреваемого [3].

По исследуемой категории уголовных дел зачастую указанное действие проводится по месту работы предполагаемого коррупционера, а также по последнему пункту его пребывания, включая личное жилище. Варианты мест, где было содеяно преступление предполагаемым коррупционером, непосредственно зависят от его сферы деятельности. Важным является то, чтобы в данном случае были безошибочно обозначены пределы времени проведения такой операции, потому как предполагаемый коррупционер может оказать противодействие и сигнализировать сообщникам об избавлении любых доказательств, передав какие-либо сведения.

При этом сторона, имеющая причастность к коррупционным деяниям, старается действовать, исключая очевидцев, принимать меры по сокрытию и уничтожению следов преступления, фальсифицирует доказательства, подкупает или запугивает соучастников или свидетелей, а в последнее время и лиц, производящих расследование.

Рассматривая криминалистические версии при расследовании преступлений коррупционной направленности, следует проверить на причастность к совершению преступлению, а также на соучастие, сокрытие, противодействие расследованию преступлений с использованием различных тактических приемов организационного,

психологического, логического, тактического и риторического характера с помощью доказательственной информации. Не менее важны порядок и системность осуществления указанных мер, сохранение тайны следствия и т. д.

Таким образом, предлагается комплексное использование элементов криминалистической характеристики, объективного и субъективного характера, тактических приемов, планирования, взаимодействия, технических средств при производстве оперативно-розыскных мероприятий и следственных действий на первоначальном, последующем и завершающем этапах расследования с использованием подготовительной, рабочей стадий, стадий фиксации и оценки результатов.

Список литературы

1. Алиева Г. А. Криминалистическая характеристика в структуре методики расследования преступлений коррупционной направленности / Г. А. Алиева // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). — 2014. — № 1 (81). — С. 86–95.
2. Ващенко В. Взятчики, как правило, на хорошем счету / В. Ващенко. — URL: www.gazeta.ru/social/2016/10/17/10255859.shtml#page2 (дата обращения: 07.03.2019).
3. Коровин Н. К. Тактические особенности задержания подозреваемого в совершении преступления / Н. К. Коровин, А. Т. Першин, В. В. Чучин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. — 2018. — № 11. — С. 118–121.
4. Краткая характеристика состояния преступности в Российской Федерации за январь-сентябрь 2018 года. — URL: мвд.рф/reports/item/14696015 (дата обращения: 06.03.2019).
5. Михайлова Л. Н. Криминологические особенности личности преступника-коррупционера / Л. Н. Михайлова // Вестник Северо-восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. Серия: История. Политология. Право. — 2018. — № 1 (09). — 77 с.
6. Топорков А. А. Криминалистические и организационные особенности расследования коррупционных преступлений в РФ (часть 2) // Нефть, газ и бизнес. — 2015. — № 6. — С. 34–36.
7. Хлус А. М. Тенденции современной криминалистики в условиях глобализации транснациональной коррупции / А. М. Хлус // Криминалистическое обеспечение расследования преступлений: проблемы, перспективы и инновации: мат. конф., посвящ. 45-летию кафедры криминалистики юрид. факультета БГУ. — Минск: изд. центр БГУ, 2017. — С. 223–227.

8. Чеснокова Т. В. Коррупция и современные методы собирания и исследования доказательств в делах о коррупционных преступлениях / Т. В. Чеснокова // Eurasia Science. — 2017. — С. 297–300.
9. Яблоков Н. П. Криминалистика / Н. П. Яблоков. — М.: Юрайт, 2015. — 303 с.

УДК 343.1

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛНОМОЧИЙ ПРОКУРОРА В ЧАСТИ НАДЗОРА ЗА ИСПОЛНЕНИЕМ ЗАКОНОВ ОРГАНАМИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО СЛЕДСТВИЯ В РОССИИ И КАЗАХСТАНЕ

В. С. Трегубов, студент

Научный руководитель О. А. Брашнина, ст. преподаватель

Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС,

г. Новосибирск, Россия

В статье приведен сравнительный анализ полномочий прокурора в части надзора за исполнением законов органами предварительного следствия в России и Казахстане, определены различия в работе органов прокуратуры, а также обозначены проблемы осуществления прокурорского надзора.

Ключевые слова: прокурор, сравнительная характеристика, полномочия прокурора, предварительное следствие, надзор.

Вопросы полномочий прокурора затрагивались в работах Н. А. Сладковой, А. Б. Соловьева, М. Е. Токаревой, О. А. Тетериной, О. А. Тошкиной, А. В. Щукиной [1-4], однако в данной мере сравнительный анализ законодательств выбранных стран проведен не был. При расследовании и раскрытии преступлений взаимоотношения между обществом и государством затрагивают основные права и свободы человека, которые представляют собой основу сильного демократического государства. Деятельность органов предварительного следствия с этим связана напрямую. Одним из важнейших инструментов поддержания эффективности выступает прокурорский надзор за исполнением законов органами предварительного следствия.

Предварительное следствие играет важную роль в уголовном судопроизводстве. Для соблюдения законности и обоснованности действий органов предварительного расследования необходим надзор

за органами предварительного следствия. Этот надзор осуществляется прокуратурой.

В СССР правовой статус прокурора определял закон СССР от 30 ноября 1979 г. «О прокуратуре СССР». После распада СССР в каждой из республик оставалась правовая база, заключавшаяся в конституциях, кодексах и законах.

В законодательстве независимых государств статус прокуроров получил дальнейшее развитие. Например, в законе Республики Узбекистан «О прокуратуре» от 29 августа 2001 г. № 257-II, законе Республики Казахстан от 30 июня 2017 г. № 81-VI, ФЗ «О прокуратуре РФ» от 17 января 1992 г. № 2202–1 и др.

Нельзя сказать, что статус прокурора и его полномочия в странах СНГ одинаковы. Рассмотрим положения статуса прокурора в Российской Федерации и Республике Казахстан в части надзора за исполнением законов органами предварительного следствия.

Закон Республики Казахстан от 30 июня 2017 г. № 81-VI «О прокуратуре» сохраняет полномочия прокуроров по осуществлению надзора за законностью в ходе предварительного расследования. Однако непосредственно полномочия и порядок осуществляемых действий определяет Уголовно-процессуальный кодекс Республики Казахстан (далее — УПК РК) от 4 июля 2014 г. № 231-V.

Ст. 58 УПК РК определяет, что прокурор — это должностное лицо, которое осуществляет в пределах своей компетенции надзор за законностью оперативно-розыскной деятельности, дознания, следствия и судебных решений, уголовного преследования на всех стадиях уголовного процесса, а ч. 4 указывает на статьи, в которых указаны полномочия прокурора при досудебном расследовании. Конкретизированы данные положения в ст. 193 УПК РК. Полномочия прокурора на этапе досудебного расследования достаточно обширны, в т. ч. он может:

- 1) осуществлять регистрацию заявлений об уголовном правонарушении, а также передавать их в орган уголовного преследования либо принимать в свое производство и осуществлять досудебное расследование;

- 2) совершать передачу заявлений и имеющихся материалов об уголовных правонарушениях, поступивших от одного органа уголовного преследования, по подсудности и подследственности;

3) участвовать в осмотре места происшествия, а также осуществлять иные действия, предусмотренные УПК РК.

В Российской Федерации в результате реформирования системы прокуратуры и следственных органов произошло сужение прав прокуроров.

Анализ научной литературы, правоприменительной практики, статистических отчетов позволяет выделить распространенные нарушения законов органами предварительного следствия в ходе досудебного производства. Данными нарушениями являются необоснованные и незаконные постановления о возбуждении уголовного дела, постановления о возбуждении уголовного дела и об отказе в нем, постановления о прекращении уголовного дела и приостановлении предварительного расследования, а также нарушение установленных законом сроков расследования и прав участников уголовного судопроизводства при проведении следственных действий.

Одна из основных проблем в данной области обозначена в выступлении Генерального прокурора Российской Федерации Ю. Я. Чайки на заседании Совета Федерации Федерального собрания РФ, где было указано, что возрастает количество выявленных прокурором нарушений со стороны органов предварительного следствия; расследование сложных дел растягивается на годы [5].

Изучение статистических данных органов прокуратуры позволяет сформировать вывод о том, что одной из главных причин недостаточно эффективной работы предварительного следствия является значительное снижение в уголовном процессе роли прокурора. С принятием каждого последующего изменения Уголовно-процессуального кодекса (далее — УПК РФ) и ФЗ «О прокуратуре РФ» полномочия прокурора существенно сокращались.

На сегодняшний день ФЗ от 17 января 1992 № 2202-1 «О прокуратуре» в ст. 30 говорит, что уголовно-процессуальное законодательство и иные федеральные законы устанавливают полномочия прокурора по надзору за исполнением законов органами, осуществляющими оперативно-розыскную деятельность, дознание и предварительное следствие. Непосредственно полномочия прокурора представлены в ст. 37 УПК Российской Федерации. Так, к компетенции прокурора в ходе досудебного производства относятся:

1) проверка исполнения требований уголовно-процессуального законодательства в случаях приема, регистрации и разрешения сообщений о преступлениях;

2) дача дознавателю указаний о направлении расследования, производстве процессуальных действий;

3) рассмотрение представленной руководителем следственного органа информации следователя о несогласии с требованиями прокурора, а также осуществление других полномочий.

Следует отметить, что в настоящий момент у прокурора отсутствуют полномочия по возбуждению уголовных дел, а также он не может участвовать в производстве предварительного расследования, что, вероятно, оказывает негативное воздействие на осуществление уголовного судопроизводства в Российской Федерации.

Сокращение полномочий прокурора в части отсутствия возможности возбуждать уголовные дела привело к тому, что при выявлении правонарушения прокурор направляет материалы в орган предварительного следствия, но нередко в возбуждении уголовного дела может быть отказано. В случае если прокурор назначает дополнительную проверку и в последующем органе предварительного следствия дело возбуждается, можно говорить о непроизвольном затягивании процессуальных сроков, что происходит, в т. ч. по причине отсутствия возможности у прокурора возбуждать уголовные дела.

Вопрос сокращения полномочий прокурора не раз поднимался в литературе. в т. ч. А. Б. Соловьев и М. Е. Токарева предполагают, что восстановление имевшихся ранее прав у прокурора по возбуждению уголовного дела при выявлении им нарушений благоприятно сказалось бы на работе предварительного следствия [2].

При проведении сравнительного анализа выявлено, что полномочия прокурора в части надзора за исполнением законов органами предварительного следствия в Российской Федерации несколько уже, чем в Республике Казахстан. В Республике Казахстан прокурор обладает надзорными полномочиями в части как следствия, так и дознания, и может принимать и вести производство по уголовному делу. Такое положение можно противопоставить роли прокурорского надзора за предварительным следствием в Российской Федерации,

где прокурор не имеет полномочий по возбуждению уголовных дел, осуществлению предварительного следствия, а также лично производить отдельные следственные и иные процессуальные действия.

Список литературы

1. Сладкова Н. А. Возбуждение прокурором уголовного дела: пройденный этап или будущее? // Вестник современных исследований. — 2018. — № 1. — С. 89–94.
2. Соловьев А. Б. Необходимо восстановить властно-распорядительные полномочия прокурора в досудебных стадиях уголовного судопроизводства / А. Б. Соловьев, М. Е. Токарева // Уголовное право. — 2011. — № 4. — С. 98–104.
3. Тетерина О. А. К вопросу о полномочиях прокурора / О. А. Тетерина // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. — 2016. — № 1. — С. 175–178.
4. Тошкина О. А. К вопросу об эффективности прокурорского надзора за органами предварительного следствия / О. А. Тошкина, А. В. Щукина // Наука: прошлое, настоящее, будущее. — 2017. — № 3. — С. 188–190.
5. Доклад Генерального прокурора РФ Чайки Ю. Я. на заседании Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации 26.04.2017 // Официальный сайт Генеральной прокуратуры РФ.

УДК 343.71

ИМУЩЕСТВЕННАЯ УГРОЗА КАК СПОСОБ СОВЕРШЕНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЯ ПРОТИВ СОБСТВЕННОСТИ

О. В. Шмыгина, ст. преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации,
г. Новосибирск, Россия

В статье имущественное насилие рассматривается как разновидность криминального насилия, отмечается наличие дискуссионных вопросов относительно содержания данной категории.

Ключевые слова: психическое насилие, угроза, имущественная угроза, насильственный способ.

К проблеме определения имущественного насилия обращался О. В. Старков, который в своем научном труде «Основы криминопенологии» впервые выделяет имущественное насилие как

самостоятельный вид криминального насилия и понимает под ним определенное воздействие на вещь материального мира [1].

Прежде чем определять имущественную угрозу как способ совершения преступлений против собственности, необходимо пояснить термины «имущество» и «право на имущество».

К «имуществу» как объектам гражданских прав относятся вещи, включая наличные деньги и документарные ценные бумаги, иное имущество, в т. ч. безналичные денежные средства, бездокументарные ценные бумаги, имущественные права; результаты работ и оказание услуг; охраняемые результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (интеллектуальная собственность); нематериальные блага.

В уголовно-правовом смысле к имуществу относятся вещи, деньги, ценные бумаги и предметы материального мира, имеющие стоимостную оценку, по поводу которых существуют отношения собственности или иные вещные права [2].

Как отмечал Л. Д. Гаухман, имущество является материальным выражением отношений личной собственности граждан к тем вещам, по поводу которых совершаются посягательства на эти отношения, т. е. предметом преступления [3].

Следует отметить, что в уголовно-правовой науке проблема предмета преступления — одна из наиболее дискуссионных. Некоторые положения о предмете преступления рассматривались главным образом в связи с отграничением его от объекта преступления [4].

В уголовном праве принято говорить об объекте преступления и предмете преступления как абсолютно автономных категориях, неподлежащих включению в один синонимический ряд. Предмет — это составная часть объекта, его материальное выражение. Непосредственно воздействуя на предмет, виновное лицо причиняет вред правоохраняемому объекту [5].

Переходя к рассмотрению категории «имущественная угроза», необходимо обратиться к понятию «имущественное насилие». Так, А. А. Меликсетян под имущественным насилием понимает воздействие, умышленно осуществляемое преступником непосредственно в отношении вещи материального мира (предмета преступления) вопреки воле собственника, потерпевших и иных лиц, прикосновенных

к преступлению, и имеющее своим результатом общественно опасные последствия в виде причинения материального и иного ущерба [6].

Соответственно, имущественную угрозу следует рассматривать как средство понуждения к совершению определенных действий наряду с шантажом, т. е. понуждения без применения насилия. Вопрос о ненасильственных способах хищений в научной литературе вызывает разногласия. Так, И. Н. Алексеев полагает, что это невозможно, и объясняет свою позицию тем, что при угрозе уничтожением или повреждением чужого имущества отсутствует принуждение как обстоятельство, исключающее преступность деяния (ч. 2 ст. 40 УК РФ) [7].

Имущественная угроза в преступлениях против собственности встречается только в одном составе преступления — в вымогательстве. И выражается в предъявлении требования передачи чужого имущества или права на имущество, или совершения других действий имущественного характера под угрозой применения насилия либо уничтожения или повреждения чужого имущества. Соответственно, направленность требований ограничена только сферой имущественных благ, а именно имуществом или правом на имущество.

В судебной практике нередко встречаются ошибки в правильной квалификации деяния, совершенного с применением имущественной угрозы.

Так, например, Президиумом Алтайского краевого суда был пересмотрен приговор Волчихинского районного суда Алтайского края, по которому Килин В. И. осужден за совершение вымогательства.

Килин В. И. на АЗС заправил свой автомобиль бензином, после чего у него забарахлил двигатель. Он обратился к мастеру, который устранил неисправность и пояснил, что поломка связана с некачественным топливом. Дома он слил бензин, заменил топливо, автомобиль заработал нормально. Тогда он позвонил оператору АЗС И., которая попросила его приехать завтра и решить проблему с хозяином. 8 мая 2015 г. он приехал на заправку, привез бензин в канистрах. Оказалось, что К-в уехал в г. С. Он узнал у оператора телефон К-ва и созвонился с ним. Тот пообещал вернуть ему деньги, а бензин попросил оставить у двери. Через некоторое время приехала жена

хозяйина заправки К. и отказалась возвращать деньги, они поругались. Он сказал: «Подавись бензином!» и облил бензином бензоколонку, кричал, что подожжет, хотя умысла поджигать АЗС у него не было, он хотел таким способом добиться, чтобы ему вернули деньги за некачественный бензин и ремонт автомобиля. К. сказала И., чтобы деньги вернули. И. вынесла деньги, он их взял, а также канистру с бензином. Две полные канистры с бензином оставил [8].

Квалифицируя действия Килина как вымогательство, суд не учел, что необходимыми элементами данного состава преступления являются корыстный мотив и заведомая незаконность требования, предъявляемого собственнику имущества.

Из совокупности исследованных в судебном заседании доказательств усматривается, что Килин совершил неправомерные действия в целях понуждения собственника имущества возместить ему ущерб, причиненный оказанием некачественной услуги. В деянии усматриваются признаки самоуправства — самовольного, вопреки установленному законом порядку совершения действий, правомерность которых оспаривается гражданином.

Вместе с тем для состава преступления, предусмотренного ч. 1 ст. 330 УК РФ, необходимо наступление общественно опасных последствий в виде причинения существенного вреда.

Приговором суда не установлено, какие общественно опасные последствия наступили от действий осужденного. Нельзя признать, что передача Килину 2923 руб. существенно отразилась на материальном положении потерпевшего, имеющего в собственности АЗС стоимостью более 3 млн руб. (по его оценке), и при условии, что часть бензина была ему возвращена. В связи с этим уголовное дело в отношении Килина было прекращено за отсутствием в его действиях состава.

Суть имущественной угрозы состоит в угрозе нарушения права собственности путем уничтожения или повреждения чужого имущества, где насилие подкрепляет угрозу и умысел виновного направлен на получение требуемого имущества в будущем [9]. Имущественная угроза может осуществляться несколькими способами, которые закреплены в диспозиции ст. 163 УК РФ: угроза уничтожения либо угроза повреждения чужого имущества.

Например, реализуя преступный умысел, Портнягин Р. Н., движимый корыстными мотивами, с целью личного обогащения и обращения чужого имущества в свою пользу, потребовал от КАИ денежные средства. После чего Портнягин Р. Н., продолжая реализацию преступного умысла, находясь во дворе, стал стучать в окна дома КАИ, а также, взяв найденную во дворе доску, нанес ею несколько ударов по стеклу окна дома, повредив стекло, подтвердив тем самым реальность своих намерений, и потребовал от КАИ денежные средства, угрожая запереть входную дверь дома снаружи и поджечь дом в случае невыполнения его требований по передаче денежных средств. КАИ воспринял данную угрозу Портнягина Р. Н. реально [10].

В данной ситуации видно, что при совершении вымогательства виновным предъявляется имущественное требование, которое подкрепляется угрозой уничтожения либо повреждения имущества при наличии корыстной заинтересованности виновного, но при этом воля потерпевшего ограничивается без применения насилия.

Таким образом, под имущественной угрозой следует понимать умышленное психическое воздействие на волю понуждаемого, осуществляемое виновным в отношении вещи материального мира (предмета преступления) с целью совершения понуждаемым каких-либо действий имущественного характера, при котором воля потерпевшего ограничивается без применения насилия.

Список литературы

1. Старков О. В. Основы криминологии / О. В. Старков. — Уфа, 1997. — С. 149–150.
2. Бойцов А. И. Преступления против собственности / А. И. Бойцов. — СПб.: Юрид. центр «Пресс», 2002. — 224 с.
3. Гаухман Л. Д. Насилие как средство совершения преступления / Л. Д. Гаухман. — М., 1974. — 41 с.
4. Коржанский Н. И. Объект и предмет уголовно-правовой охраны / Н. И. Коржанский. — М., 1980. — 86 с.
5. Иванцова Н. В. Насилие против личности в уголовном законодательстве (проблемы теории): монография / Н. В. Иванцова. — Чебоксары, 2003. — 51 с.
6. Меликсетян А. А. Имущественное насилие как предмет криминального исследования / А. А. Меликсетян // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. — 2006. — № 4 (8). — С. 62–66.

7. Алексеев И. Н. Понуждение, принуждение и насилие / И. Н. Алексеев // Уголовный процесс. — 2006. — № 1. — С. 25–31.
8. Постановление Президиума Алтайского краевого суда от 10 ноября 2015 г. № 44У-150. — URL: кассация20163.html (дата обращения: 10.03.2019).
9. Уголовное право. Общая часть / под ред. В. А. Уткина, А. В. Шеслера. — Томск, 2016. — 188 с.
10. Приговор № 1–3/2019 от 16.01.2019 Кулундинского районного суда Алтайского края. — URL: судебныерешения.рф/38829868 (дата обращения: 12.03.2019).

УДК 343.98.062

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ЗАПАХОВЫХ СЛЕДОВ В РАССЛЕДОВАНИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Е. А. Эйхлер, студент

*Научный руководитель Н. К. Коровин, ст. преподаватель
Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

Статья посвящена вопросам использования запаховых следов в расследовании преступлений. Определены и предлагаются тактические приемы по их обнаружению, фиксации и исследованию при производстве розыскной, следственной и экспертной деятельности.

Ключевые слова: запаховые следы, технико-криминалистические средства, расследование преступлений, вещественное доказательство.

Борьба с преступностью — одна из главных задач правоохранительных органов. В статье предлагается оценка работы определенных технико-криминалистических средств, которые используют при выявлении, фиксации, изъятии, сохранении и исследовании запаховых следов преступлений. При рассмотрении проблемы совершенствования средств были использованы труды Р. С. Белкина, Д. Н. Балашова, Д. А. Сергиевского и др. [1–6]. Предлагается перечень тактических приемов по работе с запаховыми следами как наиболее эффективных и рациональных способов действий при расследовании преступлений.

Основное внимание при работе с запаховыми следами рекомендуется уделять при обнаружении их на месте происшествия, определив в первую очередь его границы, которыми являются как место

преступления, так и места обнаружения следов, предметов, имеющих отношение к расследуемому событию, с целью получения наибольшего количества доказательственной информации. При этом следует учитывать возможное сокрытие следов преступления в условиях противодействия расследованию преступления [4], применение специальных средств, перчаток, обуви и др., однако запаховые следы не всегда возможно уничтожить. Каждые предметы при изготовлении, эксплуатации имеют специфический запах, устойчивый во внешней среде, кроме того, человек в процессе жизнедеятельности приобретает индивидуальный запаховый след, определить который самостоятельно он не может из-за малого количества рецепторных клеток в его органах обоняния.

Ученые отмечают, что в мозге у собак в 40 раз больше клеток, распознающих запахи, чем у человека; рецепторных клеток в органах обоняния собак порядка 200 млн, чем объясняется использование собак в розыскной деятельности при расследовании преступлений. При этом есть рекомендации о использовании запаховых следов в экспертной и следственной деятельности. Поэтому следует рассмотреть природу запаховых, или ольфакторных или одорологических, следов. С одной стороны, запаховые следы определяют как пространство с концентрацией пахучих веществ [5].

Но запаховые следы можно обозначить и как материальные микрообразования пахучего вещества. Р. С. Белкин указывает на запаховый след как информацию от запахообразующих поверхностей [1].

Источники запаха: живые организмы (люди, животные) и их части (волосы, кровь), а также предметы, которые приобрели запах от другого тела (одежда, орудия преступления).

При производстве осмотра места происшествия помимо традиционных криминалистических следов уделяют внимание ни запаховым следам. При этом запаховые следы изымают в первую очередь, т. к. велик риск появления посторонних запахов на месте происшествия.

Прибыв на место происшествия, специалисту необходимо определить наиболее вероятные места соприкосновения преступника с объектами, на которых могут остаться запаховые следы, используя логические, тактические методы, в частности, индукции и дедукции. При этом исключают внесение запаховых следов участниками

осмотра и иными лицами; специалист обрабатывает руки тальком, спиртом, надевает перчатки, затем, используя пинцет, обертывает специальной абсорбентной тканью материальный объект, фиксирует алюминиевой фольгой.

Каждый раз перед принятием решения об изъятии запаховых следов и предметов-носителей анализируются условия образования запаховых следов.

Запаховые следы преступника могут сохраняться и на предметах преступного посягательства [2]. При производстве осмотра места происшествия при наличии информации, что преступник брал какие-либо предметы, вещи или мог оставить свои, данные предметы могут быть изъяты совместно с запаховым следом, герметично упакованы, снабжены пояснительной записью и в дальнейшем представлены на одорологическую экспертизу.

Изъятие запаха в зависимости от условий рекомендуется производить не менее 2 ч. Время увеличивают в зависимости от материала, из которого сделан объект запахоноситель.

Так, на пористых поверхностях запах удерживается лучше, чем на твердых, особенно таких как стекло, железо, однако на них может быть оставлено потожировое вещество или иной продукт биологического происхождения, пригодный для проведения одорологической выборки. Также есть зависимость от степени потоотделения человека при совершении каких-либо действий или иных физических нагрузках при совершении преступления.

После абсорбции запаха ткань помещают в специальную банку, которая герметично укупоривается. На банку помещают пояснительную надпись с указанием что хранится в банке, где, когда, по какому уголовному делу, время, в каких условиях и в рамках какого следственного действия производилось изъятие следа.

При производстве выборки запахового следа в зависимости от следственной ситуации, исключая повреждение следовой картины, рекомендуется применять специально обученных служебно-розыскных собак для быстрого и эффективного установления и задержания подозреваемого [3].

В обязательной форме производится фиксация результатов следственного действия вербальным способом: в протоколе осмотра

места происшествия помимо фиксации общей обстановки места происшествия указывается, какие технические средства применялись, каким способом, места и предметы, с которых производилась абсорбция запаха, время изъятия, порядок упаковки, нанесение пояснительных надписей и т. д.

Срок хранения пробы зависит от состояния окружающей среды. Насколько долго длился контакт преступника с объектом (чем дольше, тем больше накапливается в запаховых следах веществ, характеризующих конкретного человека); была ли возможность взаимодействия следов после контакта с посторонними запахами; учитываются погодные условия, в основном ветер, осадки, окружающая температура и др.

Согласно ст. 81 УПК РФ, запаховые следы содержат все необходимые признаки для признания их вещественными доказательствами:

- индивидуальный запах конкретного человека отличается от запахов других людей;
- с запаховых следов можно собрать пробу, изъять, исследовать и сохранить;
- запаховые следы отвечают условиям относимости, достоверности и допустимости;
- запаховые следы помогают установить или, наоборот, исключить причастность лица к совершению преступления;
- с помощью запаховых следов возможно выявить определенные обстоятельства преступления.

Изъятые запаховые следы в стеклянных банках с герметично закрытыми крышками направляют в одорологическую лабораторию, каждая банка снабжена соответствующей пояснительной запиской. Их хранят до момента производства одорологической экспертизы (посредством сравнения запаха задержанного лица, в виде экспериментально полученных запаховых проб, при необходимости в виде образцов крови с образцами запаха с различных мест происшествий) [6].

Сравнение производят специально обученные собаки-биодетекторы под руководством кинолога-эксперта в оборудованной лаборатории, позволяющей вести наблюдение через специальную стеклянную стену, в частности, следователю, адвокату, специалисту

и иным заинтересованным лицам. В целях получения проверки и подтверждения полученных результатов исследование проводится повторно с другой специально обученной собакой. Результаты оформляются как заключение эксперта в соответствии с требованиями уголовно-процессуального законодательства.

Таким образом, для эффективного расследования преступлений наряду с традиционными криминалистическими следами рекомендуется использовать запаховые следы человека, обладающие необходимыми признаками для признания их вещественными доказательствами. При этом используют тактические приемы организационного, тактического, психологического и логического характера на подготовительном, рабочем и заключительном этапах производства розыскных мероприятий, осмотр места происшествия и одорологическую экспертизу со специально обученными служебно-розыскными собаками-биодетекторами.

Список литературы

1. Белкин Р. С. Криминалистическая энциклопедия / Р. С. Белкин. — М.: Мегатрон XXI, 2000. — 334 с.
2. Гордеев С. Б. Запаховые следы как источник доказательственной информации при расследовании контрабанды наркотических средств / С. Б. Гордеев // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. — 2013. — № 4 — С. 34–41.
3. Коровин Н. К. Тактические особенности задержания подозреваемого в совершении преступления / Н. К. Коровин, А. Т. Першин, В. В. Чучин // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. — 2018. — № 11. — С. 118–121.
4. Korovin N. K., Smeshkova L. V. Psychophysiological examination: procedural and forensic aspects // Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues. — 2017. — Т. 20. — № Special issue 1.
5. Балашов Д. Н. Криминалистика / Д. Н. Балашов, Н. М. Балашов, С. В. Маликов — М.: Инфра-М, 2005. — 503 с.
6. Сергиевский Д. А. Использование запаховых следов человека при раскрытии и расследовании преступлений в России и за рубежом в исторической ретроспективе / Д. А. Сергиевский // Манускрипт. — 2016. — № 6. — С. 175–179.

SUMMARY

MAINSTREAMS AND DEVELOPMENT POTENTIALS OF EAEU NATIONAL ECONOMIES IN THE CONTEXT OF CURRENT PROCESSES

CONSEQUENCES OF MIGRATION PROCESSES IN THE CROSS-BORDER REGIONS OF RUSSIA AND KAZAKHSTAN (ON THE EXAMPLE OF THE EAST KAZAKHSTAN REGION)

A. B. Berdibekov, PhD Candidate

Kazakh-American Free University, Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan

In the article, on the example of the East Kazakhstan region, the expected consequences of migration processes in the border regions of Kazakhstan are described. The factual data is considered that reflects the migration of the population of the East Kazakhstan region. The estimated tangential coefficient, which is characterized by the development of migration processes in the East Kazakhstan region, is calculated.

Keywords: migration, analysis, prediction, region, tangential coefficient, trend, balance.

STRUCTURAL IMPROVEMENTS IN ECONOMICAL MECHANISM OF FOOD SYSTEMS INNOVATIVE DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF RECLAIMING, NORTH AND ARCTIC OF SIBERIA

A. A. Bykov, Candidate of Science in Economics, Leading Research Scientist

A. N. Schevyev, Candidate of Science in Economics, Leading Research Scientist

Siberian Scientific Research Institute of Agrarian Economics of Siberian Federal Research Agrobiotechnology Center of Russian Academy of Science, Novosibirsk, Russia.

The article suggests the directions of structural improvements in economical mechanism of food systems innovative development in the regions of reclaiming, north and arctic Siberia.

Keywords: regions of reclaiming and north of Siberia, innovative development, economic mechanism, structural improvement, food systems, food security.

DIASPORA BUSINESS OF WEST SIBERIA SOUTHERN PART: THE GENESIS AND SOCIAL ORIENTATION

A. G. Durtseva, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

D. A. Safonov, Postgraduate Student

S. G. Simonov., Doctor of Science in Agriculture, Candidate of Science in Economics, Professor

Tyumen Branch of the Siberian University of Consumer Cooperation, Tyumen, Russia

Using the data if Western Siberia southern part there has been summarized the experience of cross-ethnic interaction, formation and development of Diaspora business. There are also represented the results of sociological researches of 2013–2018 within the frame of «Business Social Responsibility» scientific commonwealth (Tyumen City). The representatives of regional civil service and ethnic business took part in the research.

Keywords: ethnic community, Diaspora, cross-ethnic interaction, Diaspora business, security, social orientation, social effects.

LEVEL OF EMPLOYMENT IN THE REPUBLIC OF KIRGHIZIA

A. D. Ivanova, Student,

A. M. Ilyuschenko, Student,

Research Supervisors: O. G. Sevostyanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The aim of our article is to reveal socio-economical problems in the sphere of employment in Kyrgyzstan. In accordance with this aim the following objectives were put forward: to provide insight into socio-economical root of population employment, to determine the factors of employment in current context of economical development, to analyze the role of employment in the economy of contemporary Kyrgyzstan. As a result of the study there was made a conclusion that currently the economy of the country does not create required number of jobs, in spite of the fact that statistics testifies of the contrary.

Keywords: employment of population, unemployment, labor market.

THE ANALYSIS OF BANKING SECTOR STRUCTURE AT THE PRESENT STAGE OF FINANCIAL MARKET DEVELOPMENT

N. V. Koloskova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article presents the author's approach to the analysis of the financial result of the banking sector and considers its. Based on the factors influencing the structure and size of the financial result of a commercial bank, measures are proposed to improve the process and methodology for analyzing and planning the financial results of the bank. The main emphasis in the author's proposals is put on risk accounting and planning reserves for possible losses, including the suggestion to improve the planning of the financial result to map the profitability of bank investments in different segments of the financial market of the geographical region where the credit organization operates.

Keywords: financial result, banking sector, interest income, banking margin, reserves for possible losses, clustering of the banking sector.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF GROSS DOMESTIC PRODUCT AT THE EXPENSES OF WORLD'S MAJOR ECONOMIES

A. G. Komissarov, Student

Research Supervisor: O. G. Sevostyanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The aim of the study is the analysis of the structure and dynamics of Gross Domestic Product at the expenses of world's major economies: Germany, China and the USA. As a consequence there was made a conclusion that the propensity of consume is the highest in the USA and the lowest in China. At the share of government expenditures Germany is in the lead, and the USA and China have one level of expenditures. Among all countries being analyzed the greater part of putting into investment is done in China.

Keywords: national measure, Gross Domestic Product, Germany, China, USA.

SMALL BUSINESS AND PROBLEMS OF ITS DEVELOPMENT IN RUSSIA

R. D. Kostyak, Student

N. S. Kartseva, Student

Research Supervisor: O. G. Sevostyanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The aim of this article is in theoretical aspects reviewing for the study of small business and problems of its development in Russia. This aim determined setting objectives like studying of small business structure, analyzing current data on small business and its problems in the Russian Federation.

Keywords: small and medium-size enterprises, entrepreneurship, small business, market relations, government support, the State.

EDUCATION AS A FORM OF INVESTMENT IN STORE

I. G. Kuznetsova, Candidate of Science in Economics
Novosibirsk State Agrarian University, Novosibirsk, Russia

The article discusses the role of human capital as a fundamental factor affecting the increase in the competitiveness of production. The author focuses on the most sought-after competencies necessary for the development of digital society. There have been done grouping of countries according to the level of human capital use.

Keywords: human capital, gross domestic product, developed countries, developing countries, economic growth, digital economy.

BASIC ASPECTS OF CONTROLLING AND SUPERVISORY RESPONSIBILITY OF STATE ADMINISTRATION BODIES IN THE CONTEXT OF BUSINESS OPERATIONS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

L. I. Matskevich, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
O. V. Moiseyenko, Senior Lecturer

Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk, Belarus

The content of the activities of state administration bodies is characterized by integration of controlling and supervision functions. Some qualitative changes in external environment will reduce the negative and enhance positive tendencies inherent in them.

Global trends indicate that most governments are keen to reduce the administrative burden on businesses, including the control and supervision of the state. This allows you to improve business environment and contributes to further solving the problems of employment and economic development of these countries as a whole.

In the Republic of Belarus it is also necessary to carry out further work to improve oversight functions, to create an enabling environment for sustainable business development and to carry out effective market reforms.

Keywords: means of control and supervision, governmental authorities, functions, business activity, business, economic stability.

REVISITING THE ISSUE OF MIGRATION WITHIN THE FRAME OF THE EURASIAN UNION

E. A. Petrushina, Candidate of Science in Law, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The Eurasian Economic Union is a young integration entity, so the migration processes that take place in it are very important for the study by science. This article for the first time examines the complex causes, conditions of labor migration in the post-Soviet states, analyzes the achievements and problems associated with this phenomenon within the EAEU.

Keywords: labor migrants, EEU, benefits, rights of migrants, regulation problems.

CONVERSION APPROACH TO THE DEFINITION OF TRANSACTION COSTS IN DIGITAL ECONOMY

T. V. Ridel, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article examines key tasks within the frame of digital economy strategic development; it underlines the problem of essential and practical determination of transactional costs emerging out of traditional format, connected to fulfilling of linear problems of the firms. There is being proposed the conversion approach to resolve the problem of choice among the priorities causing maximum costs. There is also being analyzed the direction of cooperative approach while functioning inside economic system.

Keywords: transaction costs, digital economy, conversion approach, digitalization strategy, information space.

ASSET WELFARE BY SOCIAL AND DEMOGRAPHIC GROUPS OF RUSSIAN POPULATION

N. N. Riabushkin, Student

*Research Supervisor S. D. Kapelyuk, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

This paper advocates the use of an innovative indicator for the empirical analysis of the welfare of certain socio-economic groups of the population of Russia. For this purpose the author suggests a modified method of measuring the asset-based welfare. For comparison, the level of well-being determined by the traditional approach is presented, the limitation of its application for the analysis of well-being is shown.

Keywords: well-being, living conditions, inequality, property, human development, asset index.

THE INFLUENCE OF FOREIGN SALE INTEGRATION ON MUTUAL TRADE OF RUSSIA, BELARUS AND KAZAKHSTAN

*R. M. Shakhnovich, Doctor of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article provides the analysis of the effect of economical integration in the form of the Customs Union and Eurasian Economic Union foundation on the mutual trade of their main members — Russia, Belarus and Kazakhstan. There has been given quantitative evaluation to the changes in mutual trade. The conclusions have been made on the insignificance of the effect of occurred changes on mutual trade.

Keywords: international trade, economic integration, integration effects, Eurasian Economic Union (EAEU).

STRATEGY TRENDS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY MODERNIZATION IN FOOD PRODUCTION OF SIBERIA NORTH ZONES

*A. N. Schevye, Candidate of Science in Economics, Leading Research Scientist
Siberian Scientific Research Institute of Agrarian Economics of Siberian Federal Research
Agrobiotechnology Center of Russian Academy of Science, Novosibirsk, Russia*

The article proposes systems and defines strategy trends of technical modernization for food production systems in Siberia north zones. There is also demonstrated economical efficiency of these proposals.

Keywords: food systems, science and technology modernization, strategy trends, modernization, efficiency.

IMPROVING COMPETITIVENESS OF INDUSTRY SECTORS AND ENTERPRISES AS A STRENGTHENING FACTOR OF EAEU NATIONAL ECONOMIES

THE IMPROVING OF TRADE AND SERVICE ENTERPRISES COM- MERCIAL OPERATIONS

RISK ORIENTED APPROACH AS AN INSTRUMENT OF BUSINESS MANAGEMENT

*S. A. Ali-Askyari, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article analyzes organizational issues of formation in risks and their causes monitoring. There have been suggested the model and stages of risk-oriented approach that allows taking into account not only business risks but risks connected with legally protected valuables. This fact specifies novel nature of the article and the contribution to risk management.

Keywords: risk, risk-oriented approach, risk category, integral estimation.

«LIVE» BRAND IS HIGHER COMPETITIVENESS

A. S. Bukhgolts, Student

*Research Supervisor V. V. Salii, Doctor of Science in Economics, Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article discusses the process of creating and promoting a Russian cloths brand with young people. Emphasis is placed on the maximum approach of the brand to the needs of customers, to make it dynamic, «live», to ensure high competitiveness of the product. Some new approaches to branding have been proposed.

Keywords: brand, branding, promotion, formation, brand models, consumer preferences, interests, sources of inspiration, collaboration, merch, game creation.

THE PARTICULARITIES OF COMMERCIAL ACTIVITIES IN CHAIN RETAILING

S. P. Gurskaya, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperatives, Gomel, Belarus

The article examines the particularities of commercial activity in chain retailing organizations of the Republic of Belarus'.

Keywords: commercial activity, chain retailing, suppliers, purchase of goods, assortment management, category management.

THE SYSTEM OF CRITERIA IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTREPRENEURSHIP SUSTAINABILITY OF THE REPUBLIC OF BELARUS

T. I. Kislaya, Associate Professor

Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk, Belarus

The article is devoted to the issues of small and medium sized entrepreneurship performance assessment. There are being analyzed the criteria of small and medium sized business sustainability on macro and micro- levels. The necessity of social performance assessment for small and medium sized entrepreneurship participants is underlined.

Keywords: small and medium sized entrepreneurship, effect, effectiveness, criteria, indicators.

EVALUATION METHOD FOR MANUFACTURING RESOURCES EMPLOYMENT

V. V. Komissarov, Candidate of Science in Physics and Mathematics, Associate Professor
N. V. Shalanov, Doctor of Science in Economics, Professor, Associate of the Higher School
Siberian Academy of Sciences
A. A. Yakovleva, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article presents an approach to assess the efficiency of manufacturing resources employment that includes fixed assets and current assets, number of employees. Resource-production ratio is used to assess it. Revenue is an indicator of an overall performance of an enterprise.

Keywords: resource-production ratio, factors of production, efficiency, elasticity, manufacturing resources.

THE ANALYSIS OF OUTDOOR ADVERTISEMENT IN NOVOSIBIRSK

A. V. Kondinskaya, Student
Research Supervisor A. G. Stepanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article emphasizes the problem of outdoor advertising in Novosibirsk. Both positive and negative characteristics are described.

Keywords: outdoor advertisement, billboard, banner, advertising panel, advertising panel.

FACTORING AS AN INSTRUMENT OF THE COMMODITIES WHOLESALE INCREASING

O. V. Kondratyeva, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
D. N. Merzlyakov, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The given article suggests using «factoring scheme» in the building of wholesale commercial work as its competitive gain. There has been grounded its economic effectiveness. Among foreign authors who carried out factoring analysis there can be marked P. Biscoe, G. Gilbert, L. Klepper, A. Koks, E. Rid, F. Selindger, etc. A significant contribution to the development of factoring was done by the Russian authors: V. V. Abalkin, L. A. Beklaryan, M. I. Treivish [1; 3; 4] and others. Among the domestic scholars, who were engaged in the problem of receivables management with the help of factoring there should be emphasized such authors as O. A. Soldatova, S. N. Babichev and others [5], at the same time there was not revealed in them the necessity of its applying in wholesale organizations operating on the market of building and assembly work.

Keywords: factoring, wholesale, accounts receivable, competitiveness, contract.

CONDITION AND PROSPECTS OF CONSUMER COOPERATION DEVELOPMENT IN NOVOSIBIRSK REGION

Z. A. Kapelyuk, Doctor of Science in Economics, Professor
Yu. V. Meykshan, Postgraduate Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

For national economy of the Russian Federation the consumer cooperation is one of socially-valuable subjects, which saved property, unity and system handling. This can play significant role for the solution of problems dealing with food security providing in Russia. The article is devoted to features and prospects of development for consumer cooperation in Novosibirsk Region.

Keywords: consumer cooperation, economic development, efficiency, regulation.

ORGANIZATION AND IMPROVEMENT OF CLIENT ORIENTED MANAGEMENT IN SERVICE BUSINESSES

A. V. Palekhin, Master's Program Student

Research Supervisor T. Yu. Shiryayeva, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The question of the organization and improvement of client oriented management in service companies is one of the most promising for the analysis of problems in modern management. This article discusses the problems in the field of client orientation as a factor of improving the efficiency of organization.

Keywords: customer, customer loyalty, client orientation, development, organization, improvement.

IMPLEMENTATION OF INTERVIEW METHOD IN THE MARKETING DEMAND RESEARCH

N. E. Petrova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Zabaikalsk Institute of Entrepreneurship of the Siberian University of Consumer Cooperation,
Chita, Russia

Marketing research is becoming an integral part of the activities of any trade organization operating in a competitive environment. The market of building materials is represented by a large number of both manufacturers and sellers. Therefore, the formation of the trade assortment should be based on customer demand. Otherwise, the trade organization will be noncompetitive. The survey method allows you to identify consumer demand, to make a portrait of the buyer, to develop recommendations for improving the assortment policy.

Keywords: market research, market research methods, survey, sampling frame, trade organization.

THE ANALYSIS OF LOGISTICS PROVIDERS IN NOVOSIBIRSK

T. V. Plotnikova, Candidate of Science in Engineering, Professor

A. K. Terekhova, Master's Program Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article is the first to present a complex assessment of Novosibirsk logistics providers market. For the first time there was carried out the analysis of logistics supply warehouses structure according to classes. There has been studied the dynamics of Novosibirsk logistics market in 2018 and the directions of its development in 2020 perspective.

Keywords: logistics providers, warehouse operators, logistics and industrial park, retailers.

APPROACHES TO THE RESEARCH OF CONSUMER MARKET CONJUNCTURE

V. V. Salii, Doctor of Science in Economics, Professor

L. N. Strebkova, Candidate of Science in Economics, Associated Professor

A. A. Pajvin, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article deals with the approaches to market research, which include various economic, social and strategic aspects of competitive environment assessment. The practical application of these approaches can help enterprises to identify key areas for the development of competencies for adaptation to the market and make appropriate management decisions.

Keywords: market, conjuncture, competition, consumer market, satisfaction, relationships.

METHODS OF COMMERCIAL RISKS EVALUATION IN TRADING

*L. N. Strebkova, Candidate of Science in Economics, Associated Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article describes the evaluation methods of the commercial risks of a trade enterprise, each of which has its own advantages and limitations. The choice of a method depends on the type of management problem to be solved, as well as on the quantity and quality of available information. There are described the examples of using the method of expert evaluation, statistical method and «decision tree» for the analysis of risks associated with the company's profit.

Keywords: risk, evaluation, analysis, method, commercial risk, probability, losses.

DEVELOPMENT OF ORGANIZATION BASELINE STRATEGY

A. E. Treigo, Student

*Research Supervisor V. Ya. Zinner, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article analyzes the process of developing the organization baseline strategy through the revealing of strengths and weaknesses in objectives tree construction. Difference between the proposed methodology and the previous ones is in the change of determination of preference order in organization's baseline strategy. Similar studies were carried out by I. K. Larionov and V. A. Kashin, however setting of goals and objectives of organization's activity was realized after baseline strategy choosing

Keywords: strategy, strategic management, strategic planning, strategic concept, development strategy.

CONSUMER ASSESSMENT OF CONSUMER COOPERATION ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

Ya. N. Unarova, Senior Lecturer

Yakutsk Branch of the Siberian University of Consumer Cooperation, Yakutsk, Russia

The article represents the results of consumers research work on the assessment of consumer cooperation activities in the Republic of Sakha (Yakutia) in order to improve the quality of consumer societies activity.

Keywords: consumer cooperation, consumers, shareholders.

INSURANCE CONTRIBUTIONS: CONTROVERSIAL ASPECTS OF TAXATION FOR SMALL BUSINESS ENTITIES

*O. A. Chistyakova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article examines separate issues concerning the questions in the sphere of insurance contributions on the ground of legislation in power. The authors clarify and prove rather disputable issues concerning subjects under tax base assessments on insurance contributions. There have been clarified the issues connected with payment of contributions from payments to non-resident and self-employed workers, extra tariffs for health hazards and there were represented recommendations on correct calculation of the given tax.

Keywords: insurance contributions, self-employed persons, non-resident workers, extra tariffs, small and medium-sized business entities.

THE METHOD OF ENTERPRISE TAX BURDEN EVALUATION

*N. V. Shalanov, Doctor of Science in Economics, Professor, Corresponding Member of
Siberian Academy of Sciences, Higher Education*

O. N. Shalanova, Candidate of Science in Economics

M. N. Peshkova, Candidate of Science in Economics

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The authors suggest a methodic procedure to estimate marginal tax burden of an enterprise. Tax burden is seen as amount of tax and reductions. Tax burden rate is a relative share of taxes and reductions in the revenue of an enterprise. Marginal rate of tax burden relates to enterprises that work in the mode of simple reproduction.

Keywords: reproduction on a simple scale, tax burden, tax burden rate, marginal rate, level of profitability.

VALUE-BASED MARKETING PROMOTION ON THE MARKET OF PRIVATE HOUSING

I. A. Shmidt, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article analyzes the value-based approach to marketing promotion of subjects on the private housing market. The basis of the approach is interaction of market players. As a result of this interaction various values are being created which introduction creates relationship value reflecting the assessment of work with the consumer. Such approaches were previously analyzed in the frame of competitiveness issues in the works of A. V. Chirkov, as well as in the works of A. I. Ukhova in the frame of issues of client-oriented marketing communications.

Keywords: promotion, value, private housing, relationship value, estate agency, consumer.

THE PROBLEMS OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN AN ORGANIZATION THE ANALYSIS OF EMPLOYEES MOTIVATION

E. A. Balabanova, Student

A. S. Veselkova, Student

A. A. Khlybova, Student

S. A. Barkova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article deals with the issues of motivation and incentives for workers of wholesale trade organizations. There have been proposed directions of improving the system of employees motivation.

Keywords: labor motivation, incentives, wages, bonuses.

THE PARTICULARITIES OF PERSONNEL TRAINING AND DEVELOPMENT IN BANKING SECTOR

N. V. Belikova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

There have been analyzed problems and specifics of personnel training and development through the example of banking institution. There were revealed the problems and proposed the new ways of improving the process of personnel training and development through the example of PAO Sberbank of Russia.

Keywords: personnel, training, development, career path, training programs, banking institutions.

TRAINING OF PERSONNEL AT THE MODERN STAGE OF ORGANIZATION DEVELOPMENT

L. V. Burova, Master's Program Student

N. V. Belikova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The given article will review specifics and effectiveness of personnel training through the example of Gazprom. The applicability of the topic is in the fact that staff trained timely and correctly can urgently respond to the changes at the market as well as find ways of solution to problems encountered with benefit both for themselves and for the company.

Keywords: personnel, training, organizations, training methods, company.

PERSONNEL EVALUATION AS AN INITIAL STAGE OF THE PERSONNEL DECISION-MAKING

L. S. Vdovina, Student

Research Supervisor V. A. Surovtseva, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article is devoted to the issues of assessment and development of personnel as an initial stage of personnel solutions process. In the research work there have been systematized methods of personnel assessment. There have also been studied the problems of personnel management and given the ways of their solution in a particular organization.

Keywords: personnel, staff, personnel assessment, personnel assessment methods, personnel solutions, expenditures on the execution of assessment events, social and economic effects.

DETERMINATION OF EFFICIENT STIMULATION METHOD IN LABORATORY CONDITIONS

M. D. Kim, Student

Research Supervisor S. D. Kapelyuk, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Human resources today are among the most important factors of production. At the same time managers are interested that their employees work as efficiently as possible. To obtain it, they need to encourage their employees to achieve the highest results. There are various employee incentive schemes, but which one is the most effective? The author of this study found a way to reveal it. Using the tools of behavioral economics, a laboratory experiment was conducted among students. The research work has been done with funding from student grant of Siberian University of Consumer Cooperation named after A. S. Turov.

Keywords: labor resources, laboratory experiment, incentive methods.

THE USE OF PSYCHOLOGICAL METHODS IN HUMAN RESOURCES SELECTING (THROUGH THE EXAMPLES OF HAAN AND HAS BANKS)

O. Monkboyar, Postgraduate Student

Darhan Branch of the Mongolian Humanitarian University, Darhan, Mongolia

In this research work we analyzed the process of personnel recruitment and selection as one of the most important objectives of personnel policy. The article proves the necessity of expansion of psychological methods usage at personnel selection. There are represented the results of bankers polling carried out with the aim to determine the presence of necessary skills, degree of professional suitability and IQ coefficient.

Keywords: employment, personnel selection, psychological tests, mental ratio, competencies.

IMPROVEMENT OF THE SYSTEM OF MOTIVATION AND LABOUR STIMULATION IN AN ORGANIZATION

N. V. Osipova, Student

Research Supervisor V. Ya. Zinner, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article reviews the complex analysis of personnel motivation system in an organization with the aim of revealing the ways of its improvement. Various methods of motivation system analysis in an enterprise were previously proposed in the works of S. A. Agaptsov, E. A. Kapitonova, V. M. Maslova [1; 3; 4]. Our methodology differs from the ones proposed previously by including in it the required components such as document analysis and staff polling.

Keywords: labor, motivation, system improvement, polling, financial incentives, non-financial motivation

IMPROVEMENT OF CONFLICT MANAGEMENT IN AN ORGANIZATION

V. A. Russkikh, Student

*Research Supervisor V. Ya. Zinner, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia*

The article reviews the process of revealing the causes of conflict situations in an organization with the aim of determining the directions of conflict management improvement. Some authors have already examined the ways of revealing the conflicts initiation in an organization through the example of the works of M. V. Vdovin, G. I. Kozyrev, V. G. Kononov [1; 2; 3]. The methodology proposed in the article differs from previously suggested ones by including into analysis the coefficient of socio-psychological tension.

Keywords: conflict, conflict management, personnel, conflict management methods, conflict management tools.

METHODS OF PERSONNEL ASSESSMENT IN AN ORGANIZATION

L. A. Sorokina, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The market economy makes high and strict requirements not only to the knowledge and skills of workers, but also to the level of staff skills. External and internal conditions of the organization are subject to constant changes, which puts the majority of Russian companies in need of additional training for today's and tomorrow's changes, to the problems and risks that may be encountered and which may have a bad impact on the business.

Keywords: personnel assessment, methods and approaches to personnel assessment, classification of personnel assessment methods.

MANAGEMENT OF MORAL-PSYCHOLOGICAL CLIMATE IN AN ORGANIZATION

N. E. Filippova, Student

L. A. Sorokina, Cand. Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article uses the methodology for assessing the material and psychological climate by the American scientist R. Beils in one of the organizations in Novosibirsk.

Keywords: moral and psychological climate, group, analysis, assessment, decision, conflict.

PERSONNEL INVOLVEMENT AS BASIS OF MANAGEMENT IN MODERN ORGANIZATIONS

T. Yu. Shirayeva, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The issue of involvement is one of the most promising problems for analysis in the modern management. This article reviews the phenomenon of personnel involvement as a factor of organization's effectiveness increasing.

Keywords: involvement, involvement management, elements of involvement management.

INNOVATIVE DIRECTIONS OF HOSPITALITY AND TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT

THE STUDY OF RECREATION AND ENTERTAINMENT ORGANIZATION IN THE HOTELS OF NOVOSIBIRSK

O. V. Balashova, Senior Lecturer

V. A. Russkikh, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article gives comparative characteristics of an organization of recreation and entertainment for guests in Novosibirsk hotels. S. A. Bystrov, L. P. Goncharova and M. V. Kamshechko reviewed in their works the necessity and sequence of assessment of extra services organization in hotels. Our methodology differs from the ones suggested previously by including the factor of importance and validity of separate criteria.

Keywords: recreation, entertainment, leisure activities, hotel, competitors.

EFFICIENCY ASSESSMENT OF HOTEL SERVICES THROUGH THE EXAMPLE OF «MARRIOTT HOTEL»

O. V. Balashova, Senior Lecturer,

N. V. Osipova, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article proposes to determine the operation effectiveness of company's departments on the base of clients' opinions. For this purpose the polling method is used. The results, received in the course of the study will allow develop effectiveness indicators for each hotel department.

Keywords: hotel, service, polling, client, content.

NATURAL AND CLIMATIC RESOURCES OF THE NOVOSIBIRSK REGION FOR DEVELOPMENT OF WELLNESS TOURISM

V. B. Vasilyeva, Senior Lecturer

M. V. Kiyanova, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article analyzes climatic resources of the Novosibirsk region, the prospects of their use for development of wellness tourism, some issues of the region sanatorium-health-resort base; there is represented short characteristic of «A lake cluster».

Keywords: domestic tourism, tourist resources, natural and climatic resources, natural medical resources, resort, wellness tourism, balneotherapeutic health tourism, tourist cluster.

DEVELOPMENT OF TOURISM AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS INCREASING IN THE REGIONS

E. B. Duplinskaya, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The given article represents the evaluation of the state and the business interaction within the frame of tourism industry development. There are given the results of government measures realization on the development of tourism in two neighboring regions — Altai Territory and the Republic of Altai.

Keywords: special economic zones, government programs, innovation potential.

INNOVATIONS AS A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS OF HOSPITALITY INDUSTRY SUBJECTS

A. V. Lorents, Student

N. N. Ponomaryov, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The use of innovations in hotel business gain breadth in modern context. In that regard a set of questions on the use of innovative tools in hotel operation organizing and managing requires their clarification. The article reviews the role of innovations in hotel service for competitiveness increasing among hotel industry enterprises. There has been proved the necessity of innovations implementation, represented the advantages of hotel business running with the use of innovations, reviewed innovative approaches in the booking and sales of hotel product.

Keywords: hospitality industry, innovations in hotel service, innovative management systems, booking and sales of hotel product, competition in hospitality market, consumer of hotel services.

TOURISM DOWNSHIFTING AS AN ALTERNATIVE TO BACKPACKING

E. N. Osipova, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

T. V. Ridel, Senior Lecturer

V. V. Saliĭ, Doctor of Science in Economics, Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article describes modern methods of theoretical grounding of two tourist activities: backpacking, which is retained at the level of classification in terms of hiking and downshifting which initial meaning was modified. The current objectives and the level of society development require an alternate approach when arranging human everyday life, what affects such life activity aspect as self-transcendancy. The result of re-formation is the rethink of existing approaches to semantic content of travelling and tourist activities.

Keywords: backpacking, downshifting, hiking, self-transcendancy, hiking association.

ENTERTAINMENT SERVICES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS IN HOTEL BUSINESS

T. V. Plotnikova, Candidate of Science in Engineering, Professor

E. P. Popova, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The given article was first to review the directions of entertainment services development in hotel business. There has been carried out the analysis of global experience in the industry of tourists entertainment. There were proposed new kinds of entertainment services, permitting to increase of Russian hotels attractiveness for tourists.

Keywords: hotel business, entertainment services, services competitiveness, tea ceremonies.

THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM WITHIN THE PRIORITIES OF THE NATIONAL PROJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION

T. V. Popkova, Candidate of Science in Philosophy, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article considers the issues of domestic tourism development in the context of Federal Target Program «The development of Domestic and Inbound Tourism in the Russian Federation (2019-2015)». There are described the trends and future prospects for the development of tourism and recreation sphere which partial research is represented in the articles of E. Istomina, M. Grishunkina [4], S. Bystrov [3].

The unresolved questions concerning basics of mechanisms of domestic tourism development programs in Russia are analyzed for the first time.

Keywords: tourism, tourist services, tourist and recreational sphere, national projects.

MODERN APPROACHES TO CONSUMER PRODUCT QUALITY AND SAFETY

QUALITY ASSESSMENT OF YOGHURTS PRODUCED IN CONDITIONS OF OOO *EHRMANN*

V. G. Agafonova, Student

I. A. Zachesova, Senior Lecturer

Moscow State Academy of Veterinary Medicine and Biotechnology named after K. I. Skryabin, Moscow, Russia

The article represents the results of assessing the quality of yogurt «EPICA» with fruit and berry fillers produced in the conditions of «Ehrmann». There were examined organoleptic, physico-chemical and microbiological parameters of yogurt quality, as a result of what there was established their compliance with the requirements of regulatory documentation.

Keywords: yogurt, yogurt with filler, OOO «Ehrmann», merchandizing characteristics, quality assessment.

ASSORTMENT ANALYSIS AND EXPERTISE OF THE GROUND COFFEE REALIZED IN Khabarovsk RETAIL

A. V. Aleshkov, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

M. A. Novikova, Student

Khabarovsk University of Economics and Law, Khabarovsk, Russia

In the article there are given the results of the structure analysis of the pure roasted ground coffee assortment realized in retail chain of Khabarovsk food market. There was carried out tasting assessment of seven ground coffee samples of various price categories, for all of them there were established and examined organoleptic indicators, humidity, content of extractive substances, caffeine and ashes.

Keywords: coffee, tasting, expertise.

ASSORTMENT STRUCTURE ANALYSIS AND EXPERTISE OF LIQUEURS

A. V. Aleshkov, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

A. A. Podobrey, Student

Khabarovsk University of Economics and Law, Khabarovsk, Russia

The article includes the results of research work in the course of which there were carried out organoleptic and physico-chemical expertise of eight liqueur samples selected in retail trade network of Khabarovsk. There has been studied the structure and completeness of liqueurs market in Khabarovsk. The result of the study was the complex of recommendations on liqueurs realization in retail store «Food».

Keywords: liqueurs, degustation, expertise.

RAW MATERIALS AND SEMI-FINISHED PRODUCTS AS FACTORS TO ENSURE QUALITY OF SUGAR CONFECTIONERY

V. I. Bakaitis, Doctor of Science in Engineering, Professor

A. N. Tabatorovich, Candidate of Science in Engineering

E. N. Stepanova, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article represents an overview of raw materials and semi-finished products used in formulations of certain types of sugar confectionery: marmalade, pastille products, meringue. There are given the features of the preparation and quality requirements to raw materials and semi-finished products based on existing standards.

Keywords: raw materials, semi-finished products, sugar confectionery.

EVALUATION OF MEN'S SHOES QUALITY

E. V. Baranskaya, Student

M. V. Sevostyanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article represents the results of assessing the men's leather shoes quality from different manufacturers sold in the retail chain of Novosibirsk. Quality characteristics assessment was carried out in accordance with the requirements of the current regulatory documentation.

Keywords: quality assessment, leather footwear.

QUALITY AND ASSORTMENT ASSESSMENT OF TOILET PAPER

A. V. Bogatyrev, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

A. V. Startseva, Student

Siberian University of Consumer Cooperatives,
Novosibirsk, Russia

The article represents the results of quality assessment and assortment analysis of toilet paper. There has been done the assessment of the toilet paper quality physico-chemical indicators. There have been developed recommendations for improving the range of toilet paper.

Keywords: toilet paper, analysis of the assortment structure, quality assessment

THE ANALYSIS OF THE QUALITY OF «ADJIKА» PRODUCTS CONSUMER INFORMATION

O. V. Golub, Doctor of Science in Engineering, Professor

T. A. Shabanova, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article represents the analysis of the quality of consumer information on «adjika» products for compliance with the requirements of domestic regulatory documentation.

Keywords: adjika, consumer information, labeling, declaration of conformance.

THE ANALYSIS OF TEА ASSORTMENT AS AN IMPROVEMENT FACTOR IN COMMERCIAL ACTIVITIES (BASED ON THE DATA OF IE DOSHIN V. Y., KRASNOYARSKOYE VILL., POSPELIKHA DISTRICT, ALTAI TERRITORY)

T. V. Deryusheva, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

I. V. Fominskaya, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

There has been carried out the identification and expertise of tea quality using the example of five samples being sold in retail organization of IE Doshin V. Y., Krasnoyarskoye Vill., Pospelikha District, Altai Territory.

Keywords: assortment, variety, completeness, customer demand, improvement of the assortment, efficiency of commercial activity.

IDENTIFICATION AND EXPERTISE OF TEА QUALITY (BASED ON THE DATA OF IE DOSHIN V. Y., KRASNOYARSKOYE VILL., POSPELIKHA DISTRICT, ALTAI TERRITORY)

T. V. Deryusheva, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

I. V. Fominskaya, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

There has been carried out the identification and expertise of tea quality using the example of five samples being sold in retail organization of IE Doshin V. Y., Krasnoyarskoye Vill., Pospelikha District, Altai Territory.

Keywords: marking identification, bohea quality.

ANALYSIS OF BITTER CHOCOLATE ASSORTMENT AND CONSUMER PROPERTIES

A. V. Zhebo, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor
D. V. Serova, Student

Khabarovsk University of Economics and Law, Khabarovsk, Russia

The article studies the assortment and commodity characteristics of bitter chocolate sold on the market of Khabarovsk. The study allowed to determine the main trends in the market development and to give recommendations on the adjustment of the range of commercial enterprises.

Keywords: bitter chocolate, assortment, quality indicators, scoring.

ANALYSIS OF ASSORTMENT AND CONSUMER PROPERTIES OF PICKLED OLIVES BEING SOLD AT THE MARKET OF KHABAROVSK

A. V. Zhebo, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor
E. O. Sharko, Student

Khabarovsk University of Economics and Law, Khabarovsk, Russia

In the article there are given the concept, classification and characteristics of pickled olives assortment, factors, forming and keeping olives quality. There have been examined indicators of safety and principled approaches to olives quality assessment. The condition of the Russian market of olives is considered. There have been carried out the analysis of olives assortment structure in the market and at the enterprise of Khabarovsk and the analysis of organoleptic and physico-chemical indicators of olives quality.

Keywords: olives, assortment, quality indicators.

QUALITY CHARACTERISTICS OF FLAVORED MILK COCKTAILS BEING SOLD IN THE DISTRIBUTION NETWORK OF KHABAROVSK

K. G. Zemlyak, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor
A. D. Kovalyova, Student

Khabarovsk University of Economics and Law, Khabarovsk, Russia

The article gives the commodity characteristics of milk cocktails, represents the results of research of trade assortment structure and quality of flavored milk cocktails being sold in the distribution network, and justifies the low level of their quality due to the lack of standardized requirements.

Keywords: flavored milk cocktails, market, assortment, identification, quality assessment, quality indicators.

COMMODITY CHARACTERISTICS AND QUALITY ASSESSMENT OF PICKLED OLIVES

Z. R. Saifulina, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor
I. E. Kiryanova, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article represents the commodity characteristics, vitamin and mineral composition of mature fruit olives, used only as a raw material for the production of canned food. The suppliers of raw materials and canned food are foreign manufacturers, so the quality assessment of this group of products is relevant. The presented results allow us to draw conclusions about the discrepancy of the degree of the used raw materials maturity, as well as of the understated number of fruits in canned food.

Keywords: olives, raw materials, trademarks, marking, organoleptic, physical and chemical indicators, quality.

THE ASSESSMENT OF CONSUMER PROPERTIES OF WHIZZED CHEESES PRODUCED BY DIFFERENT MANUFACTURERS

D. M. Kononova, Student

A. A. Merkulova, Senior Lecturer

Moscow State Academy of Veterinary Medicine and Biotechnology named after K. I. Scryabin, Moscow, Russia

The article is devoted to the study of consumer properties of whizzed cheeses and the assessment of their quality in order to establish compliance with its normative-technical documentation on organoleptic, physico-chemical and microbiological quality indicators. There has been presented reliable data on a wide range of quality indicators. The authors have examined in detail the aspects of tasting this type of product. The article represents an assessment of consumer properties of whizzed cheese: KARAT, VIOLA, HOCHLAND. According to the results of the research, relevant conclusions were made about the quality of the samples studied.

Keywords: whizzed cheese, consumer properties, quality, dairy product, dairy compound product.

STUDY OF CANNED PROCESSING FOODS MADE OF FRUITS VIBURNUM

Z. R. Saifulina, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

E. N. Stepanova, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

A. N. Taborovich, Candidate of Science in Engineering

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article gives the analysis of chemical composition and quality indicators of semi-finished products made of viburnum fruits: puree, canned with potassium sorbate, and thick spread. There were identified identification indicators of viburnum semi-finished products.

Keywords: viburnum, semi-finished products, puree, thick spread

QUALITY ASSESSMENT OF MARMALADE BEING SOLD AT NOVOSIBIRSK CONSUMER MARKET

E. B. Tabala, Candidate of Science in Engineering

O. V. Shcherbinina, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article represents the results of the comparative assessment of marking and organoleptic indicators of the jelly marmalade quality by different manufacturers.

Keywords: marmalade, organoleptic characteristics, marking.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN FOOD INDUSTRY

QUALITY MANAGEMENT IN PUBLIC CATERING ON THE EXAMPLE OF A WORKSHOP FOR THE MANUFACTURE OF SEMI-FINISHED MEAT

A. A. Anokhina, Student

D. V. Kupchak, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

Khabarovsk State University of Economy and Law, Khabarovsk, Russia

The article represents the main elements of the implementation of the food safety management system in the procurement catering enterprises on the basis of national regulatory documents, at the manufacturing of meat semi-finished products in order to obtain quality products in demand among consumers.

Keywords: procurement catering enterprises, quality management system, meat semi-finished products.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF BAKERY PRODUCTS WITH HIGH CONTENT OF FOOD FIBER

I. P. Berezovikova, Doctor of Science in Biology, Professor

E. L. Zyryanova, Postgraduate Student

A. Y. Sarakhanov, Student

V. E. Shomko, Master's Program Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

There has been developed formulation of bakery products with a high content of dietary fiber (7.2 %) on the basis of the composition of whole-wheat flour, first grade flour and flax, suitable for use in partial baking technology, in order to extend the shelf life of bakery products. The research work has been carried out with financial support of SibUCC grant named after P. D. Berezovikov

Keywords: bakery products, dietary fiber, flax flour, whole grain flour, partial bread baking.

TECHNOLOGY AND FORMULATION DEVELOPMENT AND COMMODITY CHARACTERISTICS OF GIN

A. V. Zhebo, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

M. S. Fedorenko, Student

Khabarovsk State University of Economy and Law, Khabarovsk, Russia

The article gives the results of formulation development and quality assessment of gin on the Far East plant raw materials. The developed product favorably differs from analogs by unique structure, original organoleptic features.

Keywords: gin, assortment, quality indicators, scoring, Far East plant raw materials.

USAGE OF WHEAT BRAN IN THE TECHNOLOGY OF COLD JELLIFIED DESSERTS

L. G. Kroshina, Senior Lecturer

D. A. Malykhin, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article proposes new receipts of cold desserts with the usage of various kinds of bran that were produced with the help of modern technologies.

Keywords: new technologies of raw material processing products, cold desserts, organoleptic assessment, rye bran, wheat bran.

USAGE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES PRODUCTS IN DESSERTS PRODUCING

D. S. Kuleshova, Student

T. V. Khudyakova, Student

O. D. Varnavskaya, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article represents new receipts of desserts with the usage of plant raw materials in them, at which production there were used innovative technologies.

Keywords: innovative technologies of raw materials processing products, desserts, organoleptic assessment, extruded rye bran, quick-frozen berries of blueberry, food fibers.

JUSTIFICATION OF FOOD FIBERS USAGE FOR THE ENRICHMENT OF FLOUR CONFECTIONERY PRODUCTS

O. I. Lyubimova, Senior Lecturer

V. S. Stepovaya, Student

Khabarovsk State University of Economy and Law, Khabarovsk, Russia

The article represents information about dietary fibers, which can increase the nutritional value of flour confectionery products.

Keywords: food fibers, flour confectionery, butter biscuits.

TASTE MANAGEMENT SYSTEM IN CHAIN PUBLIC CATERING ENTERPRISES

E. V. Makhacheva, Candidate of Science in Engineering

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article describes the process of taste management system developing in the chain of public catering enterprises with the aim of reproducing of a given taste and maintaining stable product quality in all chain enterprises.

Keywords: chain of public catering enterprises, restaurant chain, taste management, quality management system, internal control.

THE USE OF OILCAKES FROM OILSEEDS IN THE PRODUCTION TECHNOLOGY OF FOOD CONCENTRATES

Yu. Yu. Miller, Candidate of Science in Engineering

N. A. Popova, Postgraduate Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article presents the results of research work on the creation of food like food concentrates enriched with various compounds through the use of oil seeds meal in their formulation. There have been developed two recipes of food concentrates of the second lunch courses and their qualitative indicators are defined

Keywords: food concentrates, oil seeds meal, increased nutritional value, fiber.

CONTEMPORARY TECHNOLOGIES OF AGRICULTURAL GOODS PRODUCTION AND PROCESSING, AND OF THE PURVEYANCE ACTIVITIES OF CONSUMER COOPERATION

THEORETICAL FOUNDATIONS OF INNOVATIVE STRATEGISING IN AGRICULTURAL MILK PRODUCTION AND PROCESSING ORGANIZATIONS

D. V. Gorbatenko, Student

Research Supervisor V. I. Chistyakova, Candidate of Science in Economics,

Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article is the first to determine the particularities of developing innovative strategy in agricultural milk producing and processing organizations. There were also formulated the objectives of their realization. Such objectives as animal industry employees' proficiency enhancement, arrangement of milk and dairy on-time delivery to the consumer through the effective systems of distribution are proposed by the author.

Keywords: innovation, innovative strategy, novelties, technologies, milk and dairy, dairy husbandry, government support.

ANALYSIS OF CORN FARMING IN KRASNOZERSKOYE DISTRICT OF THE NOVOSIBIRSK REGION

A. V. Derevyankin, Candidate of Science in Agriculture, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

A. F. Zakhsrov, Candidate of Science in Agriculture

K. A. Yakobchuk, Student

Siberian Scientific Research Institute of Agrarian Economics of Siberian Federal Research
Agrobiotechnology Center of Russian Academy of Science

The article represents the analysis of the modern corn farming development level through the example of base corn-growing area. There was given an estimation of the development for corn production intensification.

Keywords: analysis, technological modes, farming industry, innovative development, corn production, crop farming, base farming, tendencies, intensification.

DEVELOPMENT ANALYSIS AND ASSESSMENT OF TYPICAL CORN BASE FARMING OF SOUTHERN WOODED STEPPE OF NOVOSIBIRSK REGION

A. V. Derevyankin, Candidate of Science in Agriculture, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

A. F. Zakhsrov, Candidate of Science in Agriculture, Senior Research Worker

Siberian Scientific Research Institute of Agrarian Economics of Siberian Federal Research

Agrobiotechnology Center of Russian Academy of Science

The article gives the efficiency analysis and the assessment of corn production progressive technologies usage through the example of typical district and base profile corn farming. There have been determined elements and points of growth. The priorities of regulatory crop farming supplying were estimated.

Keywords: base farming, analysis, technological modes, farming industry, innovative development, crop farming, tendencies, intensification.

ASSORTMENT AND QUALITY ASSESSMENT OF FOOD CONCENTRATES BASED ON GRAIN

Yu. S. Nikolaeva, Student

E. N. Stepanova, Candidate of Science in Engineering, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article provides the information on the structure of the assortment of food concentrates based on grain, depending on the manufacturer, brand, shape, type of packaging. There has been carried out a comparative quality analysis of five types of breakfast cereals. There was identified an inconsistency in terms of quality of «Nesquik» chocolate breakfasts.

Keywords: concentrates, breakfast cereals, muesli.

MODERN TECHNOLOGIES IN BUILDING AND CONSTRUCTION FOR AGRICULTURAL PURPOSES

Ya. O. Suslov, Student

S. I. Trunov, Student

Research Supervisor N. V. Dorofeyeva, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The given article problematizes prefabricated building and construction at agricultural enterprises of consumer cooperation, there are being analyzed data of V.I. Telichenko, K. Novokovskii and other authors on enterprises of block-modular or container type buildings (BMB) and frameless BMB.

Keywords: technology, agricultural, consumer cooperation, prefabricated buildings, block-modular type, frameless buildings.

TENDENCIES OF NATIONAL LEGAL SYSTEMS DEVELOPMENT IN EAEC MEMBER STATES AND PROSPECTS OF THEIR HARMONIZATION

THEORETICAL AND PRACTICAL PROBLEMS OF PUBLIC AND PRIVATE LAW

LEGAL REGULATION OF PUBLIC ASSOCIATIONS IN THE RUSSIAN FEDERATION

M. A. Barsukova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor
A. V. Kuligin, Assisting Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article is devoted to a relevant, multi-faceted topic of public associations insufficiently studied in legal science. In the current educational process, aspects of the study concerning public associations and non-profit organizations, their legal regulation features and their influence on the public opinion formation are practically not considered. In this article we would like to draw attention to these aspects and propose a change in the legislation, taking into account the national and cultural characteristics of the subjects.

Keywords: public organizations, public associations, laws and regulations.

ECONOMIC BASIS OF LOCAL SELF-GOVERNMENT: SOME ISSUES OF LEGAL REGULATIONS

V. B. Dumbadze, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The municipal property has particularities. Specifically, the municipal property facilities have purposive character.

Keywords: economic basis of local self-government, legal regulation, ownership right, municipal property, ownership rights of a municipal entity.

MIGRATION REGISTRATION OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN IN THE CONDITIONS OF EURASIAN ECONOMIC UNION: COMPARATIVE LEGAL ASSESSMENT

S. V. Krasnov, Student

A. K. Chuprova, Student

Research Supervisor A. V. Godovannyi, Doctor of Science in Law, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article analyzes the features of migration registration of the Russian Federation and the Republic of Kazakhstan in the conditions of the EAEU.

Keywords: migration registration, migration registration authorities, EAEU migration policy.

THE CONCEPT OF «CONSTITUTION» IN THE HISTORY OF EUROPEAN AND RUSSIAN POLITICAL AND LEGAL THOUGHT OF XVIII – THE EARLY XX CENTURY

L. A. Lisenko, Assisting Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

This article analyzes the regulatory legal acts, draft regulatory legal acts regulating the basic principles of state activity.

Keywords: constitution, law, state, monarch, basic law, declaration, fundamental laws, directive.

LEGAL REGULATION OF LAND PLOTS PROVISION IN TRANSBAIKALIA FROM 01.07.2019: PROSPECTS OF DEVELOPMENT

O. A. Lipich, Candidate of Science in Juridical

E. Yu. Maltseva, Senior Lecturer

Zabaikalsk Institute of Entrepreneurship of Siberian University of Consumer Cooperation, Chita, Russia

The article describes the features of legal regulation and law enforcement practice of land plots provision in Trans-Baikal.

Keywords: Trans-Baikal, land plots, legal regulation.

THE ISSUES OF CRIMINAL JUSTICE AND LIGATION

COMPARATIVE ANALYSIS OF LEGAL REGULATION OF CITIZENS CONFIDENTIAL ASSISTANCE TO THE INVESTIGATION AND INTELLIGENCE BODIES OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE REPUBLIC OF ARMENIA

A. M. Ansimov, Student

Research Supervisor O. A. Brashnina, Senior Lecturer

Siberian Institute of Administration – the Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Novosibirsk, Russia

The article compares the legislative base of the Russian Federation and the Republic of Armenia, highlights the most significant features, provides similarities and differences in the norms of laws in these countries, provides the views of scientists.

Keywords: privacy, assistance, legislation, confidant, investigative activities, contract, protection.

PARTICULARITIES OF EVIDENCE COLLECTION AT THE INVESTIGATION OF GRIEVOUS BODILY HARM INFLICTION RESULTING IN DEATH VICTIM CAUSED BY NEGLIGENCE

V. D. Eskov, Student

Research Supervisor N. K. Korovin, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article is devoted to the study of tactical features of obtaining evidentiary information when investigating the cause of grievous bodily harm, resulting in death through negligence. Based on the study of empirical material, shortcomings are revealed and an algorithm is proposed for obtaining evidentiary information that is essential in the investigation of crimes of this type.

Keywords: evidence, serious harm, investigative actions, crime investigation, tactical methods.

FEATURES OF INVESTIGATION OF CRIMES IN THE FIELD OF MOBILE TELECOMMUNICATIONS

N. K. Korovin, Senior Lecturer

V. V. Chuchin, Senior Lecturer

Siberian State University of Transport, Novosibirsk, Russia

The article is devoted to the elements of forensic characteristics and the program of investigation of crimes in the field of mobile telecommunications. There have been considered methods of committing a crime, the characteristic of criminal and victim personality.

Keywords: characteristics of criminal, methods of committing a crime, mobile telecommunications, crime investigation.

PARTICULARITIES OF CRIMINALISTIC CHARACTERISTICS OF A JUVENILE SUSPECT

E. V. Lebzak, Student

Research Supervisor N. K. Korovin, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article considers social-demographic, moral-psychological, biological characteristics of a minor. The elements of criminalistic characteristics of a minor suspect are identified and proposed for use when putting up a forensic version in order to timely identify and detain the suspect.

Keywords: minor suspect, characteristic of a person, time, modus operandi, intent, physical contact, versions.

TACTICAL FEATURES OF THE CRIME SCENE INSPECTION IN THEFT INVESTIGATING

A. B. Martynenko, Student

Research Supervisor N. K. Korovin, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper proposes a set of tactical techniques at the preparatory, working and final stages of the inspection of the crime scene, taking into account judicial errors identified through the study of empirical material of judicial practice. Recommendations are made how to identify the participants of the inspection, to provide technical and tactical means in crime site inspection.

Keywords: crime scene, site inspection, traces, physical evidence, theft, crime investigation.

MODERN PROBLEMS OF IMPROVING ANTICORRUPTION LEGISLATION

V. A. Musatkin, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article is devoted to the topical issues of improvement in legislation of Russia and countries of the Eurasian Economic Union in the questions of anticorruption efforts. There has been considered the dynamics of the recent changes in legal norms of Russian legislation aimed at anticorruption efforts. There have been also analyzed the main directions of the national anti-corruption plan for 2018–2020, suggestions for additions in separate legal instruments to improve the efficiency of the fight against corruption.

Keywords: fight against corruption, anticorruption efforts.

REVISITING THE PARTICULARITIES OF INVESTIGATING METHODOLOGY FOR CORRUPTION-RELATED CRIMES

R. M. Samodurov, Student

Research Supervisor N. K. Korovin, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article describes the features of the use of criminalistical characteristics subjective and objective elements. Recommendations are given on the organization, planning, setting out leads and interaction of the units of law enforcement agencies when investigating corruption-related crimes.

Keywords: corruption-related crimes, criminalistical characteristics, investigation methodology.

COMPARATIVE ANALYSIS OF PROSECUTOR'S POWER AND AUTHORITY IN TERMS OF SUPERVISION OVER THE EXECUTION OF LAWS BY PRELIMINARY INVESTIGATION BODIES IN RUSSIA AND KAZAKHSTAN

V. S. Tregubov, Student

Research Supervisor: O. A. Brashnina, Senior Lecturer

Siberian Institute of Administration – the Branch of the Russian Presidential Academy
of National Economy and Public Administration, Novosibirsk, Russia

The article provides a comparative analysis of the prosecutor's power and authority in terms of supervision over the execution of laws by preliminary investigation bodies in Russia and Kazakhstan. There have been identified differences in the work of prosecutors in the given countries, and there have also been highlighted the problems of the prosecutor's supervision.

Keywords: prosecutor, comparative analysis, prosecutor's power and authority, preliminary investigation, supervision.

ENDANGERMENT TO TANGIBLE OR INTANGIBLE PROPERTY AS A METHOD OF PROPERTY OFFENCE

O. V. Shmygina, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article analyzes property offence as a kind of criminal offence. There is registered the presence of argumentative issues in the understanding of the given category content.

Keywords: mental violence, endangerment, endangerment to property, forcible manner.

REVISITING THE USE OF ODORPRINTS IN THE INVESTIGATION OF CRIMES

E. A. Eichler, Student

Research Supervisor N. K. Korovin, Senior Lecturer

Siberian State University of Transport, Novosibirsk, Russia

The article is devoted to the use of odorprints in the investigation of crimes. There have been identified and proposed tactical methods for their detection, fixation and study in search, investigative and expert activities.

Keywords: odorprints, forensic equipment, crime investigation, physical evidence.

Научное издание

**СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ
ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАН
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА:
КУРС НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ**

Сборник трудов
Международной научно-практической конференции
в рамках Международного научного форума
«ДНИ НАУКИ—2019»

20–22 марта 2019 г.

*Под ред. Е.Н. Лищук
Компьютерная верстка А. М. Бабушкина*

Корректоры: О. С. Дмитриева, Е. А. Чупрасова

Подписано в печать 23.05.2019. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Тираж 500 экз. Печ. л. 35,25. Уч.-изд. л. 32,78. Заказ № 19.

Типография Новосибирского государственного технического университета.
630073, Новосибирск, пр. К. Маркса, 20.