

Министерство образования и науки Российской Федерации



Уральский государственный экономический университет

Ко дню рождения университета

ЭКОНОМИКА, ОБЩЕСТВО, ЧЕЛОВЕК: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, РЕАЛЬНОСТЬ

Сборник научных публикаций

Часть 2

Екатеринбург
Издательство Уральского государственного
экономического университета
2015

УДК 31(082)+33(082)
ББК 60я43+65я43
Э40

Ответственный за выпуск

доктор экономических наук, проректор по научной работе
Уральского государственного экономического университета
Д. А. Карх

Э40 **Экономика, общество, человек : теория, методология, реальность** [Текст] : сб. науч. публикаций : [в 2 ч.] / [отв. за вып. Д. А. Карх]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. Ч. 2. – 179 с.

ISBN 978-5-9656-0216-2

На обширном материале рассмотрены актуальные проблемы новой экономики – от анализа антикризисных мер хозяйственной деятельности и специфики применения информационных технологий до задач науки о Земле, современных биотехнологий, гуманитарных наук. Материалы публикуются в 2 частях:

часть 1 посвящена проблемам конкурентоспособности территорий, управления человеческими ресурсами, финансов и кредита, бухгалтерского учета и аудита, права как основы формирования образа жизни, а также актуальным вопросам теории и практики менеджмента и маркетинга в глобальном экономическом пространстве;

часть 2 содержит статьи, раскрывающие проблемы развития информационных технологий, взаимоотношений власти и гражданского общества, инновационности, совершенствования стратегического планирования, развития биотехнологий, а также вопросы торговли, общественного питания, потребительского рынка, сервисной экономики и туризма.

Для преподавателей экономических вузов, аспирантов, а также для широкого круга читателей, интересующихся данными вопросами.

УДК 31(082)+33(082)
ББК 60я43+65я43

ISBN 978-5-9656-0216-2

© Авторы, указанные в содержании, 2015
© Уральский государственный
экономический университет, 2015

Проблемы развития интеллектуальных информационных технологий в условиях новой экономики

Г. А. Банных

*кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и психологии
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Информационная культура в повседневных практиках городского жителя¹

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы изменения информационной культуры в повседневных практиках современного горожанина в связи с новыми экономическими условиями развития сервиса и информационных технологий. Раскрыты условия и факторы изменения культуры повседневности; приведены данные, свидетельствующие о перманентности происходящих изменений. Отражены результаты социологического исследования, проведенного в 2014 г. в Свердловской области; результаты исследования подтверждают наличие изменений в повседневной культуре горожан, что особенно заметно при сравнении возрастных групп.

Ключевые слова: информационное общество; информационная культура; информационные технологии; горожанин; быт; культурные практики; сеть Интернет.

Урбанизация, начавшись в индустриальную эпоху, к настоящему времени «переселила» 70% населения планеты в города. Городской образ жизни и городская культура стали доминирующими в информационном обществе, которое изменило не только экономическую подсистему общества, но и домашнее хозяйство, культуру, искусство и коммуникации. Мир повседневности современного горожанина кардинальным образом отличается от повседневности горожанина XVIII или XX века, и многие из этих отличий имеют в основе своей способы, приемы и стили коммуникации в городском пространстве. Без обращения к культуре повседневности невозможно понять инновации, формирующиеся в современном информационном обществе. Автором данной статьи предпринята попытка через инновации в повседневной коммуникации рассмотреть структурно-функциональные изменения в информационной культуре городского жителя.

Повседневность стала объектом изучения в западной традиции: Ж. Бодрийяр, М. Вебер, Г. Гарфинкель, И. Гоффман, А. Шютц и др. Массовую культуру рабоче-крестьянского народа, повседневный быт и рабочий быт изучали отечественные исследователи: Ю. М. Лотман, В. Г. Федотова, Б. В. Марков, Г. Л. Тульчинский и др.

Повседневность является особым пространством существования человека, в котором смешиваются элементы разных смысловых сфер. Рассмотрение повседневности связано с процессами «оповседневнивания» (М. Вебер) и ее преодоления. Домашняя, бытовая, повседневная среда пребывания человека в информационном обществе становится процессом постоянного научения и формирования новых культурных практик.

Как отмечалась в ранних публикациях, трансформации происходят усиленно быстро – повседневность меняется ежеквартально, следуя изменениям в информационных технологиях [2, с. 115].

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ № 14-13-66013/14 «Информационная культура жителей Свердловской области: поселенческий и социально-демографический аспекты» и Правительства Свердловской области.

Согласно отчету Минкомсвязи России по итогам 2014 г. интернетом пользуется 62% населения страны, или 68 млн человек, из них 56 млн пользуются сетью ежедневно [3]. Таким образом, доля пользователей, которые выходят в глобальную Сеть каждый день или несколько раз в неделю, составляет 70–80%. Это свидетельствует в пользу того, что структура и ценности повседневного пространства у городского жителя изменяются.

Среди молодежных возрастных групп наиболее заметны трансформации в повседневности, связанные с интернет и мобильным интернет: 50 млн человек из всей аудитории российского сегмента интернета являются пользователями мобильного интернета; таким образом, доля таких пользователей достигла 61%.

В то же время снижается роль других каналов получения информации: традиционных СМИ, библиотек. Прежде всего это происходит по причине снижения доверия источникам информации и их «отложенной» реакции на происходящие события (если речь идет о СМИ) и постепенной смене повседневных привычек: от линейного «бумажного» чтения к чтению мозаичному, электронному.

С целью определить изменения в информационной культуре современного населения Свердловской области в контексте демографического и поселенческого аспектов в ноябре–декабре 2014 г. было проведено социологическое исследование¹.

По результатам исследования, 64,1% опрошенных используют интернет несколько раз в день. Среди них наибольшую долю составляют молодые люди в возрасте до 35 лет, проживающие в крупном городе. Эта группа социально активной молодежи хорошо представлена в интернете (аккаунты и страницы в социальных сетях, электронная почта, блоги, чаты, форумы), предпочитает использовать интернет для образовательных и развлекательных целей с помощью мобильных электронных гаджетов и устройств.

Вообще, использование стационарного компьютера характерно для большинства опрошенных, однако это обусловлено и тем, что данным устройством для выхода в интернет и иных видов деятельности пользуются как в быту, дома, так и на работе. Проникновение мобильного интернета также достаточно высокое – 58% городских жителей Свердловской используют телефоны и планшеты для выхода в интернет.

Феномен изменения культуры повседневности посредством инновационной практики интернет-коммуникации становится культурным артефактом. Мини-опрос, проведенный среди 150 студентов различных курсов и направлений подготовки УрГЭУ и УрФУ в марте 2015 г., показал, что молодые люди – городские жители – не в состоянии уже обойтись без этой практики коммуникации в интернете. Интернет-коммуникация стала для них повседневной потребностью и артефактом реальности бытия. Ни один из принявших участие в опросе студентов не согласился провести один день без интернета. При этом ежедневно каждый из них осуществляет более 15 контактов-диалогов в Сети, что у некоторых представляет собой большее количество, чем контакты личные.

Основным каналом коммуникации в Сети остаются социальные сети: их используют 68,8% респондентов. Наименьшей популярностью у респондентов пользуются блоги – через них информацию получают 10,5% опрошенных. При этом только 3,5% опрошенных ведут блоги самостоятельно. Блоги, в отличие от социальных сетей, содержат большое количество текста и сложно выраженную авторскую позицию, что ограничивает круг «читателей» и «авторов», не имеющих соответствующих навыков или времени; в социальных сетях же достаточно сделать «перепост» изоб-

¹ Исследование организовано и проведено в рамках указанного гранта.

ражения с подписью, чтобы выразить свое настроение или поддержать чью-то мысль: никаких усилий для этого не требуется. И это подтверждается результатами исследования – 76,6% опрошенных имеют свои страницы и аккаунты в социальных сетях.

Важным результатом можно считать и то, что при коммуникации информация не остается только у ее первого получателя – лишь 7,3% респондентов не считают себя источниками коммуникации и не распространяют полученную информацию дальше. Подавляющее большинство – 89,6% опрошенных – передают информацию дальше при личном общении; 38,6% используют для этого интернет (социальные сети и блоги); 27,6% опрошенных передают информацию по долгу службы, в своей профессиональной деятельности.

Полученные результаты позволяют считать интернет и интернет-коммуникацию повседневными практиками современного горожанина, стремительно вытесняющими многие «устаревшие» практики, особенно это заметно у поколения Y – старшие подростки и молодежь. «По мере роста Сеть становится явлением повседневности, без которого жизнь в XXI веке уже также не мыслится, как в прошлом веке сложно было представить нашу жизнь без радио, телевизора или телефона. Начинается формирование социально-коммуникативного пространства, не имеющего аналога в прошлом опыте человечества» [1, с. 17].

Таким образом, информационная культура повседневности городского жителя немислима без практик интернет-коммуникации. Интернет в повседневном пространстве позволяет мгновенно получать информацию и принимать повседневные решения – от «что надеть» до «где жить». Но есть и обратная сторона утверждения интернет-коммуникации в качестве культурной практики повседневности – она вызывает привыкание и зависимость, что активно влияет на мир повседневности, изменяя его.

Библиографический список

1. *Горошко Е. И.* Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики // Интернет-коммуникация как новая речевая формация : [кол. монография] / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. М. : Наука ; Флинта, 2012.
2. *Информационная культура в современном российском обществе (материалы круглого стола)* // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2015. № 1(135).
3. *Пользователи интернета в России* // Интернет в России и в мире. URL : http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения : 08.04.2015 г.)

С. Р. Царегородцевакандидат технических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли
ФГБОУ ВОП «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Анализ и перспективы развития консалтингового бизнеса

Аннотация. В статье дается интерпретация понятия «консалтинг» с точки зрения разных авторов, приводится краткая история зарождения и развития консалтинга в мире и в России. Представлены спектр и структура услуг, оказываемых консалтинговыми компаниями в России. Приведен список крупнейших консалтинговых групп и объединений в России по итогам 2013 г. Обозначены основные причины привлечения консалтинговой фирмы. Сделаны выводы о том, что несмотря на относительно небольшой срок существования российского рынка консалтинговых услуг, он имеет огромный потенциал как для самих консалтинговых фирм, так и для их клиентов: он будет расти и расширяться за счет появления новых видов консалтинга, регионального развития, совершенствования технологии их предоставления, а также повышения качества работы специалистов-консультантов.

Ключевые слова: консалтинговые услуги; информационные технологии; управление; бизнес-среда; бизнес-консультации.

Дать четкое определение понятия «консалтинг» очень сложно, так как однозначного и общепринятого определения не существует ни в российской, ни в зарубежной литературе [2; 3; 5; 8; 10].

В классификаторе Всемирной торговой организации (ВТО) консалтинг рассматривается как сектор деловых непрофессиональных услуг, в то время как юридическая и аудиторская деятельность относятся к деловым профессиональным услугам.

Среди исследователей данной проблемы существуют различные определения консалтинга. По мнению членов Европейской федерации ассоциаций консультантов по экономике и управлению, «консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощь в их реализации».

По определению Н. О. Токмаковой, «консультационная услуга представляет собой совет, рекомендацию, анализ, оценку, прогноз, справку и т. п. в предметной области интересов (проблем) клиента, т. е. продукт консультационной деятельности, получаемый в процессе взаимодействия субъекта (консультанта) и объекта (клиент/клиентская организация и ее проблемы, задачи, процессы) консультирования» (цит. по: [6, с. 26]).

По мнению А. М. Блюмина, «рынок консультационных услуг представляет собой совокупность экономических отношений между потребителями (товаропроизводителями) и консультантами (физические и юридические лица), связанных с процессом купли-продажи специфической консультационной помощи с целью повышения эффективности конкретных аспектов хозяйственной деятельности потребителя» [1, с. 311].

По мнению О. Л. Митряковой, «консалтинг – это, прежде всего, один из видов интеллектуальных продуктов, который обладает индивидуальной полезностью. Это продукт совместной деятельности покупателя и продавца, и в каждой конкретной ситуации он будет уникален, так как всецело зависит от пожеланий, пристрастий и возможностей клиента и интеллектуальных способностей и профессионально-личностных компетенций консультанта» [9, с. 124].

Некоторые авторы отмечают, что консалтинг и передача передового опыта – сходные понятия. Однако «консалтинговая деятельность» гораздо шире, так как обеспечивает консультирование (и предлагает варианты действий) по проблемам и перспективам экономической, инвестиционной, управленческой, финансовой деятельности предприятия заказчика, стратегического планирования, оптимизации процессов в рамках функционирования компании, ведения бизнеса, маркетинговых исследова-

ний и прогнозирования объемов производства, рынков сбыта, подбора, аттестации и оценки персонала, внедрения технологий (в том числе и информационных – ИТ), аудита и др. Круг проблем, решаемых в рамках консалтинга, разнообразен и объемов, а специализация компаний, предоставляющих подобные услуги, весьма различна – от узкой, ограничивающейся каким-либо одним направлением (например, аудитом), до охватывающей полный спектр услуг в этой области. Как отмечает Г. М. Кулапина, «в современной рыночной экономике консультационные услуги давно являются важнейшим элементом поддерживающей ее функционирование инфраструктуры, а консалтинг выделяется статистикой в отдельную отрасль. Ни одно экономическое и управленческое решение в странах с рыночной экономикой не обходится без использования консультантов как индивидуальных, так и объединенных в компании. Чем более развита организация, тем интенсивнее она обращается к консультантам, благодаря этому лидирует и получает очередное конкурентное преимущество» (цит. по: [6, с 26]).

Управленческий консалтинг зародился в ходе промышленной революции, когда начали появляться первые фабрики, а также происходить связанные с этим институциональные и общественные преобразования. Консультирование на основе научного управления концентрировалось на вопросах производительности и эффективности работы фабрики, рациональной организации труда и снижении издержек производства. Такое консультирование называли организацией производства, а консультантов – экспертами по эффективности. В начале XX века область деятельности консалтинга возросла. Появились первые профессиональные консультанты, такие, как Фредерик Тейлор, Артур Д. Литтл, Тоуэрс Пэррин и Гаррингтон Эмерсон. Последние двое основали первые консалтинговые фирмы. Появились консалтинговые фирмы по управлению человеческими ресурсами, по управлению сбытом и маркетингом, а также по управлению финансовыми ресурсами. В 1925 г. Джеймс О. МакКинси и Эндрю Томас Карни в партнерстве основали компанию, давшую впоследствии начало двум крупнейшим в мире консалтинговым фирмам – «МакКинси энд Компани» и «А. Т. Карни». Консалтинг получил столь широкое распространение, что в США в 1970-е годы на каждые 100 управляющих в промышленности приходился один консультант. В 1980-е годы появился термин «консультантовооруженность», который определяется как отношение общего числа жителей страны к числу консультантов. В Японии этот показатель равен 2,5 тыс. человек; в США – 4,5; в странах Западной Европы – 12,5 тыс. человек; в развивающихся странах – 250–300 человек [7, с 99–103].

Сейчас уровень развития консалтинга в мире постоянно растет, и, например, в США в этой сфере занято 700 тыс. человек, а годовой оборот консалтинговых компаний составляет 50 млрд дол. Ни одно серьезное экономическое и управленческое решение в странах с рыночной экономикой, причем не только развитых, но и развивающихся (таких, как Индия, Бразилия, Нигерия и т.д.), не обходится без использования помощи консультантов.

В списке 30 ведущих мировых консалтинговых компаний 21 (70%) – американские, 4 – английские, 2 – французские, по одной – немецкая, голландская и канадская.

Консалтинговая деятельность в нашей стране зародилась в середине 1920-х годов и оказала существенное влияние на формирование теории и совершенствование практики управления. Истоки управленческого консультирования берут начало в концепции научной организации труда (НОТ) 1920–1930-х годов, когда Институт техники управления при Наркомате РКИ занимался консультационной деятельностью.

Консалтинг – еще довольно молодое направление сферы услуг в России, начавшее свое интенсивное развитие лишь в конце 1980-х годов. Данные исследования, проведенного на рубеже XX–XXI веков, свидетельствуют, что объем внутреннего

спроса на консалтинговые услуги в России (76,3 млн дол.) находится на уровне чуть ниже, чем в Греции (90,2 млн дол.), население которой в 10 раз меньше. В то же время он в 170 раз ниже, чем спрос в сопоставимых с нею по количеству населения Франции (1 760,0 млн дол.) и Германии (9 199,3 млн дол.). И с точки зрения рыночной экономики отечественный консалтинг находится только на начальном этапе своего развития. В начале 1980-х годов в отрасли консалтинга были заняты приблизительно 18 тыс. консультантов, а сегодня – около 700 тыс., и это без учета тех, кто занимается только вопросами информационных технологий и управления кадрами. По данным агентства «Discovery Research Group», в настоящее время на рынке консалтинговых услуг в России действуют около 3000 игроков (цит. по: [6, с 26]).

Спектр услуг, оказываемых российскими компаниями, достаточно широк и ничем не отличается от американского или европейского набора. Большинство фирм и индивидуальных профессионалов оказывают следующие виды услуг:

- аудит и бухгалтерское обслуживание;
- юридические услуги;
- обеспечение информационными технологиями;
- инжиниринг;
- инвестиции;
- подбор кадров (рекрутмент);
- реклама и отношения с общественностью;
- деловая информация;
- переподготовка кадров (тренинг).

В таблице представлен список крупнейших консалтинговых групп и объединений, занявших 1–10-е место в рейтинге по итогам 2013 г. по версии рейтингового агентства «Эксперт РА». Основным критерием ранжирования его участников стал показатель совокупной выручки компании от предоставления консалтинговых услуг.

Список крупнейших консалтинговых групп и объединений в России по итогам 2013 г.

Место по итогам 2013 г.	Консалтинговая группа	Местоположение центрального офиса	Суммарная выручка от консалтинговых услуг, тыс. р.		Прирост выручки за год, %
			2012	2013	
1	«IBS»	Москва	14 721 436	17 654 718	19,9
2	«ЭнвижнГруп»	Москва	14 721 436	17 654 718	19,9
3	«ЛАНИТ»	Москва	3 267 660	12 560 000	284,4
4	«Компьюлинк»	Москва	11 417 339	11 262 680	-1,3
5	«КРОК»	Москва	4 882 487	8 678 427	77,8
6	«PwC»	Москва	6 071 725	6 338 881	4,40
7	«Ай-Теко»	Москва	5 188 114	5 548 022	6,9
8	«EPAM Systems»	Москва	3 419 855	4 385 132	28,2
9	«КПМГ»	Москва	2 626 316	3 440 017*	31,0
10	«HLB RussianGroup»	Москва	3 408 644	3 388 255	-0,6

Примечание. * Перерасчет показателей выручки из долларов в рубли по средневзвешенному курсу за 2013 г. по данным ЦБ РФ (1 дол. = 31,91 р.).

Структура рынка их услуг, по данным «Эксперт РА», может быть представлена следующим образом: аудит – 41%; налоговый и юридический консалтинг – 16; оценочная деятельность – 13; финансовый консалтинг – 10; стратегический консалтинг – 7; IT-консалтинг – 7; прочие виды консалтинговых услуг – 6% [11].

Когда может возникнуть потребность в привлечении консалтинговой компании? Самыми распространенными причинами являются следующие:

- нехватка ресурсов компании для решения внутренних или внешних проблем;

потребность в независимом внешнем взгляде на различные процессы компании; необходимость в обосновании правильности принятых руководством решений; потребность в обучении организации посредством консультирования; необходимость в общем расширении или развитии компании [4, с. 9].

Профессиональная поддержка бизнеса в РФ оказывается в первую очередь частными консалтинговыми фирмами, которых насчитывается несколько сотен. Консультационные услуги на коммерческих началах могут оказываться также государственными учебными, информационными и исследовательскими организациями – университетами, академиями, научными институтами, информационными центрами и т. д. Большинство российских консалтинговых фирм учреждено либо самими этими организациями, либо их сотрудниками.

Еще одной особенностью современного рынка консалтинга является присутствие на нем большого числа мелких фирм, занятых обслуживанием своих корпоративных клиентов.

Несмотря на достаточно солидный клиентский портфель у таких компаний, большая часть из них все же заинтересована в увеличении своих доходов.

В основном, все сегменты рынка консалтинговых услуг успешно развиваются, в том числе на российском рынке, о чем свидетельствуют показатели его объема за последние годы. Если в 2006 г. объем рынка консалтинговых услуг в России не превышал 1,65–1,85 млрд дол., то к концу 2011 г. он составил 2,5 млрд дол., а уже к 2013 г. поднялся до 3 млрд дол., т. е. вырос на 20%. Такой результат был обеспечен благодаря резкому (на 28%) росту сектора консалтинга в сфере информационных технологий, на который приходится более половины объема российского рынка консультационных услуг.

Облачные технологии по-прежнему популярны, и это положение в ближайшее время сохранится. Будущее ИТ-консалтинга скорее всего будет связано с внедрением мобильных решений и технологий. Если же рассматривать рынок консалтинга без учета ИТ, то рост оказался равным 13%.

В последнее время весьма динамично развиваются консалтинговые практики в области управления человеческими ресурсами. Здесь пользуются спросом комплексные программы обучения и развития персонала, программы развития руководителей, мастер-классы, различные тренинги, тесты профкомпетенций и т. д.

Маркетинговые консультации в настоящее время развиваются за счет маркетинговых и инвестиционных программ развития, а не готовых бизнес-стратегий, как в недавнем прошлом.

В настоящее время выросли доходы компаний, занимающихся оценочным и финансовым консалтингом. Это говорит о желании клиентов повышать эффективность бизнеса.

Заметными темпами наращивает мощь юридический и налоговый консалтинг. Причина кроется в том, что иностранные компании, планирующие выйти на российский рынок, все чаще предпочитают слияния и поглощения в отношении российских компаний, что означает сделки с активами. Это, в свою очередь, требует юридических консультаций [4, с. 9].

Далеко не все консалтинговые фирмы по качеству предоставляемых услуг равны, особенно в России, где еще только складываются определенные предпосылки и условия расширения, углубления коммуникационных исследований и разработок. Также требуется тщательная подготовка консультантов [4, с. 9–14]. Консалтинговые услуги Москва должна предоставлять на достаточно высоком уровне, потому что именно здесь сформирована достаточно высокая конкурентная среда, высок уровень

подготовки менеджмента и квалификации специалистов. Эти условия формируются под воздействием многих факторов, таких как:

1) уровень учебных заведений, которые готовят соответствующих специалистов или дают необходимые знания и подготовку, позволяющие реализовать себя в сфере бизнес-консультаций;

2) существование бизнес-среды, в которой происходит наращивание квалификации, знаний, опыта специалистами из консалтинговых фирм;

3) наличие таких условий деятельности предприятий и организаций, которые ставят перед ними самые разные условия ведения бизнеса, взаимодействия внутри рыночной системы, формирования конкурентной среды.

В такой сфере, как консалтинговые услуги Москва занимает ведущие позиции как по уровню подготовки и квалификации специалистов, так и по глубине их опыта, применяемым методикам, формам, сферам консультирования [11].

Зачастую именно из бизнес-среды, сформированной в Москве, исходят основные тренды в развитии рынка России. И не только в России, но и в других странах СНГ, Азии, Восточной Европы. Это влияет и на основные тенденции развития рынка консалтинговых услуг.

Как справедливо отмечают специалисты, за последние два года в такой сфере рынка, как консалтинговые услуги Москва, по сравнению с регионами, нарастила все основные показатели. Это говорит не просто о развитости, но и об устойчивости сферы консультирования, постоянном уровне спроса на соответствующих услуги.

Можно сделать ряд выводов:

1. Огромный потенциал консалтинга переживает сегодня один из самых тяжелых этапов развития. В современной системе консалтинговых услуг происходит ряд изменений: осуществляется переход на многоуровневую систему консалтинга на основе государственных стандартов, формируется организационно-экономический механизм функционирования сферы консалтинговых услуг, меняются отношения собственности, быстро растет негосударственный сектор консалтинговых услуг, усиливается конкурентная борьба на рынке консалтинговых услуг с интенсивным применением постулатов всеобщего менеджмента качества процессов.

2. Смена экономического курса России – выбор инновационного пути развития, ориентация на повышение эффективности экономики – предполагает качественные изменения, структурные преобразования, новые подходы к формированию и развитию сферы консалтинговых услуг. Поэтому формирование полноценного и эффективно функционирующего рынка консалтинговых услуг нужно рассматривать как необходимое условие, как основное средство реализации стратегии на поддержание высокого уровня производства, финансовой системы, функционирования рынка ценных бумаг и конкурентоспособности финансово-экономических институтов России на мировом рынке.

3. В России весьма успешно идет адекватное развитие различных направлений консалтинга; проводится огромное количество корпоративных сделок, совершающихся на основе ликвидации либо реорганизации компаний, либо при купле или продаже долей компании или акций. Крупные холдинговые компании начинают выходить на международные финансовые рынки с целью привлечения иностранных инвесторов. Они стремятся повысить и максимизировать эффективность своего бизнеса посредством оптимизации финансовой и организационно-правовой структуры.

4. Несмотря на то, что российский рынок консалтинговых услуг является весьма молодым и только начинает развиваться, уже сейчас можно заметить, что он имеет огромный потенциал, который открывает множество возможностей как для самой

консалтинговой фирмы, так и для клиента, обратившегося за профессиональной помощью.

5. Большие перспективы открываются перед теми видами консалтинговой деятельности, которые окажутся востребованными в связи с принятием правительством ряда государственных программ (например, таких как «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности на период до 2020 года» или «Энергоэффективность и развитие энергетики на 2013–2020 годы»). Таким образом, рынок консалтинговых услуг в Российской Федерации будет расти и расширяться за счет новых видов консалтинга, регионального развития, совершенствования технологий их предоставления, а также повышения качества работы специалистов-консультантов.

6. Наблюдаемый в настоящее время экономический спад обуславливает, с одной стороны, стагнацию рынка консалтинга, а с другой – поиск бизнес-структурами различных путей оптимизации деятельности, в том числе уделяя больше внимания оптимизации затрат. В связи с этим можно прогнозировать, что рынок консалтинговых услуг в 2015 г. не будет расти, но и сильного падения здесь не ожидается.

Библиографический список

1. Блюмин А. М. Информационный консалтинг : теория и практика консультирования : учеб. для бакалавров. М. : Дашков и К°, 2012.
2. Забродская Н. Г. Предпринимательство. Организация и экономика малых предприятий : учебник. М. : Вузовский учебник ; ИНФРА-М, 2014.
3. Синяева И. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В. Маркетинг услуг : учебник / под ред. Л. П. Дашкова. М. : Дашков и К°, 2014.
4. Антиох Е. М. Консалтинговые услуги и особенности их развития в Российской Федерации // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. 2013. № 4(8).
5. Берлин С. И. Современная парадигма развития комплекса консалтинговых услуг в социально-экономическом механизме // Вестник Академии знаний. 2014. № 2(9).
6. Гриднев А. А. Актуальные тенденции развития рынка консалтинговых услуг // Труд и социальные отношения, 2014. № 4.
7. Латыпова Л. В. Зарубежный и отечественный опыт качества консультационных услуг // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. № 10.
8. Луговая А. В., Чукина Л. В. Рынок консалтинговых услуг глазами клиентов и консультантов // Российское предпринимательство. 2014. № 24(270).
9. Митрякова О. Л., Баблюк Е. Б. Консалтинговые услуги как объект рыночного спроса в сфере принтмедиа // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2014. № 1.
10. Прижигалинская Т. Н., Чурсин С. В. Институциональные основы маркетингового исследования рынка консалтинговых услуг // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики, права. 2014. № 1(49).
11. Консалтинговые услуги Москва. URL : <http://astrabc.net/content/konsaltingovye-uslugi-moskva>.

Т. Ф. Шитова

*кандидат социологических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Проблемы развития интеллектуальных информационных технологий и их применение на практике

Аннотация. Интеллектуальные информационные технологии существенно облегчают использование компьютеров и помогают эффективно работать с большими объемами знаний. В статье кратко освещается история развития интеллектуальных информационных технологий, дается определение данного понятия, раскрываются его сущность и содержание. Уникальность интеллектуальных информационных технологий состоит в том, что они практически не имеют ограничений в применении. Проанализированы проблемы развития инновационных технологий в современных условиях. Отмечено, что на практике интеллектуальные информационные технологии используются пока недостаточно активно из-за наличия целого ряда причин (приведены в тексте).

Ключевые слова: интеллектуальные информационные технологии; база знаний; искусственный интеллект.

В XX веке информационные технологии начали активно использоваться для обработки и хранения различных видов информации: данных, фактов, документов. Интеллектуальные информационные технологии (ИИТ) трансформируют эту информацию в знания¹. Считается, что знания присущи только человеческому интеллекту, поэтому ИТ-технологии, предназначенные для обработки знаний или использующие алгоритмы, построенные по принципу работы человеческого мозга, получили название интеллектуальных.

Интеллектуальные информационные технологии берут свое начало с середины 1970-х годов. Их возникновение обусловлено попытками совместного использования информационных систем, систем искусственного интеллекта² и систем поддержки решений. Чуть позже к ним присоединились информационно-аналитические системы, инструменты для проведения анализа финансового рынка, системы, обеспечивающие взаимодействие человека с вычислительным устройством на понятном для пользователя языке, системы автоматической обработки документов и др.

Создание в 1970-е годы в СССР центров управления полетами, проведение штабных работ с использованием новых средств автоматизации и визуализации, публикации зарубежных ученых о создании специальных ситуационных центров вдохновили советских ученых и специалистов к созданию ситуационных комнат для повышения качества управления крупными экономическими и социальными институтами. В ходе работы над этим проектом значительно больше внимания стало уделяться средствам визуализации и диалоговым системам, с помощью которых можно эффективно работать с базами знаний и различными моделями для решения слабо формализуемых или сложно структурированных проблем [9, с. 12].

В это же время на основе информационных технологий начинают совершенствоваться системы контроллинга, а также разрабатывать всеобъемлющие модели ситуационного управления регионами в периоды кризисов.

¹ Знания – это 1) вид информации, которая хранится в базах знаний и отражает знания эксперта в определенной предметной области; 2) множество различных текущих ситуаций в определенной предметной области и способы перехода от одного описания объекта к другому. Для знаний характерны структурность, интерпретация, связность и активность [9].

² Искусственный интеллект – это свойство автоматизированных и автоматических систем выполнять определенные функции интеллекта человека (например, опираясь на полученный ранее опыт и умение проводить анализ сложившейся ситуации, находить оптимальные решения).

Семидесятые годы прошлого века символизируют период, когда была чрезвычайно велика вера в практически неограниченные возможности искусственного интеллекта [7]. Однако спустя всего 10 лет иллюзии относительно неограниченных возможностей искусственного интеллекта рассеялись, но появились информационные технологии, позволяющие поднять на более высокий уровень качество принятия управленческих решений. Возросли и требования к информации. Выработка решений осуществлялась на основе достоверной и более полной информации. Заметные успехи появились и в области обработки текстовой информации, поиска данных по различным критериям, статистической обработки данных, решения задач, минимизирующих транспортные издержки и др.

С начала 1990-х годов появляются и интенсивно внедряются реинжиниринг [1, с. 21], инструменты для менеджмента и стратегического управления финансовыми и материальными ресурсами компании, информационные системы для аналитической обработки данных. В этот период активно используются экспертные системы реального времени, когнитивные модели и др. Примерно с середины 1990-х годов значимую роль в развитии интеллектуальных информационных систем начали играть условия сходимости процессов управления, совершенствовались технологии поиска данных и синтеза управленческих решений, обеспечивающих условия устойчивой сходимости процессов к указанной цели [4].

На 2000-е годы приходится разработка технологий электронизации деятельности бизнеса, органов власти и населения, благодаря которым становятся возможными осуществление гражданского контроля, проведение референдумов и выборов, появляется возможность участия граждан России в принятии государственных решений и т.д. Зарождение «электронной демократии» позволило заметно расширить возможности интеллектуальных информационных технологий.

Концепции электронной коммерции, возникшие в последние два десятилетия, включающие в себя управление ресурсами компании, маркетинг, повышение качества выпускаемой продукции, электронные торги, развитие инноваций и т. д., позитивно сказались на развитии систем поддержки корпоративных решений с помощью интеллектуальных информационных технологий.

«Интеллектуальные информационные технологии – информационные технологии, помогающие человеку ускорить анализ политической, экономической, социальной и технической ситуации, а также осуществлять синтез управленческих решений» [3, с. 115]. При этом используемые методы не обязательно должны быть логически непротиворечивы или копировать процессы человеческого мышления [7].

Нередко под интеллектуальными информационными технологиями понимают технологии, обладающие:

1) наличием баз знаний, аккумулирующих опыт отдельных индивидов, научных групп или сообществ, а также всего человечества в решении творческих задач в определенных сферах деятельности, которые ранее считались прерогативой человеческого интеллекта (принятие управленческих решений, создание проектов, поиск смысла, объяснение явлений и т. п.);

2) наличием моделей мышления на основе правил, логических рассуждений, умозаключений, аргументов, распознавания ситуации, понимания и классификации событий, обобщения опыта и т. д.;

3) способностью вырабатывать довольно четкие решения на основе неполных и «размытых» данных;

4) способностью обосновать решения и делать выводы;

5) способностью к развитию.

Уникальная особенность интеллектуальных информационных технологий состоит в том, что они практически не имеют ограничений применения. В настоящее время интеллектуальные информационные технологии широко используются в таких областях, как проектирование, управление, машинный перевод, распознавание образов, диагностика, синтез речи и т. д. При этом они учитывают специфику проблемной области. Так, при работе с текстовой информацией могут потребоваться распознавание отсканированного текста, его редактирование, перевод с одного языка на другой, создание словаря терминов и т. д. [6, с. 98]. А при работе с данными, необходимыми для выработки и принятия управленческих решений, требуется информация о доминирующих изменениях бизнес-среды, многочисленных внешних и внутренних факторах, оказывающих прямое или опосредованное влияние на сферу деятельности компании, учет глобальных изменений, происходящих в экономике и др. Таким образом, управление современным предприятием требует применения обоснованной стратегии и осознания определяющей роли информационных и сетевых технологий на всех технологических процессах и уровнях управления [2].

Несмотря на то, что в перечисленных выше случаях используемые информационные технологии довольно сильно отличаются по своей сути и назначению, тем не менее при решении той или иной задачи они обладают одинаковым набором признаков:

1) им присуще большое количество субъектов, принимающих участие в решении проблемы;

2) гарантируют качество при достижении поставленной цели;

3) позитивно влияют на оперативность принятия решений;

4) учитывают непредсказуемое поведение окружающей среды;

5) они способны эффективно работать как в нестандартной, так и слабо формализуемой ситуации;

6) успешно справляются с латентностью и недостаточностью данных;

7) способны учитывать влияние множества различных факторов;

8) для них характерно отсутствие четких целей и алгоритмов достижения;

9) как правило, они сталкиваются с наличием различных отклонений при превращении планов в жизнь; и др.

Интеллектуальные информационные технологии строятся с использованием технологий гипертекста, мультимедиа, когнитивной графики совместно с методами имитационного и информационного моделирования, лингвистических процессоров, семантических и нейронных сетей и др.

ИИТ используются для:

1) поиска оптимальных управленческих решений, а также решений в сферах с повышенной напряженностью (политической или социальной);

2) решения аналитических задач на основе структуризации текста;

3) создания экспертных систем;

4) составления прогнозов техногенных аварий, природных или экологических катастроф; и т. д.

Интеллектуальные информационные технологии нацелены на повышение эффективности принятия решений в нестандартных ситуациях. Та или иная ситуация (жизненная или деловая) может быть описана в виде определенной познавательной модели (архетипа, когнитивной схемы, фрейма и т. п.). Эта модель в дальнейшем используется как образец для создания и осуществления моделирования, в том числе и компьютерного.

Однако стоит заметить, что интеллектуальные информационные технологии пока не стали действенным помощником управленческого персонала. К сожалению,

на сегодняшний день довольно распространенной является ситуация, когда руководство компании не использует при выработке управленческих решений возможности информационных технологий, несмотря на то, что они предоставляют мощные инструменты для принятия оперативных и правильных решений как на этапе стратегического планирования, так и при решении текущих проблем.

Для того чтобы разобраться с причинами данного явления, остановимся на рассмотрении проблем, возникающих при выработке и принятии управленческих решений.

В условиях современной реальности управленческие решения приходится принимать в довольно сложных условиях: *во-первых*, необходимо учитывать влияние многочисленных факторов; *во-вторых*, массивы данных, с которыми приходится работать руководству, чрезвычайно велики. Если случайно «выпадет» из рассмотрения тот или иной важный показатель или значимость влияния фактора будет определена неверно, то это неизбежно негативно скажется на качестве принимаемого решения. Кроме того, ситуация на современном рынке может изменяться молниеносно, и управленческий персонал должен уметь оперативно, четко и своевременно отреагировать на происходящее. Руководитель компании должен не только хорошо знать и разбираться во всех аспектах деятельности подконтрольного ему объекта, но и в деятельности конкурирующих предприятий.

Очевидно, что в подобной ситуации обойтись без использования современных информационных технологий невозможно. Однако некоторые руководители не хотят их внедрять из-за дополнительных финансовых расходов (расходы на приобретение программы, обучение персонала). Между тем, располагая полной информацией о текущем состоянии компании, базой данных, содержащей полную, достоверную и актуальную информацию, можно выработать выверенное управленческое решение, опираясь на методы распознавания ситуаций и их классификацию [10, с. 14]. При использовании интеллектуальных информационных технологий текущая ситуация автоматически и очень быстро накладывается на модель, при этом выделяются все ее противоречия, достоинства и недостатки. Текущая картина соотносится с ранее принятыми решениями, которые в прошлом привели к хорошим результатам. Если вдруг необходимой модели не оказалось в информационной базе, то руководитель может сконструировать новое решение, мысленно накладывая его на свою модель, которую он хорошо «видит» и чувствует [9].

В настоящее время продолжают доминировать устаревшие модели автоматизации, опирающиеся на техноцентричный и естественнонаучный подходы, которые ориентированы на управление «сверху вниз». По-прежнему активно используются жесткие модели и нормативные процедуры принятия решений, от которых необходимо отказываться и переходить на интеллектуальную поддержку управленческой деятельности. Таким образом, сегодня назрела необходимость активного внедрения современных интеллектуальных технологий.

Применяемые в управленческом учете информационные средства в большей степени нацелены на проведение полноценного анализа, в то время как при принятии управленческих решений необходим еще и синтез новых знаний и решений. В связи с этим актуализируются проблемы:

- перехода от логических умозаключений к моделям рассуждения и аргументации; проведения расчетов, основанных на вероятностных вычислениях, нечеткой логике и т. п. [8, с. 48];
- поиска релевантных знаний;
- понимания и синтеза текстов; и др.

В настоящее время анализ информации доминирует на стадии обработки первичных данных и упрощения сложной проблемной ситуации путем представления ее в виде набора взаимосвязанных простых событий и фактов. Однако декомпозиция ситуации позволяет познать лишь детали происходящих процессов или отдельные фрагменты, но не ситуацию в целом. Для решения этой проблемы необходимо научиться организовывать базы знаний по-новому, опираясь на опыт лучших специалистов, а также приобрести навыки поиска недостающих знаний.

Информационные интеллектуальные системы начинают кардинальным образом менять сложившиеся представления об умственном труде. Уже сегодня, благодаря внедрению и активному использованию «облачных» технологий, присутствие специалиста на рабочем месте перестает быть необходимостью [5; 10]. Так, бухгалтер, находясь дома или даже за сотни тысяч километров от офиса, может войти в бухгалтерскую программу (созданную на основе «облачного» сервиса), внести изменения в информационную базу или сформировать какой-то отчет и отправить его своему руководителю по сети Интернет. Географическое местонахождение людей перестает играть заметную роль с развитием информационных технологий, но при этом возрастает уровень квалификации специалистов [11, с. 24].

Подводя итог вышесказанному, подчеркнем: несмотря на то, что искусственный интеллект оптимизирует действия современных информационных систем, делая их умнее и мощнее, пока не предвидится создания интеллектуальных устройств, которые могли бы дублировать деятельность человеческого мозга. Сегодня мы наблюдаем значительный прогресс в области как компьютерных, так и информационных технологий, а также попытки создания устройств, позволяющих осуществлять обработку различных данных без участия человека. Специалисты считают, что невозможно прописать правила для всех жизненных ситуаций, событий и состояний. Между тем методы искусственного интеллекта очень ценны и значимы [2]. Они существенно облегчают использование компьютеров и помогают эффективно работать с большими объемами знаний.

Библиографический список

1. Абдикеев Н. М. Управление знаниями корпорации и реинжиниринг бизнеса : учебник / под науч. ред. Н. М. Абдикеева. М. : ИНФРА-М, 2011.
2. Антипенко Н. А. Интеллектуально-информационные технологии в корпоративном управлении. URL : <http://www.pandia.ru/text/78/365/568.php> (дата обращения : 27.05.2015 г.).
3. Башмаков А. И., Башмаков И. А. Интеллектуальные информационные технологии : учеб. пособие. М. : Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2005.
4. Бекетов Н. В., Федоров В. Г. Использование интеллектуальных информационных систем для эффективного управления экономической деятельностью предприятия // Экономический анализ : теория и практика. 2008. № 24(129).
5. Давлетханов М. «Облачные» технологии в ПО – тенденция прошедшего года. URL : <http://www.softkey.info/reviews/review10196.php> (дата обращения : 27.05.2015 г.).
6. Интеллектуальные информационные технологии обработки документов : учеб. пособие для студентов вузов / [сост. Ф. М. Шакирова]. Уфа, 2010.
7. Интеллектуальные информационные технологии. URL : <http://ru.science.wikia.com/wiki> (дата обращения : 27.05.2015 г.).
8. Молодецкая С. Ф. Теория нечетких множеств как инструмент стратегического планирования ресурсов // Управленец (Уральский государственный экономический университет). 2012. № 1.
9. Оголева Л. Н., Радиковский В. М. Модели возникновения, освоения и материализации научных знаний // Экономический анализ : теория и практика. 2008. № 8(113).
10. Фомичев Д. «Облачные решения» как способ предоставления вычислительных ресурсов // Jet Info. 2011. № 10.
11. Шитова Т. Ф. Использование передовых информационных технологий в бухгалтерском учете // Международный бухгалтерский учет. 2012. № 22(220).

Экономическая динамика и социально-экономические последствия

В. М. Гаянова

кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

В. Е. Зиновьева

магистрант

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Прогноз развития российского рынка недвижимости

Аннотация. Происходящая в настоящее время в России смена модели экономического роста подразумевает переход от политики стимулирования спроса к стимулированию предложения. По совокупности изучения научных исследований, в том числе неопубликованных, на ближайшие 5–10 лет ситуация в российской экономике четко определена. Очевидно, что в последние месяцы у руководства страны появилось новое понимание макроэкономической ситуации, что выражается в политике стимулирования отечественного производителя госпрограммами и импортозамещением.

Современный рынок недвижимости характеризуется дисбалансом между снижением спроса и увеличением предложения. В статье обозначен прогноз развития российского рынка недвижимости, который выстраивают аналитики и инвесторы на предстоящие три года. Многое будет зависеть от геополитической обстановки, курса доллара к основным мировым валютам и рублю, цен на энергоносители. Следует учесть еще и тот факт, что, как правило, стабилизация рынка происходит несколько быстрее, чем считает большинство аналитиков.

Ключевые слова: девелоперы; инвестиции; рецессия; рынок недвижимости; спрос; стагнация.

В настоящее время в России происходит смена модели экономического роста, сущность которой – переход от политики стимулирования спроса к стимулированию предложения.

Если в 2000-е годы проводилась активная политика стимулирования спроса: росли цены на нефть, а следом за ними – зарплата, что влекло за собой активный рост строительства и, как следствие, повышались цены на недвижимость [3; 6; 9], то сегодня ситуация изменилась. События вокруг Украины заставили российские власти принять и признать негативные тенденции в экономике – стагнацию и снижение реальных доходов населения. Для граждан эти явления на данный момент маскируются инфляцией и, как следствие, ростом номинальных доходов, хотя в действительности доходы населения снижаются.

Очевидно, что в последние месяцы у руководства страны появилось новое понимание макроэкономической ситуации, что выражается в политике стимулирования отечественного производителя госпрограммами и импортозамещением.

По совокупности изучения научных исследований, в том числе неопубликованных, на ближайшие 5–10 лет ситуация в российской экономике четко определена. Такие показатели, как динамика ВВП, номинальные доходы, доля теневых доходов, а также доля сбережений в доходах, подтверждают единственную тенденцию в экономике – стагнацию в 2013–2014 гг., затем – сползание в рецессию в 2015–2016 гг., обвал в 2017 г. и восстановление после 2019 г. [7].

Предстоящий кризис будет сопоставим с кризисом 2008–2009 гг., но амплитуда падения будет более мягкой: «Будет также буква L: год падения, затем 3–4 года на выход из кризиса: 2017 г. – пик кризиса, 2018 г. – стабилизация, 2019 г. – начало восстановления и дальше некое благополучие по всей России» [5].

Уже сегодня совершенно понятно, что у застройщиков уменьшается количество денег (исчезло дешевое перекредитование в западных банках, усложнилось фондирование в российских кредитных организациях), поэтому следует ожидать уменьшения объема вводимых площадей и проведения строителями более конструктивной политики. Будут строиться только самые экономически прибыльные объекты, что через 2–3 года отразится в уменьшении объемов ввода жилья.

В некоторых регионах это уже активно происходит: сокращается количество вводимых новостроек и строительных компаний, некоторые девелоперы уходят с рынка. Пока этот процесс идет плавно: переход от стагнации к рецессии занимает примерно 2 года [4].

Отдельно стоит сказать о рынке офисной недвижимости в Москве, поскольку здесь сложилась особая ситуация. После выхода из кризиса 2008–2009 гг. отмечался дефицит офисной недвижимости, который вызвал бурное развитие строительной отрасли. В 2014–2015 гг. заканчивается строительство большинства комплексов, после чего прогнозируется приостановка реализации новых проектов, вызванная нестабильной геополитической ситуацией и замедлением экономического роста в стране.

До конца 2014 г. в Москве наблюдался рекордный ввод в эксплуатацию новых офисных площадей, который достиг 1 000 000 м². На конец 2015 г. заявлено еще 1 500 000 м². Однако спрос на коммерческую недвижимость упал, что объясняется действием западных санкций, оттоком иностранного капитала и девальвацией рубля.

Рынок недвижимости на данный момент отличается дисбалансом между снижением спроса и увеличением предложения. Во время прошлого кризиса ставки на офисную недвижимость снизились на 25–30%, а объем вакантных площадей достиг 25%. По итогам 2014 г. эксперты также отмечали увеличение количества пустующих офисов [2].

К концу 2014 г. уровень пустующих площадей класса «А» достигал 28%, а к середине 2015 г. – 35%. Офисы класса «В» пользуются большей популярностью, поэтому объем вакантных площадей составляет всего 16%, а в 2015 г. снизился до 14% за счет арендаторов, которые откажутся от офисов класса «А» в пользу более экономичного класса «В». В классе «В» будут пустовать всего 8–10% площадей. Таким образом, анализ рынка показывает, что из-за экономической нестабильности и снижения уровня доходов многие арендаторы откажутся от элитных офисов, что активизирует интерес к площадям класса «В». Поэтому большинство сделок в 2015 г. будут связаны с арендой офисов этого класса.

Ситуация в 2015 г. может развиваться по двум сценариям. Первый – резко негативный, возможен в случае развития украинского конфликта, введения новых санкций со стороны стран Европы и США, а также при дальнейшем замедлении роста экономики страны. В данном случае офисная недвижимость упадет в цене до 20%; также возможно банкротство инвесторов, в портфелях которых доля заемного капитала превышает 70%.

Умеренно негативный – второй – сценарий предусматривает снижение политического напряжения и смягчение санкций. Рост экономики страны в таком случае нулевой, а не отрицательный, что позволяет ожидать снижения цен на офисы класса «А» всего на 10%.

Новые комплексы, которые должны быть введены в эксплуатацию в 2015 г., находятся на завершающей стадии строительства, поэтому останавливать строительство нет смысла, они в любом случае выйдут на рынок. Такая ситуация выгодна в первую очередь арендаторам, которые смогут устанавливать свои правила.

Уже сейчас многие собственники готовы оплачивать отделку помещений и платить штрафы за расторжение предыдущих договоров аренды. Поэтому, можно пола-

гать, наступает оптимальное время для улучшения условий аренды или смены офиса на более привлекательный.

Рентабельность коммерческой недвижимости также снижается. При обращении в банк за заемными средствами кредитная организация оценивает рентабельность проектов компании, а исходя из показателей доходности можно рассчитывать только на высокие процентные ставки. Поэтому при ухудшающейся экономической ситуации в стране рост инвестиций будет отрицательным, что приведет к отсутствию ресурсов для новых проектов. Из-за падения цен на недвижимость, низких объемов аренды и продажи инвесторы уходят с рынка. Неопределенность геополитической ситуации больше всего отразилась на международных компаниях, их доля на рынке офисной недвижимости снизилась до 10–15%.

По прогнозам, инвестиции в рынок коммерческой недвижимости в 2015–2016 гг. при развитии умеренно негативного сценария могут составить 3–3,5 млрд дол., в случае резко негативного развития событий показатель уменьшится до 1,5–3 млрд дол.

В ближайшие год-полтора рыночные предпосылки для реализации новых проектов улучшаться не будут. Новые возможности для строительства возникнут в конце 2015–2016 гг., когда спрос на офисную недвижимость постепенно начнет восстанавливаться и способствовать снижению вакантных площадей [8].

Итак, в целом по стране прогнозируется, что в 2015–2016 гг. будет происходить снижение объемов строительства и предложения, а через пару лет – снижение объемов ввода, но дальше на строительном рынке начнется восстановление. Что касается спроса, то текущий всплеск объясняется склонностью населения к инвестициям в жилье на фоне политических и макроэкономических потрясений. Пересечение кривых спроса и предложения прогнозируется на 2015 г. После этого произойдет обрушение цен с неким дальнейшим восстановлением, причем как для первичного, так и для вторичного рынков недвижимости.

В 2015 г. инвестиции в недвижимость составят примерно 5,7 млрд дол., что совсем неплохо в текущей ситуации. Рублевые цены будут умеренно расти из рисков инфляции, а долларские – скорее всего, не будут, они даже будут склонны к небольшому снижению. Много будет зависеть от геополитической обстановки, курса доллара к основным мировым валютам и рублю, цен на энергоносители. К 2016 г. ожидается некоторое укрепление доллара ко всем основным мировым валютам и рублю, и, как следствие, снижение цен на все сырьевые товары. В этот момент зарубежные инвестиции еще сильнее могут сократиться, а стоимость рубля – еще более снизится [1].

Показателями рынка недвижимости в России являются показатели нескольких регионов. Основными такими регионами являются Москва и Московская область, далее Питер и область, в последнее время добавился Крым. По развитию рынка недвижимости этих регионов можно судить и о рынке недвижимости России в целом.

Текущая геополитическая обстановка, западные санкции, замедление темпов роста экономики, постоянные разговоры о том, что Европейский Союз в ближайшие несколько лет собирается уменьшить зависимость от российских энергоносителей на половину, не добавляет большого оптимизма для российских и иностранных инвесторов. Поэтому прогнозы, которые выстраивают аналитики и инвесторы на предстоящие три года, однозначно показывают, что бурного роста экономики России в ближайшие годы ждать не стоит. Будет очень хорошо, если она удержится в плюсовом диапазоне и будет иметь хотя бы ограниченную тенденцию к росту.

Поток негативной статистики индикаторов рынка недвижимости, вероятнее всего, будет продолжаться до II квартала 2015 г. Однако 1–2 сильных положительных

сигнала от геополитической ситуации способны сформировать тренды на сокращение вакансий и стабилизацию рынка.

Исходя из сказанного выше, с большей степенью вероятности можно предположить, что девелоперам будет целесообразнее частично снизить активность в новом строительстве. Маловероятно, что есть какие-либо рыночные предпосылки для развития новых строительных проектов в ближайшие полтора-два года. Остаются в силе только проекты в хороших локациях с достаточно качественной концепцией, такие объекты будут пользоваться спросом. Надо учесть еще и тот факт, что, как правило, стабилизация рынка происходит несколько быстрее, чем считает большинство аналитиков.

Библиографический список

1. *Вопросы экономики*. URL : <http://www.vopreco.ru>.
2. *Гашинская В.* Особенности рынка офисной недвижимости в 2015 г. URL : <http://www.investment-russia.ru/investitziiv-ndvizhimost/kommercheskaja-ndvizhimost/gynok-ofisnoj-2015.html>.
3. *Макаров О. В.* Договор участия в долевом строительстве объектов недвижимости: природа, сущность, проблемы регулирования // *Гражданское право*. 2008. № 3.
4. *Мурзин А. Д.* Недвижимость: экономика, оценка и девелопмент : учеб. пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2013.
5. *Рынок недвижимости ждет очередной циклический кризис.* Интервью профессора кафедры управления проектами и программами РЭУ им. Г. В. Плеханова Г. Стеринка. URL : <http://ok-inform.ru/stroitelstvo-i-ndvizhimost/23717-gynok-ndvizhimosti-zhdet-ocherednoj-tsiklichnyj-krizis.html>.
6. *Факторы* макроэкономической конъюнктуры рынка жилой недвижимости // *Российское предпринимательство*. 2008. Вып. 1, № 1(104).
7. *Центр исследований и аналитики Группы компаний «Бюллетень недвижимости».* URL : http://www.bn.ru/graphs/about_analitics.phtml.
8. *Эксперт*. URL: <http://www.expert.ru>.
9. *Ярин Г. А.* Экономика недвижимости : учеб. пособие. Екатеринбург, 2013.

А. В. Курдюмов

*кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и права
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Оценка продовольственной защищенности населения России

Аннотация. В статье проанализирована экономическая доступность продовольствия для населения Российской Федерации по различным категориям продуктов питания и в зависимости от уровня доходов населения, а также места проживания. Сделан вывод об уровне потребления продовольствия по децильным группам населения согласно рекомендуемым нормам по различным группам товаров. Проведен анализ питательности рациона и его сбалансированности по белкам, жирам и углеводам также по децильным группам населения. Выявлены наиболее проблемные группы домашних хозяйств, у которых наблюдается максимальный уровень потребительских расходов на покупку продуктов питания. Рассмотрена динамика доли расходов населения на покупку продуктов питания в потребительских расходах домохозяйств. Сделаны выводы о возможных рисках населения России по месту проживания оказаться в группе бедных, т. е. продовольственно незащищенных.

Ключевые слова: продовольственная безопасность; продовольственная защищенность; продукты питания; рацион питания; динамика потребления.

Право на полноценное питание заложено во Всеобщей Декларации прав человека, принятой ООН в 1948 г., а Римские декларации о всемирной продовольственной безопасности (1996 г., 2009 г.) закрепили международные правовые основы обеспечения права каждого человека на получение достаточного питания, чтобы поддерживать и восстанавливать здоровье [7].

Несмотря на множество научных исследований и политических деклараций, посвященных данной проблеме, ситуация в мире продолжает оставаться напряженной

в сфере недоедания и голода. По итогам 2012 г., согласно данным Всемирной продовольственной программы ООН, около 925 млн человек не получают пищи, достаточной для обеспечения здорового образа жизни [8].

В России в период реформирования – с 1990 г. – произошло резкое снижение потребления сельскохозяйственных продуктов. Со спадом платежеспособного спроса началось и сокращение в агропродовольственном секторе экономики. И только начиная с 1999 года подъем экономики обеспечил рост номинальных доходов населения, который опережал рост цен на продовольствие, что послужило расширению доступности к продуктам питания для различных социальных групп населения [1, с. 1921]. Однако проблема бедности и продовольственной незащищенности населения России остается достаточно острой.

По данным Росстата, на начало 2014 г. число нуждающихся в бесплатном и льготном питании составляло более 297 тыс. человек, число получивших продуктовые наборы в 2014 г. – свыше 600 тыс. человек. По энергетической ценности потребления продуктов питания международный уровень, рекомендуемый Продовольственной сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО), составляющий 2700 ккал/сут., населением России не достигнут [6, с. 9]. Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума хотя и снижается с каждым годом, но составляет, по оценкам Госкомстата России, 25 млн человек, или 17,6% населения страны. Чрезвычайно низкие доходы сельского населения, которые составляют 53% среднероссийского уровня (динамика положительная). Сохраняется поляризация распределения денежных доходов населения как по социальным группам, так и в межрегиональном аспекте. Соответственно сохраняется глубокая дифференциация потребления продовольствия населением из различных социальных групп.

Для решения обозначенных выше проблем в России реализуется Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг., а также Федеральная целевая программа «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 гг. и на период до 2020 года», с помощью которой Правительство Российской Федерации намерено построить больше жилья в сельской местности, улучшить инфраструктуру для создания основы и привлечения молодых семей, повысить стандарты жизни на селе, а также увеличить доходы.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. и в Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации продовольственная безопасность определена как «состояние экономики страны, при котором обеспечивается продовольственная независимость РФ, гарантируется физическая и экономическая доступность для каждого гражданина страны пищевых продуктов, соответствующих требованиям законодательства Российской Федерации о техническом регулировании, в объемах не меньше рациональных норм потребления пищевых продуктов, необходимых для активного и здорового образа жизни» [5, с. 3].

Потребление продуктов питания на душу населения и его соотношение с рациональными нормами является одним из основных индикаторов, который характеризует доступность продовольствия для населения [3, с. 8]. Они составляют, кг на человека в год: по хлебу и хлебным продуктам – от 95 до 105; по картофелю – от 95 до 100; по овощам и бахчевым – от 120 до 140; по фруктам и ягодам – от 90 до 100; по мясу и мясным продуктам – 70–75; по молоку и молочным продуктам – 320–340; по яйцам – 260 шт. на человека в год; по рыбе и рыбным продуктам – от 18 до 22; по сахару – 24–28; по маслу растительному и другим растительным жирам – 10–12 кг на человека в год.

Анализируя динамику потребления основных продуктов питания с 1990 по 2013 г., можно сделать вывод: рацион питания не сбалансирован и ухудшился как в количественном, так и в качественном отношении. Наблюдается понижение потребления по картофелю, овощам и бахчевым, фруктам и ягодам, молоку и молочным продуктам, яйцам. При этом потребление картофеля отстает от нормы на 36%; овощей и бахчевых – на 20; ягод и фруктов – на 15; молока – на 15; яиц – на 16%. Превышение потребления от нормы по мясу составляет 13%; рыбы – 1; сахара – 13%.

Среднедушевое потребление продуктов питания остается в пределах рекомендуемых медицинских норм: по хлебу и хлебным продуктам; мясу и мясным продуктам; рыбе и рыбным продуктам; сахару и маслу растительному и другим растительным жирам.

Наличие продовольствия на рынках страны, как и физическая доступность граждан получить к нему доступ, не является единственным показателем продовольственной безопасности ввиду того, что у части населения может не быть финансовой возможности его приобретать [10, с. 25]. Доходы населения России существенно дифференцированы по децильным группам, в зависимости от места проживания, сферы занятости и источников доходов, тем самым финансовое благополучие оказывает значительное влияние на объем и ассортимент потребляемых продуктов питания (рис. 1).

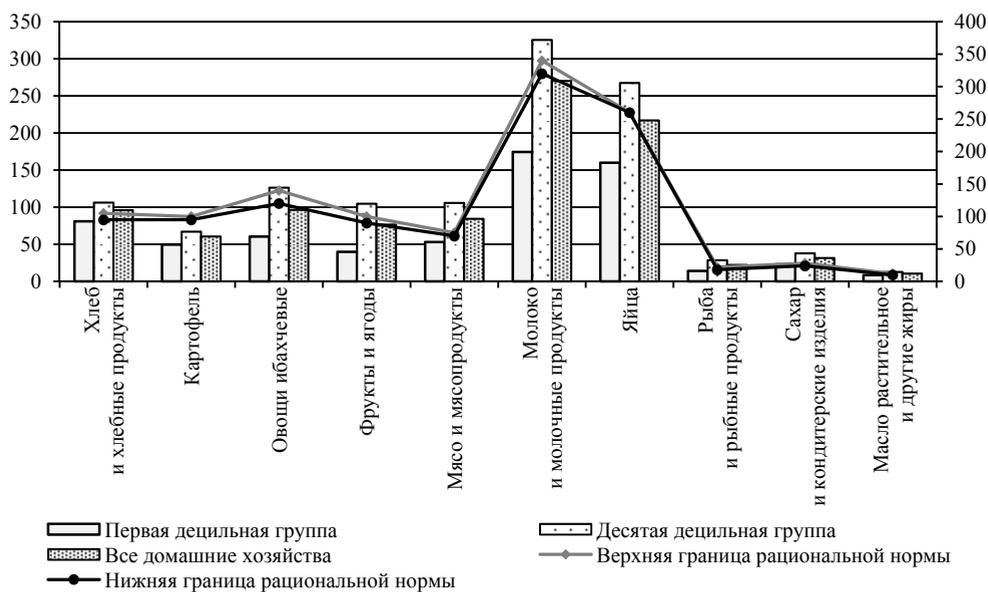


Рис. 1. Потребление продуктов питания в домашних хозяйствах различного уровня благосостояния в 2013 г. в среднем на потребителя в год, кг

Анализ потребления продуктов питания по децильным группам в зависимости от средних располагаемых ресурсов населения показывает, что нижние группы страдают от недоедания, а верхние группы потребляют существенно больше, чем предусмотрено рациональными нормами, причем практически по всем группам товаров, кроме картофеля (60,6 при норме 95 кг).

Тот факт, что наименее обеспеченная часть населения (первая децильная группа) не достигает уровня потребления рекомендуемых норм ни по одной из групп товаров, в том числе по хлебу и хлебным продуктам, мясу и мясопродуктам, рыбе и рыбным

продуктам, растительному маслу, яйцу и сахару, имеющимся в необходимом количестве на отечественном рынке, свидетельствует о недостаточной экономической доступности товаров, входящих в эти категории.

В соответствии с установленными нормами ФАО минимальная энергетическая ценность потребления продуктов питания, ниже которой наблюдается недоедание, составляет 1819 ккал/день [9]. С учетом природно-климатических условий России значения данного показателя необходимо пересмотреть в сторону увеличения [4, с. 7].

В первой децильной группе в 2013 г. население России получало с потреблением продуктов питания всего 1913,5 ккал/сут. Еще хуже положение обстоит в городской местности. Так, в первой децильной группе энергетическая ценность потребления продуктов питания составляет 1885 ккал/сут. на потребителя, что характеризует положение доступа к продуктам питания как катастрофическое.

Питательность среднесуточного рациона и его сбалансированность по белкам, жирам и углеводам в среднем по России – в пределах нормы (рис. 2).



Рис. 2. Пищевая ценность потребленных продуктов питания в 2013 г., г/сут.

Однако анализ содержания белков в рационе питания по децильным группам населения на 2013 г. в зависимости от физиологической потребности в белке для взрослого населения от 65 до 117 г/сут. – для мужчин, от 58 до 87 г/сут. – для женщин и для детей старше года – от 36 до 87 г/сут. показывает, что для первой и второй групп населения не соответствует нормам.

Физиологическая потребность в жирах составляет от 70 до 154 г/сут. для мужчин и от 60 до 102 г/сут. для женщин, для детей старше года – от 40 до 97 г/сут. Физиологическая потребность в усвояемых углеводах для взрослого человека составляет 50–60% энергетической суточной потребности (от 257 до 586 г/сутки), для детей старше года – от 170 до 420 г/сут.

В среднем доля расходов населения России в 2013 г. на покупку продуктов питания составляет 27,7% всех потребительских расходов. При этом за усредненным показателем скрыта существенная дифференциация по децильным группам. Так, по данным на 2013 г. в десятой децильной группе домашних хозяйств доля расходов на покупку продуктов питания составила 15,8%, а в первой – 43,8%.

Анализ распределения домашних хозяйств по удельному весу расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах показывает наличие проблемных групп домохозяйств (рис. 3).

Наиболее проблемная группа домашних хозяйств – те, у которых более 70% потребительских расходов уходит на покупку продуктов питания. По данным 2013 г., доля таких домохозяйств составляет 2,6%.

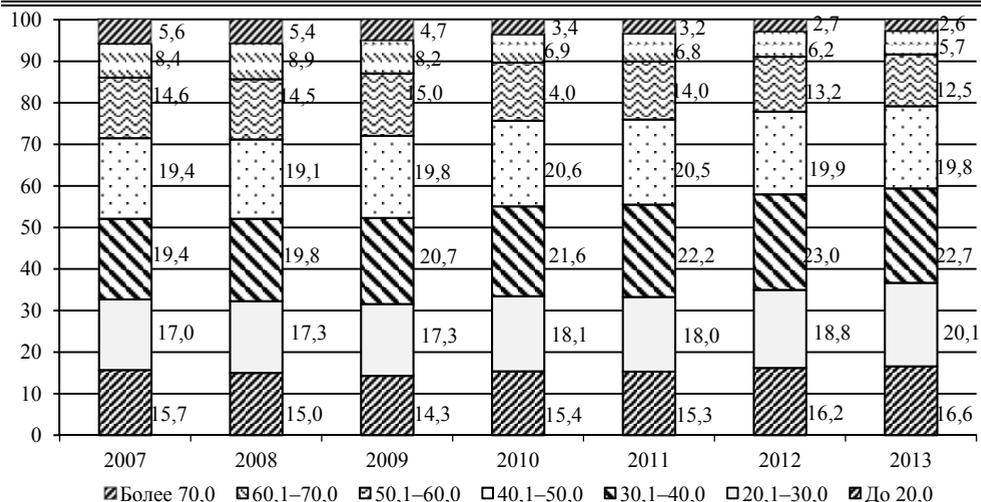


Рис. 3. Распределение домашних хозяйств по удельному весу расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах с 2007 по 2013 г., %

В то же время для наиболее обеспеченной группы (16,6% домохозяйств) на продовольствие в потребительских расходах уходило менее 20%. Для сравнения: доля расходов на покупку продуктов питания среднего жителя Германии составляет 9%, а Люксембурга – 7,8% [10].

Домохозяйства с низким уровнем среднедушевых располагаемых ресурсов потребляют меньше продовольствия, и потребляемая ими продукция значительно дешевле. Стоимость единицы продукции в нижних децильных группах существенно ниже, чем в верхних группах. Это связано, в числе прочего, с меньшей добавленной стоимостью продукции, так как бедные семьи вынуждены больше уделять внимания собственному производству (выращивание овощей и фруктов, сбор ягод, ловля рыбы и т. д.).

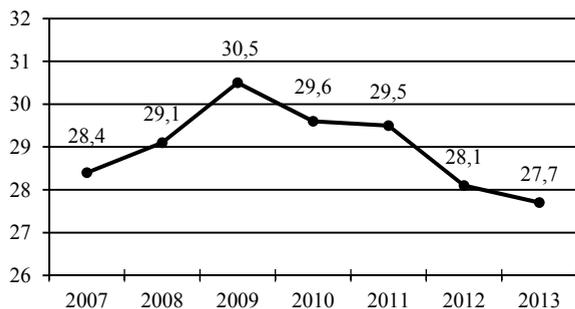


Рис. 4. Динамика доли расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах домохозяйств с 2007 по 2013 г., %

В среднем по России доля расходов на покупку продуктов питания сокращается, начиная с 2009 г. (рис. 4).

Рост доли расходов на продовольствие наблюдался с 2007 по 2009 г., что происходило на фоне экономического кризиса. При этом

номинальные расходы на конечное потребление и располагаемые ресурсы в среднем на члена домохозяйства в указанный период росли.

Риск оказаться в числе бедных, а значит, попасть в группу тех, кто продовольственно не защищен, тем больше, чем меньше размер поселения. Наибольшему риску подвержены сельские жители всех категорий населенных пунктов. Максимальное значение риска на 2013 г. составляет 3,29 для населенных пунктов с численностью

менее 200 человек. В городах-миллионниках зафиксирован самый низкий уровень риска бедности, который равен 0,39.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что возможность в среднем потреблять необходимое количество продуктов питания свидетельствует о его наличии на отечественном рынке в достаточном количестве.

Однако анализ потребления продуктов питания по децильным группам в зависимости от средних располагаемых ресурсов населения показывает, что нижние группы страдают от недоедания, не достигают уровней потребления рекомендуемых норм ни по одной из групп товаров, что свидетельствует о недостаточной экономической доступности товаров, входящих в эти категории.

Энергетическая ценность суточного рациона первой децильной группы населения России близка к минимальной норме. Ситуация с населением, проживающим в городской местности, еще хуже.

Рацион питания для нижних групп населения России по основным пищевым веществам не сбалансирован.

Все изложенное свидетельствует о недостаточном уровне экономической доступности продовольствия для значительной части населения России. Принимая во внимание, что доля домашних хозяйств с высоким удельным весом расходов на продукты питания в потребительских расходах постепенно сокращается, можно утверждать, что продовольствие для населения постепенно становится более экономически доступным.

Таким образом, обеспечить продовольственную защищенность населения России возможно только при макроэкономической стабилизации и неуклонном росте реальных доходов населения.

Библиографический список

1. Глотова Е. А. Продовольственная безопасность России как гарант национальной безопасности // Право и политика. : науч. юрид. журнал. Свободная трибуна обмена мнениями российских и зарубежных ученых по вопросам политики, права и социальной психологии / гл. ред. В. И. Даниленко. 2010. № 11(131).
2. Крылатых Э. Н. Обеспечение продовольственной безопасности России и мира : возможности, риски, угрозы. М. : ГНУ ВИАПИ. 2011.
3. Милосердов В. В. Мероприятия по обеспечению продовольственной безопасности // Экономика сельского хозяйства России. 2014. № 8.
4. Семин А. Н., Карнов В. К. Продовольственная безопасность России: современные проблемы и новые возможности // Агропродовольственная политика России. 2014. № 6(18).
5. Семин А. Н., Шарапова Н. В. Продовольственная безопасность Российской Федерации в условиях санкций // Агропродовольственная политика России. 2014. № 9(21).
6. Шевкунова Е. С. Анализ уровня потребления продуктов питания // Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2014. № 101(07).
7. FAO 1996. Rome Declaration of World Food Summit it Plan of Action. URL : <http://www.fao.org/wfs/final>.
8. Integrating Food Security Information in National statistical Systems. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Rome, 2012.
9. Manual «Measuring hunger at sub national levels from household surveys using the FAO approach». Food and Agriculture Organization of the United Nations. Rome, March, 2007.
10. Stephen K. Wegren. Food security in the Russian Federation / Eurasian Geography and Economics, 54:1, 2013.

Власть и гражданское общество в России: границы взаимодействия

А. В. Трофимов

*доктор исторических наук, профессор кафедры общей и экономической истории
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Коррупция на Урале в середине XX века: исторический контекст

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические и исторические аспекты феномена коррупции. В русле концепции зависимости от исторического пути (path dependence) зафиксированы преемственность и специфика коррупционных проявлений в истории Советского Союза и современной России. Выделены факторы, обуславливающие готовность личности к коррупционным моделям поведения. Анализируются особенности моделей коррупционного поведения в контексте истории СССР и Урала в середине XX века. Скорректированы представления, существующие в границах двух устойчивых мифологем, относительно размеров, пределов, масштабов коррупции и эффективности борьбы с ней в СССР и на Урале в годы Великой Отечественной войны и в послевоенный период. Отмечены особенности коррупционных проявлений на Урале, тренды во взаимоотношениях между коррупционерами и организованной преступностью в 1940–1960-е годы.

Ключевые слова: история XX века; коррупция; модели поведения; Урал.

Проблема борьбы с коррупцией в современной России актуализирует обращение к опыту советского прошлого, изучению преемственности, зависимости от исторического пути (path dependence) и социокультурного наследия, оставившего «следы», продолжающие оказывать влияние на существующие модели и стратегии поведения населения.

Под коррупцией принято понимать использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав в целях личной выгоды, противоречащее установленным законом и правилам, т. е. злоупотребление публичной властью ради частной выгоды. Коррупция является постоянным спутником человеческого общества, отражая как несовершенство природы самого человека, так и создаваемых им социальных, политических, экономических институтов.

Коррупционные модели поведения включают в себя на одном уровне активное стремление, настойчивое желание выйти за пределы официально разрешенных норм и правил; на другом – пассивное согласие с нарушением действующего законодательства, непротивление в социальной практике отступлению от нормативных экономических стратегий. Коррупционное поведение является важным маркером качественного состояния связей и взаимодействий в системе «человек – социальная группа – общество – государство». При анализе факторов, обуславливающих готовность личности к коррупционным моделям поведения, как отмечает О. В. Ванновская [1, с. 325], следует учитывать: а) уровень смыслов и ценностей (жизненные цели, стремления, смыслы и ценностные ориентации); б) когнитивно-нравственный уровень (нравственное самосознание, установки нравственного поведения, правосознание, структура ответственности и долга); в) эмоциональный уровень (удовлетворенность жизнью, удовлетворенность профессией, личным статусом, саморефлексия); г) регулятивный уровень (способность к самоконтролю, механизмы принятия решений); д) поведенческий уровень (ведущий тип реагирования).

Современные исследователи [5, с. 4–7] выделяют шесть основных контуров (типов) самодостаточных, идентифицируемых коррупционных и теневых явлений.

Первый контур (тип) – *кадровая коррупция*, основанная на взаимосвязи двух субъектов: лица, обладающего правом назначения на должность либо возможностью оказать влияние на результаты выборов, и лица, заинтересованного в получении этой должности. Ее отрицательными последствиями являются некомпетентность чиновников, неэффективность работы, снижение авторитета государственной власти.

Второй контур (тип) – *экономическая коррупция*. Основная масса злоупотреблений связана с использованием полномочий в области контроля и распределения финансовых потоков. Подобный вид коррупции называют также «коррупционными услугами», т. е. услугами по «продаже» властного ресурса либо использованию такого ресурса в целях привлечения иных административных ресурсов.

Третий контур (тип) – *сращивание бизнеса и власти* – отличается тем, что в нем всегда присутствует конфликт интересов – частных и государственных.

Четвертый контур (тип) – это *идейная коррупция*, охватывающая указанные контуры и напрямую связанная с некомпетентностью власти, неэффективностью ее работы, низким рейтингом и авторитетом. Идейная коррупция – это монополизация и ограничение пространства выбора властных решений; она связана с кадровой и экономической коррупцией, особенно в форме казнокрадства. Идейная коррупция также связана с отсутствием официальной идеологии государства.

Пятый контур (тип) – *теневая экономика*. Теневая экономика и коррупция неотделимы друг от друга и порождают друг друга. Теневой сектор находится вне поля правовой защиты и является благодатной почвой для разрастания коррупции. Теневая экономика создает устойчивый спрос на коррупционные услуги и программирует необходимое ей число коррумпированных чиновников.

Шестой контур (тип) – *бытовая коррупция*, с которой люди сталкиваются в повседневной жизни; она затрагивает такие сферы, как образование, здравоохранение, жилищно-коммунальное хозяйство, дорожное движение и пр. Опасность этого вида коррупции заключается в том, что, «поражая» основные сферы жизни общества, она становится привычным явлением и нормой жизни.

Истоки и генезис этих контуров (типов) можно обнаружить в истории России как имперского, так и советского периода (учитывая особенности и специфику социокультурного, экономического и политического контента).

В современном общественном сознании сосуществуют две устойчивые мифологемы относительно размеров, пределов, масштабов коррупции в СССР. Согласно первой тоталитарный режим, установившийся с приходом к власти И. В. Сталина, лишь видоизменил формы коррупционных проявлений, загнал их «вглубь» социального пространства. В русле второй мифологемы утверждается, что в годы правления И. В. Сталина коррупция как социальное явление было в основном искоренено, а ее возрождение и последующий расцвет относится к эпохе правления Н. С. Хрущева и Л. И. Брежнева.

В последние годы исследователи [2; 4; 6; 7; 8; 9; 10], наряду с осмыслением историографических проблем, обратились к ранее неизвестным историческим источникам и постарались выяснить, какие коррупционные модели действовали в середине XX века в стране и в Уральском регионе.

В годы Великой Отечественной войны верховная власть СССР была вынуждена предоставить местным управленческим структурам значительную самостоятельность. От партийно-государственных и хозяйственных руководителей на Урале требовалось организовать своевременные поставки на фронт оружия, боеприпасов, продовольствия. В такой ситуации они получали право самостоятельно распоряжаться ресурсами, поэтому им «по умолчанию» разрешалось нарушать многочисленные ин-

струкции, регламенты и положения, стеснявшие эффективную работу промышленности. Война, потребовала не только централизации управления и усиления подчинения, но и развития инициативы, способствовала, наряду с нормативными моделями, и расширению социального пространства для стратегий поведения, выходящих за рамки закона. В ситуации депривации военного времени типичными коррупционными моделями являлись: 1) получение карточек по фиктивным и подложным документам «на мертвых душ»; 2) повторное использование отоваренных и подлежащих уничтожению талонов карточек.

Среди должностных преступлений на первое место вышло так называемое самоснабжение – использование различными руководящими работниками материальных фондов предприятий и учреждений в личных целях. Уральские исследователи А. В. Сушков и Н. А. Михалев [7, с. 107, 114] обратились к фактам коррупционного поведения во время войны и в послевоенные годы широко известного на Урале и в стране директора Челябинского Кировского завода («танкограда») И. М. Зальцмана и представителей заводской администрации. Наряду с прямым экономическим ущербом, эти коррупционные действия негативно отражались на морально-психологическом климате в трудовом коллективе, способствовали развитию иждивенческих настроений, что, в свою очередь, отрицательно сказывалось на выполнении государственных плановых заданий.

В условиях войны и в первые послевоенные годы размер заработной платы имел важное, но не определяющее значение. Продовольственный и промтоварный дефицит лишал обеспеченного человека возможности легального приобретения необходимых товаров. Низовая коррупция, существовавшая в форме «блата», в те годы позволяла смягчать тяготы и жесткость «официальной» экономики. «Черный рынок» жестко контролировался правоохранительными органами. В таких условиях важнейшее значение приобретали спецмагазины промтоварного и продовольственного обеспечения. Вплоть до их упразднения в декабре 1947 г. они были главным источником товарного приобретения для номенклатуры, что также порождало коррупционные модели поведения.

В ходе денежной реформы 1947 г. многие руководящие работники, используя служебное положение, различными способами пытались сохранить свои сбережения, вложив их в сберкассы или в приобретение промышленных товаров. Так, после проверок компетентных органов в Свердловской области с постов был снят целый ряд секретарей райкомов ВКП(б), председателей райисполкомов, начальников МВД и МГБ районного и городского уровней. На всех этих руководителей были наложены партийные взыскания вплоть до исключения из партии.

Исследователи [2, с. 101, 106–107] отмечают особенности коррупционных проявлений на Урале в послевоенное время:

во-первых, продуктовая коррупция была более значимой, чем денежная. Продукты питания распределяли незаконно, на них обменивали присвоенное государственное имущество, они помогали налаживать клановые связи;

во-вторых, присвоение казенной собственности обеспечивало чаще всего простые повседневные бытовые нужды, а не престижное потребление;

в-третьих, нередко руководители применяли доиндустриальные практики, такие как использование в собственном хозяйстве подчиненных работников;

в-четвертых, разоблачения коррупционеров носили идеологический характер; как правило, они были связаны с репрессивными идеологическими кампаниями.

Обращаясь к историческим реалиям послевоенной эпохи, необходимо помнить и понимать, что «массовый советский человек» жил тогда в жестких условиях моби-

лизационной системы и тоталитарного быта. Эти условия характеризовались контролем над сферой частного посредством особой организации жилого пространства (коммуналки и покомнатный принцип расселения), запрета абортов, введения нелегитимности фактических браков и т. д., что порождало необходимость поиска стратегий повседневного выживания [3, с. 16].

Значительная часть уральских жителей продолжала после окончания Великой Отечественной войны жить в условиях выживания, бедности и нищеты, обращаясь к властям с просьбами о помощи, проявляя готовность к труду на благо страны. Обращения граждан в различные властные инстанции касались трудоустройства демобилизованных военных, положения инвалидов войны, многодетных семей, женщин-матерей и детей, пенсионеров, выплат пособий, пенсий, оплаты труда и т. д.

После войны продолжала оставаться острой проблема продовольственного обеспечения, регулярно возникали перебои в торговле хлебом, крупами, молочными продуктами, мясом и овощами. Нередко отсутствовали в продаже спички, соль, керосин, что вызывало обоснованное недовольство, снижало экономическую активность людей, настроенных в целом позитивно и готовых как можно скорее ликвидировать последствия войны. Вместе с тем, перед обычным человеком (обывателем) весьма часто возникала дилемма: умереть от голода или украсть у государства. В данной ситуации часть населения (по-видимому, весьма небольшая) стремилась использовать существующие трудности и создавала нелегальные каналы снабжения жителей Урала продовольствием и промышленными товарами. Власть вела борьбу с этими проявлениями, хотя то, что тогда называлось спекуляцией, по сути, являлось стремлением экономически активных граждан расширить диапазон официально разрешенных стратегий поведения в интересах людей (во многом, за их счет).

Первоначально провозглашенная в 1950-е годы политическая линия на личную заинтересованность способствовала несанкционированному проявлению экономической инициативы. Затем, по мере выдвижения в качестве перспективной, сначала оптимистически казавшейся вполне реальной задачи – построения коммунизма, все так называемые «пережитки капитализма», в том числе личная предприимчивость, стремление к наживе, стали рассматриваться как нетерпимые явления, с которыми надо вести решительную борьбу. Не случайно в начале 1960-х годов был предпринят ряд шагов по ужесточению наказаний за экономические преступления, поскольку уже в 1950–1960-е годы в орбите «теневого экономики» находилась заметная часть работников сферы распределения; преобладающей формой организации «теневигов» были мелкие и крупные группы; происходило их сращивание с партийными, государственными, хозяйственными структурами.

В послевоенный период истории СССР/России во взаимоотношениях между коррупционерами и организованной преступностью принято выделять три последовательных тренда:

- 1) связь коррупционеров с «цеховиками»;
- 2) изменение отношений преступных группировок к сотрудничеству с властью – от полного отрицания к возможности сотрудничества, раскол в среде преступных группировок;
- 3) образование новых видов преступных сообществ с более тесной связью с органами государственной власти и управления.

Обращение к конкретно-историческому материалу позволяет несколько скорректировать представления о коррупционных проявлениях и приблизить их понимание к исторической реальности. Коррупция в СССР в 1940–1960-е годы существовала в различных контурах, при этом коррупционные модели поведения были скорее

маргинальным явлением и встречали противодействие со стороны власти и большей части населения, но в силу объективных и субъективных факторов ареал их распространения в социальном пространстве становился все шире.

Библиографический список

1. *Ванновская О. В.* Личностные детерминанты коррупционного поведения // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2009. № 102.
2. *Киммерлинг А. С.* Особенности провинциальной советской коррупции в 1946–1953 годах на материале Молотовской области // Вестн. Пермского университета. Сер. История. 2012. Вып. 3.
3. *Лебина Н. Б.* Повседневность эпохи космоса и кукурузы: деструкция большого стиля. Ленинград 1950–1960-е годы. СПб. : Крига ; Победа, 2015.
4. *Старков Б. А.* Борьба с коррупцией и политические процессы в Ленинграде во второй половине 40-х гг. // Политика, общество, человек : к 85-летию доктора исторических наук, профессора А. З. Ваксера : сб. ст. СПб., 2008.
5. *Сулакшин С. С., Максимов С. В., Ахметзянова И. Р. и др.* Государственная политика противодействия коррупции и теневой экономике в России : [монография] : [в 2 т.]. М. : Научный эксперт, 2008. Т. 1.
6. *Суржикова Н. В.* Печальное наследие войны: проблема криминала в послевоенном советском обществе (по материалам центральной и уральской прессы 1946 г.) // Подвиг Урала в исторической памяти поколений. Екатеринбург : ИИиА УрО РАН, 2010.
7. *Сушков А. В., Михалев Н. А.* «Зальцману законы не писаны, у Зальцмана свои законы». Коррупция на Челябинском Кировском заводе во второй половине 1940-х годов // Вестн. Челябинского государственного университета. Сер. История. 2014. Вып. 61.
8. *Трофимов А. В.* Модели патриотического поведения населения Урала в годы Великой Отечественной войны // 70-летие Великой Победы: исторический опыт и проблемы современности : Девятое Уральские военно-исторические чтения. Екатеринбург : Банк культурной информации, 2015.
9. *Трофимов А. В., Клинова М. А.* «Советский потребитель» в отечественном гуманитарном дискурсе 1950–1980-х годов // Известия Уральского государственного экономического университета. 2014. № 4.
10. *Хазиев Р. А.* Будни зазеркалья социалистической экономики хрущевских времен // Вестн. Башкирского университета. 2011. Т. 16, № 3.

Торговля, общественное питание и потребительский рынок

М. С. Агабабаев

*кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента
ФГБОУ ВОП «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Современное состояние и перспективы развития рынка говядины в России

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние и развитие отечественного рынка мяса говядины. После распада СССР животноводство переживало очень трудное время. В результате произошел значительный спад поголовья крупного рогатого скота. Сегодня рынок говядины – наиболее зависимый от импорта сегмент. Одним из факторов, положительно влияющих на конкурентоспособность отечественных производителей мяса, становится постепенное ослабление рубля по отношению к доллару США и евро.

Ключевые слова: рынок мяса; говядина; крупный рогатый скот; импорт; спрос; предложение; емкость рынка; динамика потребления; технический регламент Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции».

Рынок мяса и мясных продуктов является самым крупным сектором продовольственного рынка России. Его роль определяется не только растущими объемами производства, спроса и потребления мясных продуктов, но и их значимостью как основного источника белка животного происхождения в рационе человека.

Для того чтобы выявить современные процессы, происходящие на рынке мяса России, необходимо прежде всего обратить внимание на состояние животноводческой отрасли – основного производителя и поставщика сырья для мясной промышленности, рассмотреть проблемы производства и переработки мяса и мясных продуктов, а также структуру их потребления.

В настоящее время ситуация в животноводческой отрасли России сложилась непростая. После распада СССР животноводство переживало очень трудное время: была разрушена инфраструктура, разорваны экономические связи, не хватало финансовых ресурсов, возникли проблемы с обеспечением животных кормами. В результате произошел значительный спад поголовья крупного рогатого скота (КРС), который продолжился до 1998–2001 гг. Только в начале XX века удалось сдержать темпы снижения поголовья скота, и ситуация стала постепенно стабилизироваться. Большую роль в этом процессе сыграли принятые государственные программы поддержки животноводства. Но до сих пор ни одна из стран бывшего Советского Союза не смогла восстановить утраченное поголовье.

В России сегодня КРС на 60% меньше, чем было 20 лет назад. На 1 января 2014 г. поголовье крупного рогатого скота во всех категориях хозяйств снизилось до 19 514 тыс. голов – это на 2,3% (на 467 тыс. голов) меньше, чем на 1 января 2013 г., в том числе поголовье коров снизилось на 2,7% (на 238 тыс. голов) – до 8 644 тыс. голов.

Во всех сельскохозяйственных организациях Российской Федерации содержится порядка 45% поголовья крупного рогатого скота. В этой категории хозяйств численность животных за год снизилось на 3,0% (на 270 тыс. голов) – до 8 790 тыс. голов.

В хозяйствах населения поголовье КРС на 1 января 2014 г. насчитывало 8 706 тыс. голов (45% от общей численности во всех категориях хозяйств) – это на 3,2% (на 284 тыс. голов) меньше, чем годом ранее.

В крестьянско-фермерских отечественных хозяйствах, где содержится порядка 10% скота, численность животных за год возросла на 4,5%, или на 87 тыс. голов, и на 1 января 2014 г. составила 2018 тыс. голов.

Емкость рынка говядины в России оценивается в 2,34 млн т, потребление на душу населения составляет около 16,4 кг в год. Говядина остается третьим по величине сегментом российского мясного рынка, занимая 22% его емкости в натуральном выражении (рис. 1).

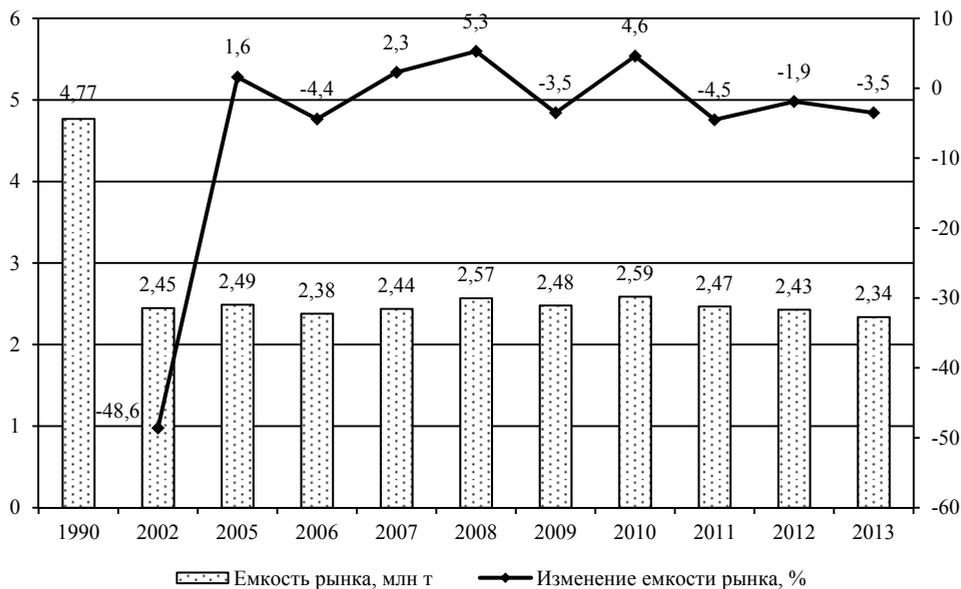


Рис. 1. Динамика потребления говядины в России¹

Несмотря на общемировую тенденцию сокращения спроса на говядину в пользу более дешевых белковых продуктов, в России этот процесс принял лавинообразный характер, потребление мяса КРС на душу населения за 20 лет сократилось в 2 раза.

Сокращение российского рынка говядины в 2011–2013 гг. в основном обусловлено недостаточным предложением – на фоне стабильно низкого национального производства происходит сокращение импорта, обусловленное ограничениями Россельхознадзора и общим удорожанием мяса КРС на мировом рынке.

Текущий уровень потребления говядины не соответствует потребительским предпочтениям россиян, биологической норме (20–25 кг на человека в год), потребностям мясоперерабатывающей промышленности. Дефицит качественной говядины на рынке негативно сказывается как на потребительском секторе, так и на мясопереработке. На многих предприятиях сохраняется тенденция к изменению рецептуры, предполагающей замену говядины на менее качественные, но более дешевые ингредиенты, в частности свиной жир.

Емкость высшего ценового сегмента российского рынка говядины, включающего «мраморное» мясо, ввозимое из-за рубежа, сопоставимую по качеству продукцию российского производства, а также менее качественные части туш КРС высшего сорта, составляет около 25 тыс. т – примерно 1 % от общей емкости рынка говядины.

¹ Источники: Росстат, ФТС РФ, FAO Stat, Минсельхоз РФ, оценка ООО «АКМИ».

Предложение говядины на российском рынке формируется за счет национального производства и импорта. Доля зарубежной продукции достигает 30% общей емкости рынка, что делает Россию одним из крупнейших покупателей мяса КРС на мировом рынке.

Совокупный объем производства говядины в России во всех категориях хозяйств в 2013 г. составил 1631 тыс. т в убойном весе (2 896 тыс. т в живом весе), что на 0,6%, или на 9,4 тыс. т в убойном весе, меньше, чем было произведено в 2012 г. При этом около 32% производства говядины в России приходится на сельскохозяйственные организации, в то время как в хозяйствах населения производится порядка 61% всей говядины, 6% пришлось на КФХ.

В 2013 г. промышленное производство говядины в России сократилось на 0,1% (на 0,7 тыс. т в убойном весе) – до 533 тыс. т по отношению к 2012 г.; в хозяйствах населения – на 1,9% (на 19,7 тыс. т) – до 1012 тыс. т; в крестьянско-фермерских хозяйствах отмечается рост производственных показателей наряду с увеличением численности КРС в данной категории хозяйств на 11,7% (на 11,0 тыс. т) – до 105,3 тыс. т (рис. 2).

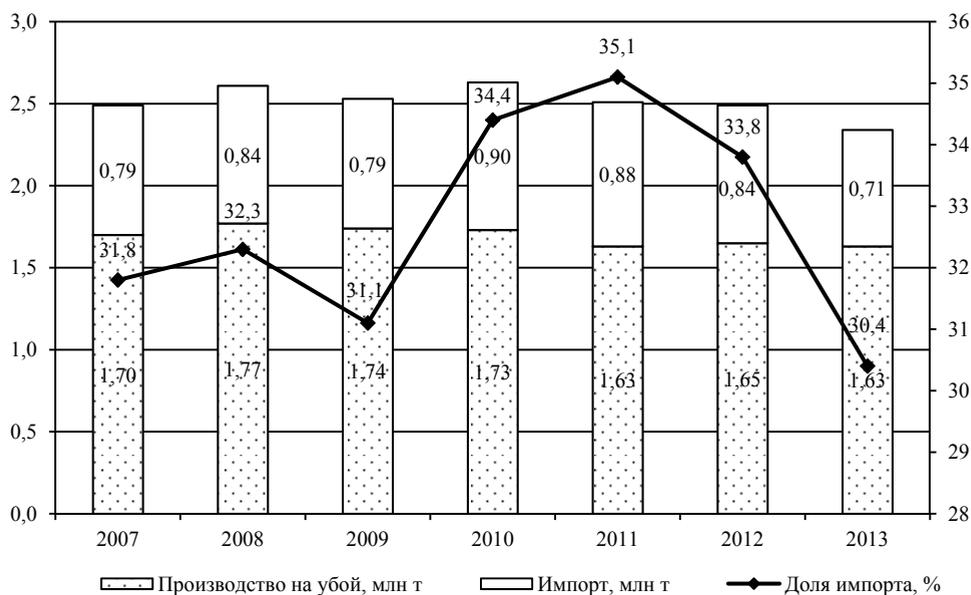


Рис. 2. Структура и динамика предложения говядины в России¹

В настоящее время предложение говядины в России не соответствует количественным и качественным требованиям потребителей, фактически на рынке имеет место дефицит качественного мяса КРС. На мировом рынке говядины Россия является импортером самой дешевой продукции. Замороженное мясо в доле импорта составляет более 90%.

Отрасль специализированного мясного скотоводства в России находится на начальном этапе развития и пока не играет существенной роли в поставках говядины на рынок. Из 1,6 млн т произведенной в 2012 г. говядины в убойном весе только 10% получено от крупного рогатого скота мясных пород; остальное приходится на молоч-

¹ Источники: Росстат, ФТС РФ, FAO Stat, Минсельхоз РФ, оценка ООО «АКМИ».

ное стадо, на выбракованных коров. К примеру, в Бразилии в производстве говядины в убойном весе 95% приходится на мясные породы скота, в США – 80%, а остальное – на молочные породы скота. Мясное скотоводство в России в настоящее время характеризуется низкими показателями: привесы – 500–600 г, выход телят – 50–60 на 100 коров. При таких условиях мясное направление в животноводстве не может быть рентабельным.

Отрасль характеризуется фактическим отсутствием цивилизованного рынка по продаже скота, неразвитой логистикой и острым дефицитом современных мощностей по убою и первичной переработке КРС. Дополнительным фактором является дефицит квалифицированных специалистов во всей производственной цепочке мясного скотоводства, включая мясопереработку.

По итогам 2013 г. импорт замороженной говядины в Россию (без учета данных о торговле в рамках ТС) составил 552,5 тыс. т, что на 7,2% меньше, чем было поставлено в 2012 г. Импорт охлажденной говядины сократился на 4,2% (до 40,2 тыс. т), говяжьих субпродуктов – на 18,1% (до 104,2 тыс. т) [3].

По итогам 2013 г. суммарный объем импорта охлажденной, замороженной говядины и говяжьих субпродуктов в Россию составил 696,3 тыс. т. Таким образом, поставки из-за рубежа за последний год сократились на 8,7%, или на 66,5 тыс. т.

Наиболее заметно в натуральном выражении сократились поставки замороженной говядины – на 43,4 тыс. т, или на 7,3%. Объем импорта охлажденной говядины находился на уровне прошлого года, а объем импорта говяжьих субпродуктов уменьшился на 18,1%, или на 23,0 тыс. т.

По предварительным оценкам, суммарный объем импорта охлажденной и замороженной говядины из Республики Беларусь в Россию в 2013 г. составил 142,6 тыс. т – это почти на 42% больше, чем было поставлено в прошлом году. В стоимостном выражении рост составил около 20%. Таким образом, с января по декабрь 2013 г. объем импорта охлажденной говядины производства Республики Беларусь составил 98,8 тыс. т (+32,7% по отношению к 2012 г.), замороженной говядины – 43,7 тыс. т (+67,6%) [3].

По итогам 2013 г. на долю Республики Беларусь пришлось около 70% всей импортируемой охлажденной говядины в нашу страну. По поставкам замороженной говядины Беларусь также остается одним из ключевых поставщиков, уступая только Бразилии и Парагваю. Ее доля в общем объеме импорта составила 7,4%.

Одним из факторов, способствующих наращиванию импорта из Республики Беларусь и его сокращению из стран дальнего зарубежья, помимо отсутствия квот, является весьма привлекательная цена белорусской продукции.

Средняя экспортная стоимость поставленной из Республики Беларусь в Россию охлажденной говядины в 2013 г. составила 4,36 дол./кг (в 2012 г. – 5,06 дол./кг), замороженной говядины – 3,76 дол./кг (в 2012 г. – 4,60 дол./кг). Общая стоимость говядины, экспортируемой из Республики Беларусь в Россию в 2013 г., достигла 596 млн дол. (+19,8% к 2012 г.) [2].

6 августа 2014 г. вышел Указ Президента Российской Федерации № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». В перечень сельскохозяйственной продукции, страной происхождения которых являются Соединенные Штаты Америки, страны Европейского союза, Канада, Австралия и Королевство Норвегия и которые сроком на один год запрещены к ввозу в Российскую Федерацию, вошли говядина (ТН ВЭД 0201-0202), свинина (ТН ВЭД 0203), мясо и пищевые мясные субпродукты птицы (ТН ВЭД 0207), а также мясо соленое, в рассоле, сушеное и копченое (ТН ВЭД 0210).

Но санкции и для данного сегмента не представляют особой угрозы. Ведущими странами-поставщиками говядины в Россию остаются Бразилия – 53%, или 313 тыс. т по итогам 2013 г. и Парагвай – 24%, или 142 тыс. т. Беларусь в 2013 г. поставила на рынок России 142 тыс. т мяса КРС, и стоит отметить, что относительно 2012 г. этот показатель вырос на 42%, или 42 тыс. т. Импорт говядины из стран, в отношении которых наложено эмбарго, в 2013 г. составил порядка 60 тыс. т, или 10% от общего показателя. Такой объем вполне можно возместить увеличением объема поставок из Бразилии, Парагвая, Аргентины, Уругвая [4].

Рынок говядины – наиболее зависимый от импорта сегмент. На импорт говядины в РФ оказывают влияние следующие факторы: запрет на ввоз говядины из США и ограниченное предложение говядины из ЕС, а также рост конкуренции с другими видами мяса (такими, как мясо птицы и свинина).

Сейчас принята государственная целевая программа развития сельского хозяйства, в которой особое место отведено именно мясному животноводству. Однако окупаемость проектов в животноводстве самая длительная, программа рассчитана на 2013–2020 гг. Таким образом, в ближайшие годы существенного роста производства говядины не следует ожидать [1].

Одним из факторов, положительно влияющих на конкурентоспособность отечественных производителей мяса, становится постепенное ослабление рубля по отношению к доллару США и евро. При сохранении текущего уровня экспортных цен внешнеторговая себестоимость импортируемой продукции будет расти, что окажет поддержку ценам на продукцию российских предприятий.

На конъюнктуру рынка мяса определенное влияние окажет и Технический регламент Таможенного союза «О безопасности мяса и мясной продукции», который вступил в силу с 1 мая 2014 г. (решениями Коллегии Евразийской экономической комиссии от 10 декабря 2013 г. № 297 и 298 установлены переходные периоды до 31 декабря 2015 г. для вступления в силу указанного Технического регламента), согласно которому подворный убой скота запрещен. В России существенная часть производства мяса приходится на хозяйства населения (около 60% по итогам 2013 г.). В силу технологических особенностей и невозможности быстрого перехода к промышленному производству направление скотоводства будет подвержено влиянию технического регламента в большей степени, чем свиноводство и птицеводство.

Библиографический список

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. URL : <http://www.mcx.ru/navigation/docfeeder/show/342.htm>.
2. Институт конъюнктуры аграрного рынка. URL : <http://ikar.ru>.
3. «Мясо-Портал». URL : <http://www.myaso-portal.ru>.
4. Обзор рынка мяса. URL : <http://meatinfo.ru/blog/kak-otrazyatsya-sanktsii-na-rinke-myasa-496>.

Б. И. Бортник

кандидат физико-математических наук, доцент кафедры физики и химии
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Роль естественнонаучных дисциплин в формировании инновационного стиля мышления при подготовке специалистов для пищевых отраслей

Аннотация. Рассматриваются особенности инновационного стиля мышления, возможности качественной оценки уровня инновационного мышления и варианты дифференциации его направленности. Обсуждается роль инновационного мышления в решении проблем, имеющих место в сфере пищевых производств, в частности для решения задач независимости на мировом потребительском рынке и обеспечения продовольственной безопасности. Особое внимание уделяется роли естественных наук и изучения естественнонаучных дисциплин в формировании инновационного стиля мышления будущих специалистов. Раскрывается опыт кафедры физики и химии Уральского государственного экономического университета по организации учебного процесса по естественнонаучным дисциплинам с использованием современных технологий, технических средств и электронных ресурсов, направленного на развитие инновационного мышления при подготовке кадров для продовольственной отрасли.

Ключевые слова: инновационный стиль мышления; подготовка кадров для пищевых отраслей; продовольственная безопасность страны; учебный процесс в вузе; естественнонаучные дисциплины.

Стратегические цели, поставленные государством в сфере развития пищевых производств: обеспечение устойчивости отрасли и ее независимости от ситуаций на мировом рынке, продовольственной безопасности и высокого уровня конкурентоспособности специалистов на рынке труда – могут быть достигнуты только при существенной перестройке процесса подготовки кадров для этой отрасли. Только высококвалифицированные креативные кадры, которым свойственны инновационный стиль мышления и способность осуществлять инновационную профессиональную деятельность, могут реализовать эти цели и способствовать успешному развитию продовольственной отрасли с доминированием отечественного производства всех ее компонентов.

Инновационный стиль мышления – это направленность мыслительной деятельности на генерирование новых идей, нахождение нестандартных решений сложных проблем, способность моделировать ситуации, определяющиеся множеством факторов и имеющие множество вариантов реализации, проектировать развитие с ориентацией на движущиеся вперед цели, создавать и использовать быстро меняющиеся высокие технологии [2, с. 36; 6]. Такое мышление осуществляет радикальные качественные изменения в сфере своего приложения и является необходимым атрибутом инновационной профессиональной деятельности современного специалиста.

Можно выделить ряд особенностей мышления, характерных для его инновационного стиля:

проблемная центрированность – умение видеть сущность проблем, оценивать проблемные аспекты решаемых задач [12];

междисциплинарность – умение видеть проблемы и возможные пути их решения с точки зрения различных наук, используя смежные и общенаучные подходы [9];

интегративность, системный характер – способность, с одной стороны, – оценить каждый элемент, входящий в структуру объекта (явления или процесса), а с другой – осознать принципы организации этих элементов и системообразующие факторы, представить и осмыслить объект в целом;

иерархичность – умение реализовывать ступенчатый мыслительный процесс, в котором множество сравнительно простых операций на низлежащей ступени обуславливают сложные решения на более высокой ступени мыслительной деятельности;

эмерджентность, синергичность – способность вырабатывать оптимальные решения на основе ряда мыслительных актов, имеющих целью найти это решение, но не приводящих к нему редуктивными путями;

нелинейность – многообразие траекторий мышления, изменение направлений этих траекторий, неоднозначность возможных вариантов находимых решений;

концентрированность – умение сфокусировать мыслительную деятельность на главном, определяющем компоненте и выявить механизм его воздействия на рассматриваемый объект;

надситуативная активность – способность выйти за рамки разрешаемой ситуации, ставить цели более далекие, чем требуются для решаемых задач, тем самым обеспечивая более полное их решение и подготовку к решению задач, которые, возможно, появятся в перспективе;

открытость – стремление не ограничиваться выбранными позиционными установками, готовность воспринимать и находить новые подходы к решению поставленных проблем;

толерантность – умение с пониманием относиться к различным точкам зрения, в том числе, противоположным, видеть и перенимать их конструктивные аспекты;

диалектичность – постоянное развитие, базирующиеся на известных законах диалектики: перехода количественных изменений в качественные, единства и борьбы противоположностей, отрицания отрицания;

критичность – способность к самостоятельной интерпретации поступающей информации на основе анализа и оценки различных ее сторон с позиций логичности, достоверности, очевидности, умения осознавать ошибочность собственных суждений и принять иную точку зрения;

гибкость – умение использовать различные варианты подходов и методов (вплоть до различных методологий) в реализации мыслительной деятельности, свобода от распространенных стереотипов, способность к адаптации к изменяющимся условиям решения проблем и достаточно быстрая реакция на эти изменения, позволяющая найти адекватные оптимальные решения;

прогностичность – умение предвидеть возможные последствия тех или иных решений, интуитивно или рационально оценивать вероятность реализации этих последствий и на этой основе осуществлять опережающее позиционирование, позволяющее не только «идти в ногу со временем», но и «на шаг или несколько шагов вперед» [10];

неординарность – комплекс особенностей, проявляющийся в способности находить нетипичные решения на стыке интуитивного и рационального, сознательного и бессознательного, полученных навыков и природных талантов;

креативность – базирующаяся на повышенной чувствительности к проблемности, противоречивости и дефициту знаний, способность к творчеству, к восприятию и созданию радикально новых идей, отказ от традиционных общепринятых схем мышления [14];

гуманистичность – ориентация мыслительной деятельности на общечеловеческие ценности, реализация достаточно высокого уровня нравственной культуры.

Все перечисленные особенности инновационного стиля мышления обуславливают друг друга, между ними нет четких границ. Тем не менее каждая характеризуется нюансами, наиболее присущими именно ей. Оценка наличия инновационного стиля мышления и уровня его сформированности – сложная проблема, пути решения которой только намечаются. Результаты исследования, проведенного в Бар-Иланском университете (Израиль) [11], позволили выделить три типа инновационного стиля мышления:

эффективный, который преобладает у инноваторов, использующих действующие механизмы и технологии и разрабатывающих инновации в направлении повышения их эффективности;

инкрементный тип – характеризует склонность к пошаговой инновационной деятельности;

радикальный – наиболее революционный и, в известной мере, рискованный – может обеспечить особенно значимые изменения и заметные темпы развития.

Инновационный стиль мышления не формируется спонтанно в любых условиях. Он может быть выработан в ходе длительного процесса обучения и воспитания в соответствующей культурно-образовательной среде, в которой существенную роль играет уровень развития и использования естественнонаучных знаний. Анализ истории развития цивилизации от Античности до наших дней дает немало тому примеров. Не углубляясь в историю, можно бросить взгляд на недавно минувший XX век. Он отчетливо показал роль естественнонаучного образования как важнейшей и наиболее эффективной основы инновационного развития многих отраслей и высоких технологий. Однако в последние годы по целому ряду причин [1] уровень естественнонаучной подготовки заметно понизился. Это коррелирует с уровнем отечественных технологий и производств (в частности, в пищевой отрасли), которые на сегодняшний день не выдерживают конкуренции со многими зарубежными аналогами [4]. Тем не менее, установленный Правительством России курс на поддержку российского производителя, на обеспечение продовольственной независимости и безопасности, может быть реализован только в результате интенсивного развития отечественных технологий, что, в свою очередь, требует инновационных подходов к решению различных проблем и активно функционирующего инновационного мышления. Развитию такого мышления должен способствовать образовательный процесс подготовки квалифицированных кадров в вузе [5]. О значимости естественнонаучных знаний для достижения эффективных результатов в решении подобных проблем свидетельствуют многочисленные исследования, проводимые в этой сфере [3; 8].

Кафедра физики и химии Уральского государственного экономического университета в качестве одной из приоритетных задач ставит создание образовательной среды, способствующей формированию и развитию инновационного стиля мышления студентов, в том числе обучающихся по направлениям бакалавриата, связанным с пищевой отраслью. Инновационный характер учебного процесса по естественнонаучным дисциплинам определяется:

1) выраженной практической ориентацией всех видов учебной работы, достигаемой включением в фундаментальный контент разнообразных приложений общежизненного и профессионального характера, обеспечивающим интеграцию фундаментальной и профессиональной подготовки, выработку таких аспектов стиля мышления, как системность, нелинейность, критичность и др.;

2) использованием современного инструментария, в том числе информационных технологий [13], с учетом оптимальности сочетания виртуального компонента с проведением реального физического или химического эксперимента;

3) многообразием форм работы со студентами (включая их самостоятельную работу), способствующих развитию и реализации в деятельности различных сторон инновационного мышления, в том числе самостоятельности, неординарности, креативности, проблемноцентрированности;

4) вовлечением студентов в научно-исследовательскую деятельность по разнообразным актуальным темам с профессиональной направленностью, в частности связанным с обеспечением продовольственной безопасности;

5) привлечением студентов к организации и проведению конференций, конкурсов, мастер-классов, олимпиад, активным их участием в этих мероприятиях (где, в частности, проявляются различные аспекты конкурентоспособности);

6) индивидуализацией работы с каждым студентом, в ряде случаев – выбором индивидуального образовательного маршрута, обеспечивающего возможность выработки открытости, гибкости, диалектичности мышления.

Важнейшим видом занятий при изучении естественнонаучных дисциплин является лабораторный практикум, который способствует формированию различных сторон инновационного стиля мышления, дает возможность воплотить это мышление в практическую деятельность и апробировать его результативность. Практикум включает различные лабораторные работы, которые не только демонстрируют действие фундаментальных законов природы, но и позволяют проводить исследования физических и химических свойств различных материалов, в частности пищевых продуктов, с использованием современных измерительных приборов. С этой точки зрения показателем практикум по аналитической химии, осуществляющийся с помощью новейших приборов и технологий, в том числе разработанных на кафедре; их инновационность подтверждена авторскими свидетельствами и патентами. Тематика работ непосредственно связана с экологическими проблемами, здоровьесбережением и обеспечением продовольственной безопасности. Уровень работ и используемых технологий, базирующихся на применении электронных ресурсов, позволяет ввести студентов в среду современных аналитических лабораторий и приобщить к проведению актуальных научных исследований [7; 14].

Организация учебного процесса, направленная на формирование инновационного стиля мышления, предусматривает работу с контингентом, проявляющим определенный уровень инновационного потенциала. Конечно, здесь имеет место целый ряд проблем, обусловленных многими причинами и проявляющихся в слабой подготовленности заметной части обучающихся к получению высшего профессионального образования и последующей эффективной профессиональной деятельности. Тем не менее достаточно подготовленные студенты есть, они способны и должны стать инициаторами, активными центрами («пиками») восприятия инновационного процесса обучения, а в последующем – центрами генерации инновационных идей в профессиональной деятельности. Путем многочисленных нелинейных связей эти «пики» будут способствовать повышению уровня «фона», т. е. потенциала остальных учащихся и эффективности процесса в целом, формированию в той или иной мере компонентов инновационного мышления у всего контингента студентов.

Библиографический список

1. Гордеева И. В. Иррационализм мышления как одна из причин негативного отношения к науке // Наука и общество в условиях глобализации. 2015. № 1(2).
2. Деля В. П. Инновационное мышление в XXI веке. Балашиха : Изд-во «Де-По», 2011.
3. Карх Д. А., Степанов В. В., Тихонова Н. В., Тихонов С. Л. Расширение производства обогащенных пищевых продуктов – основа обеспечения продовольственной безопасности // Известия Уральского государственного экономического университета. 2014. № 1(51).
4. Попова Е. Н. Стратегия технологического развития пищевой промышленности России // Современные исследования социальных проблем. 2011. Т. 8, № 4. URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-technologicheskogo-razvitiya-pischevoy-promyshlennosti-rossii>.
5. Смыкалова Л. Д., Туровец Д. Г. Инновационная деятельность в образовательной подсистеме пищевой промышленности // Современные проблемы науки и образования. 2010. № 2. URL : <http://www.science-education.ru/36-1594>.
6. Усольцев А. П., Шамало Т. Н. Понятие инновационного мышления // Педагогическое образование в России. 2014. № 1.

7. Чернышева А. В., Подшивалова Е. М., Стожко Н. Ю. Экспресс-анализ гидрокарбонатных минеральных вод с использованием программного обеспечения // Экоаналитика – 2014 : сб. тез. докл. IX Всерос. конф. по анализу объектов окружающей среды. Светлогорск : Изд-во Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота, 2014.
8. Чузунова О. В., Заворохина Н. В. Перспективы создания пищевых продуктов с заданными свойствами, повышающих качество жизни населения // Известия Уральского государственного экономического университета. 2014. № 5 (55).
9. Ejdyš J., Ustinovičius L., Stankevičienė J. Innovative application of contemporary management methods in a knowledge-based economy – interdisciplinarity in science // Journal of Business Economics and Management. 2015. Vol. 16, no. 1.
10. Ness R. B. Promoting innovative thinking // American Journal of Public Health. 2015. V. 105, no. 1.
11. Passig D., Cohen L. Measuring the style of innovative thinking among engineering students // Research in Science and Technological Education. 2014. Vol. 32, no. 1.
12. Smirnova G. I., Katashov V. G. Features of problem-based module design when developing professional competencies in bachelor students majoring in radio engineering // Review of European Studies. 2015. Vol. 7, no. 5.
13. Stozhko N. Y., Tchernysheva A. V., Mironova L. I. Computer assisted learning system for studying analytical chemistry // Chemistry : Bulgarian Journal of Science Education. 2014. Vol. 23, no. 4.
14. Sun Y. L., Yu T. R., Wang J. H. College students' innovative thinking ability training process and the observation result // Applied Mechanics and Materials. 2014. Vol. 672–674.

Е. Л. Борцова

*кандидат экономических наук, доцент кафедры технологий питания
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Вопросы страхования ответственности исполнителя услуг общественного питания

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы привлечения к ответственности исполнителя услуг общественного питания. Описаны формы привлечения к ответственности: административная и гражданская. Обоснована необходимость реализации дифференцированного подхода в надзоре. Актуализирована необходимость разработки и внедрения страхования ответственности исполнителя услуг общественного питания. Представлены ожидаемые социально-экономические эффекты внедрения страхования ответственности исполнителя услуг. Рассмотрены основные недостатки проекта закона о страховании, предложены изменения к его проекту закона в связи с преемственностью санитарного законодательства и законодательства о техническом регулировании в Российской Федерации.

Ключевые слова: услуги общественного питания; страхование; гражданская ответственность.

Вопросы страхования ответственности исполнителя услуг в части безопасности являются важными в свете перехода надзорных органов к риск-ориентированным технологиям. Это особенно актуально, так как оценка риска активно внедряется в деятельность Федеральной службы в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, что обусловлено реформами в сфере надзорной деятельности благодаря изменениям нормативных документов (например, введение технического регламента ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевых продуктов»), которые касаются защиты прав юридических лиц и решения вопросов о мерах по ликвидации административных ограничений для предпринимателей [6; 7].

Риск-ориентированные модели надзора предусматривают дифференцированный подход к проведению контрольных мероприятий в зависимости от степени риска причинения вреда (ущерба). Дифференцированный подход способствует уменьшению количества объектов надзора и рациональному использованию административных ресурсов [9].

Для подконтрольных объектов с минимальным риском передача надзорных полномочий может быть делегирована в сферу деятельности общественных организаций и уведомительного характера информирования уполномоченных органов. Особую

роль отводят выбору критериев риска, которые включают в себя такие характеристики, как численность персонала, массовость выпуска продукции, наличие и характер нарушений, выявленных при предыдущих проверках и т. п. [2; 7].

В ходе планирования надзорных мероприятий в условиях реализации дифференцированного подхода в качестве критериев могут быть приняты нарушения процедур, регламентированных ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевых продуктов», в доле неудовлетворительных лабораторных проб продукции на предприятиях открытой сети общественного питания на территориях с высокой покупательной способностью Свердловской области [3].

Практика риск-ориентированного подхода в надзоре предусматривает, как минимум, применение административной ответственности к исполнителю несоответствующих по показателям безопасности услуг общественного питания. При этом в мировой практике наблюдается тенденция по уменьшению привлечения к административной ответственности. Такая тенденция обусловлена необходимостью снижения общей административной нагрузки на субъекты хозяйственной деятельности с одновременным повышением уровня эффективности контрольно-надзорной деятельности уполномоченных органов исполнительной власти и регуляторной деятельности в целом. Установлено, что на основании риск-ориентированных подходов применение административной ответственности используется в отношении предприятий с высоким риском выпуска опасной продукции [10].

Контроль за соответствием требований нормативных документов предприятий со средним и ниже среднего уровнями риска должен быть закреплен за общественными организациями. К полномочиям таких организаций относятся:

1) участие в разработке обязательных требований к товарам (работам, услугам), регулирующих отношения в области защиты прав потребителей;

2) проведение независимой экспертизы качества, безопасности товаров (работ, услуг), а также соответствия потребительских свойств товаров (работ, услуг) заявленной продавцами (изготовителями, исполнителями) информации о них;

3) осуществление общественного контроля за соблюдением прав потребителей и направление в орган государственного надзора и органы местного самоуправления информацию о фактах нарушений прав потребителей для проведения проверки этих фактов и др.

Полномочия общественных организаций по защите прав потребителей, наряду с информированием надзорных органов и привлечением к административной ответственности, могут также согласно действующему законодательству привлекать к гражданской ответственности.

Гражданская ответственность согласно ст. 8 п. 1 ГК РФ № 51-ФЗ наступает в случае нарушения гражданских прав и обязанностей, возникающих из договоров и иных сделок, а также вследствие причинения вреда другому лицу.

Основанием для возмещения вреда согласно ст. 1095 ГК РФ является причинение вреда вследствие недостатков товара, работы или услуги. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу гражданина либо имуществу юридического лица вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара, работы или услуги, а также вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге), подлежит возмещению юридическим лицом или должностным лицом и/или исполнителем независимо от их вины и от того, состоял ли потерпевший с ними в договорных отношениях или нет.

Гражданская ответственность на практике реализована посредством страхования юридических и/или физических лиц. Что касается страхования ответственности про-

изготовителя в части качества и безопасности пищевых продуктов, то в настоящее время эти вопросы изучены недостаточно глубоко, не имеют научно-методической основы, что является барьером на пути внедрения этого вида страхования на практике.

Согласно ст. 931 ГК РФ страхование гражданской ответственности предусматривает необходимость подписания договора страхования. Договор может быть заключен в пользу лиц, которым может быть причинен вред (выгодоприобретателей), даже если договор заключен в пользу страхователя или иного лица, ответственных за причинение вреда [1].

Экономическая природа страхования как инструмента управления риском обусловлена следующими характеристиками:

1) совокупности отношений по предупреждению и преодолению чрезвычайных событий и по возмещению ущерба;

2) совокупности отношений субъекта и объекта страхования на основе взаимосвязанных подходов к защите социальных интересов физических и юридических лиц при наступлении определенных событий за счет использования целевых денежных фондов, уплачиваемых ими страховых взносов;

3) случайный характер проявления неблагоприятного события, необходимость предотвращения, ограничение воздействия рискованных ситуаций и компенсация их последствий;

4) совокупности распределенных и перераспределенных отношений, связанных с преодолением и возмещением потерь, наносимых общественному производству и жизненному уровню населения.

Реализация страхования ответственности производителя в проекте Федерального закона «О санитарно-эпидемиологическом благополучии» возможна при соблюдении следующих принципов:

1) гарантированность возмещения вреда, причиненного окружающей природной среде, жизни, здоровью или имуществу потерпевших, в пределах, установленных настоящим Федеральным законом;

2) всеобщность и обязательность осуществления санитарно-эпидемиологического страхования;

3) недопустимость осуществления на территории Российской Федерации деятельности по реализации населению товаров (работ, услуг), изготовитель (исполнитель, продавец) которых не исполнил установленную настоящим Федеральным законом обязанность по страхованию своей гражданской ответственности;

4) экономическая заинтересованность изготовителей (продавцов, исполнителей) в повышении качества изготавливаемых товаров (работ, услуг) [8]. Проект закона об обязательном страховании позволяет привлекать к гражданской ответственности в рамках обязательного страхования ответственности при нарушении санитарного законодательства. Это противоречит сложившейся тенденции, как минимум, по двум аспектам.

Во-первых, замещение функций надзорных организаций контролем со стороны общественных организаций и обязательным страхованием ответственности производителя за качество и безопасность продукции не позволяет четко разграничить ответственность производителя с различными уровнями рисков. Страхование должно носить добровольный характер, что обусловлено экономическими мотивами защиты социальных интересов физических и юридических лиц, так как позволяет страхователю обеспечить наступление ответственности из источников целевых денежных фондов, уплачиваемых при наступлении страхового случая.

Во-вторых, страхование ответственности производителя согласно проекту закона предусматривает ответственность только в рамках санитарного законодательства,

где не заложены механизмы оценки риска выпуска безопасной продукции, как это предусмотрено в законодательстве о техническом регулировании. Иными словами, любое нарушение санитарного законодательства позволяет привлечь к ответственности изготовителя не по причине нанесения непреднамеренного ущерба имуществу или здоровью юридического и/или физического лица, а по причине несоответствия пунктам санитарного законодательства, которое не носит вероятностного характера выпуска опасной продукции и предполагает, что любое несоответствие влечет вред. Таким образом, в проекте закона вопросы экономической заинтересованности представлены неоднозначно.

Несмотря на указанные несоответствия, существует преемственность между санитарным законодательством и законодательством по техническому регулированию. В связи с преемственностью законодательства экспертным путем проведена работа по установлению взаимосвязи между санитарными правилами СП 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья» и процедурами технического регламента ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [4; 5].

Таким образом, в связи с преемственностью законодательства необходимо проект закона актуализировать. Установлено, что в редакции проекта закона 2007 г. страховым случаем является факт установления обязанности страхователя в силу гражданского законодательства РФ возместить вред, причиненный жизни, здоровью, имуществу физических и юридических лиц, а также окружающей природной среде в результате непреднамеренного нарушения санитарно-эпидемиологических норм. Согласно проекту закона страховым случаем, т.е. фактом возмещения вреда, признаются следующие:

а) отклонения в свойствах отдельных производимых (продаваемых) товаров от свойств образцов, в отношении которых проводились исследования на соответствие санитарно-эпидемиологическим нормам;

б) несоответствие условий производства товаров (работ) или оказания услуг санитарно-гигиеническим нормам после проведения санитарно-гигиенического обследования и экспертизы;

в) несоответствие реконструированных и построенных объектов нормам, заложенным в проектных материалах в отношении систем отопления, вентиляции и кондиционирования, или нарушения режима эксплуатации перечисленных систем после санитарно-гигиенического обследования и экспертизы этих систем;

г) непредставление полной и/или достоверной информации о товаре (работе, услуге).

Важно подчеркнуть, что административная ответственность наступает в случае выявленного нарушения либо надзорными органами, либо общественными организациями, которые передают информацию о нарушениях последним. При этом согласно Закону РФ № 2300-1 от 7 февраля 1992 г. «О защите прав потребителей» защита прав потребителей, возникающая вследствие наступления гражданско-правовых последствий действий исполнителя, может быть реализована посредством обращения с иском в суд. Такой механизм защиты прав потребителей является, с одной стороны, недостаточно эффективным и не всегда представляется возможным доказать факт нарушения прав потребителей, особенно в части оказания услуг общественного питания, так как к свойствам услуги относят ее несохраняемость и нематериальность. Это обуславливает сложность представления в суде фактов нарушения прав потребителей. При переходе на риск-ориентированные модели надзора страхование исполнителем

гражданской ответственности как досудебный инструмент защиты представляется наиболее перспективным гарантом защиты прав потребителей.

Современная практика привлечения к ответственности изготовителя, как уже ранее отмечалось, представлена преимущественно привлечением надзорными органами к административной ответственности. Возмещение вреда жизни и здоровью физических лиц в связи с потреблением несоответствующей продукции реализуется в форме так называемого потребительского экстремизма, как правило, по договоренности между потребителем и изготовителем, не всегда в правовом поле. Отсутствие правового оформления возмещения вреда потребителю сопряжено с рисками, как со стороны потребителя, так и со стороны изготовителя. Риски потребителя могут быть обусловлены неполным возмещением физического и/или имущественного вреда, либо отсутствием как такового возмещения. Риски изготовителя сопряжены с отсутствием обоснованных размеров возмещения и возможностью проведения внеплановых надзорных мероприятий по жалобе потребителя, содержание которой может быть не связано с причинением вреда физическому лицу. Отсюда – необходимость разработки страхования гражданской ответственности как инструмента защиты от потребительского экстремизма.

Наступление страхового случая может быть реализовано одновременно с привлечением к административной ответственности изготовителя. В этой связи допускается преемственность между страховым случаем и несоответствиями достаточными для наступления административной ответственности.

Рассмотрим вопросы наступления ответственности изготовителя при страховании, которые заложены в законодательстве о техническом регулировании и на примере привлечения к административной ответственности. Административная ответственность наступает, например, согласно п. 14.43 КоАП в случае нарушения изготовителем, продавцом требований технических регламентов. В качестве объектов технического регулирования согласно ТР ТС 021/2011 выступают продукция и процессы ее производства, а именно: производство (изготовление), хранение, перевозка (транспортирование), реализация пищевых продуктов, утилизация.

Привлечение к ответственности изготовителя за нарушение требований ТР ТС 021/2011

Ответственность		
изготовителя	административная	гражданская
Гражданина Должностного лица	Статья 14.43 (ч. 1) – нарушение изготовителем обязательных требований к продукции и процессам, связанным с требованиями к ней	Статья 1095 ГК РФ – возмещение имущественного вреда физическому и юридическому лицу
Юридического лица		
Гражданина Должностного лица	Статья 14.43 (ч. 2) действия, предусмотренные ч. 1, повлекшие причинение вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений либо создавшие угрозу причинения вреда жизни или здоровью граждан, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений	Статья 1095 ГК РФ – возмещение физического вреда физическому лицу
Юридического лица		

Согласно представленным в данной таблице сведениям ответственность, как административная, так и гражданская, распространяется на юридические лица, должностные лица и граждан.

Социально-экономический эффект от внедрения страхования ответственности исполнителя услуг общественного питания учитывает интересы всех участников экономического процесса. Потребители получают гарантии реализации законных прав на потребление качественных и безопасных услуг. Предприниматели освобождаются от

потенциальных экономических выплат в случае наступления риска выпуска опасной продукции, что влечет необходимость возмещения физического или имущественного вреда. Государство благодаря реализации механизмов страхования снижает нагрузки на федеральный бюджет по проведению экспертиз органами Роспотребнадзора, количеству надзорных мероприятий, создается условия для эффективной реализации требований технических регламентов.

Библиографический список

1. *Абрамов В. Ю.* Страхование теория и практика. М. : Волтерс Клувер, 2007.
2. *Информация* о проведенных проверках // Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области. URL : http://www.66.rosпотребнадzor.ru/241/-/asset_publisher (дата обращения : 27.01.2013 г.).
3. *Мажеева Т. В., Борцова Е. Л., Пермяков Е. В.* Моделирование оценки риска страхования услуг и продукции общественного питания социальной сети школьного и студенческого питания в рамках технического регулирования Таможенного союза // Научное обозрение. 2014. № 12. Ч. 3.
4. *Методические* подходы организации надзора за требованиями Технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» : метод. рекомендации ФБУН ЕМНЦ ПОЗРПП Роспотребнадзора. Екатеринбург, 2014.
5. *Методические* подходы к организации оценки процессов производства (изготовления) пищевой продукции на основе принципов ХАССП : метод. рекомендации Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. М., 2014.
6. *Онищенко Г. Г., Попова А. Ю., Зайцева Н. В., Май И. В., Шур П.* 3. Анализ риска здоровью в задачах совершенствования санитарно-эпидемиологического надзора в Российской Федерации // Анализ риска здоровью. 2014. № 2.
7. *Онищенко Г. Г.* Оценка и управление рисками для здоровья как эффективный инструмент решения задач обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения Российской Федерации // Анализ риска здоровью. 2013. № 1
8. *Проект* Федерального закона «Об обязательном санитарно-эпидемиологическом страховании» / Ассоциация БАД и специализированных продуктов питания. URL : http://www.assoc-bad.ru/san_epid_strah.htm (дата обращения : 15.04.2013 г.).
9. *Проект* Концепции повышения эффективности контрольно-надзорной деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления на 2014–2018 годы / Мин-во экон. развития Ставроп. края. URL : <http://www.stavinvest.ru/index.php?page=Proekt-kontseptsii-povisheniya-effektivnosti-kontrolnoy-nadzornoj-deyatelnosti-organov-gosudarstvennoy-vlasti-i-organov-mestnogo-s> (дата обращения : 15.04.2013 г.).
10. *Просветов В.* Обзор европейской системы страхования обязательной ответственности за продукт. М. : Изд-во «Теис», 2005.

Л. А. Донскова*кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, профессор кафедры товароведения и экспертизы
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Продовольственные товары как объекты интеллектуальной собственности: состояние, проблемы и перспективы развития

Аннотация. Рассмотрены состояние, проблемы и перспективы развития рынка продовольственных товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности. Актуальность темы, прежде всего, связана с необходимостью защиты потребителей от контрафактной, фальсифицированной, некачественной и опасной продукции. Доля контрафактных товаров на продовольственном рынке, по данным разных авторов и на основе статистических данных, в среднем составляет 30%, и это уже представляет угрозу здоровью и жизни населения. На наш взгляд, рассмотрению продовольственных товаров как объектов интеллектуальной собственности не уделяется должного внимания. В статье рассмотрены барьеры, препятствующие защите объектов интеллектуальной собственности, в том числе продовольственных товаров. На основе аналитического обзора литературы по заявленной тематике и собственных исследований определены основные направления совершенствования механизма в области защиты рынка от контрафактной продукции.

Ключевые слова: продовольственные товары; контрафактный товар; фальсификация; интеллектуальная собственность; защита; таможенный союз.

Структура рынка в современных условиях имеет устойчивую тенденцию к росту сегмента рынка интеллектуальной собственности; предполагается, что ее доля в ближайшем будущем достигнет, по данным В. Н. Лопатина, 15% ВВП [8, с. 63].

Инновационное развитие цивилизованного рынка интеллектуальной собственности давно признано в таких странах, как США, Япония, Германия, с середины 1990-х годов в Китае, в 2010 г. – в РФ, в 2011 г. – в Европейском Союзе. Сегодня лидирующие позиции в мировой торговле интеллектуальной собственностью занимают страны АТЭС: США, Япония и Китай [8, с. 63].

Необходимость обеспечения защиты прав продовольственных товаров как объектов, содержащих интеллектуальную собственность, обусловлена, прежде всего, постоянным увеличением объема объектов интеллектуальной собственности (ОИС) и требованиями со стороны мирового сообщества к организации действенной защиты прав на ОИС, а также необходимостью защиты потребителя от контрафактных, некачественных товаров. Наиболее серьезная угроза, по мнению экспертов Высшей школы экономики [7, с. 159], заключается в том, что под прикрытием оригинальной продукции в ряде рыночных сегментов осуществляется относительно массовый ввоз подделок и фальсифицированной продукции. Создание единого экономического пространства осложняет ситуацию контроля над ввозом и распространением контрафактной продукции. Особенно это касается ситуации в Казахстане [7, с. 159].

Участие Российской Федерации в процессах международной экономической интеграции, вступление во Всемирную торговую организацию и членство в Евразийском экономическом пространстве вызывают опасение у экспертов вследствие возможного поступления на территорию Российской Федерации некачественной, фальсифицированной, контрафактной и опасной продовольственной продукции [3, с. 82]. Экономическая интеграция, по данным О. М. Кузьменко и др. [5, с. 723], способствует не только созданию благоприятных условий для иностранных инвестиций, но и широкому потоку на внутренний рынок дешевой и зачастую недоброкачественной продукции. Наиболее чувствительными товарами, которые могут больше всего пострадать от либерализации торговых правил, являются практически все продовольственные товары.

В то же время, как указывает М. В. Тюнин [9, с. 706], на международном уровне материально-правовой аспект интеллектуальной собственности урегулирован в отно-

сительно малой степени, а доля контрафактной продукции на продовольственном рынке достаточно велика. До 30% представленных на рынке продуктов питания – контрафактный товар (официальная статистика 2013 г.). Специалисты считают, что доля контрафактной алкогольной продукции в России составляет до 40% объема реализуемой продукции; чая и кофе – до 30%, мясных и молочных консервов – от 30 до 50%. Объем контрафактной продукции в Российской Федерации по различным товарным категориям составляет от 30 до 90% [10, с. 35]. По оценкам Международной торговой палаты, торговля контрафактной продукцией во всем мире составляет 5–7% объема всей международной торговли товарами, что в абсолютных величинах составляет порядка 500 млрд дол. в год [2, с. 49].

Борьба с контрафактом становится одной из актуальных стратегических проблем безопасного инновационного развития страны, регионов, мегаполисов.

Производство и распространение контрафактной продукции все еще остается благоприятной экономической средой для криминального предпринимательства. В основе развития производства контрафактной продукции лежат быстрая окупаемость средств, затраченных на производство пиратской продукции, низкая степень риска, существующие пробелы в правоприменительной практике законодательства о защите авторских прав, а также слабый уровень информированности общественности о своих правах и способах их защиты [1, с. 10].

От подделок страдают как крупные производители, так и представители малого и среднего бизнеса; государственный бюджет ежегодно недополучает миллиарды потенциальных налоговых поступлений.

В целом решение проблемы распространения контрафактной продукции заключается в том, чтобы не только выявлять и пресекать ее оборот, но и последовательно находить и реализовывать такие экономические рычаги, которые, с одной стороны, могли бы постепенно вытеснять с рынка контрафактную продукцию, а с другой – проводить воспитательную работу среди населения [4, с. 18].

Необходимо отметить, что привлекательности контрафактной продукции из-за ее более низкой стоимости долгое время способствовал общий низкий уровень жизни населения. И сегодня многие граждане считают вполне допустимыми приобретение и использование «безобидной» контрафактной аудио- и видеопродукции, одежды, но в то же время негативно относятся к присутствию на рынке такой поддельной продукции, которая способна негативно влиять на жизнь и здоровье людей. Конечно, в первую очередь это касается продовольственных товаров. В борьбе с контрафактной продукцией уже предприняты определенные действия, ужесточена ответственность за производство или продажу контрафактных и немаркированных товаров, установлены новые штрафные санкции за производство, приобретение, хранение, перевозку или сбыт немаркированных товаров.

По-прежнему основным инструментом защиты прав на интеллектуальную собственность является Таможенный реестр. Федеральная таможенная служба ведет таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности, который формируется на основании заявлений правообладателей и способствует предотвращению ввоза на таможенную территорию Таможенного союза контрафактной продукции. По состоянию на 9 августа 2013 г. в нем зарегистрировано 2 918 объектов интеллектуальной собственности [10, с. 36]. В товарной структуре Таможенного реестра преобладают алкогольная продукция (27%), кондитерские изделия (20%), продукты питания (13%). Среди включенных в Таможенный реестр имеются товарные знаки таких всемирно известных продовольственных компаний, как Unilever, Hennessy, Martini Baccardi, Columbia, и т. д. Следует отметить, что порядка 60% общего объема товарных знаков

принадлежит российским правообладателям, среди которых значительная доля приходится на российские кондитерские фабрики [5, с. 726].

Деятельность ФТС России высоко оценивается как международными организациями в лице Всемирной таможенной организации, Международной федерации производителей фонограмм, так и различными исследованиями. Несмотря на то, что результаты выявления контрафактных товаров более скромные, чем у таможенников в ЕС, где выявлено около 180 млн ед. (в КНР – 70 млн ед.; в США – сумма выявленных контрафактных товаров равна 250 млн дол.), можно говорить об определенном прогрессе в этом направлении [5, с. 726]. Если в 2011 г. таможенные органы РФ выявили 9,3 млн ед. контрафактной продукции, то в 2012 г. – уже 19,3 млн ед. (всего с 2007 г. выявлено 68,5 млн ед. такой продукции). В списке контрафактных товаров чаще всего выступали одежда, обувь, кондитерские изделия, игрушки, косметические средства, автозапчасти [10, с. 34]. Для сравнения: в Таможенных реестрах Белоруссии и Казахстана зарегистрированы 44 и 114 товарных знаков соответственно против почти 3 000 объектов в Российском реестре. Правоприменительная практика тоже весьма скудна – в 2009 г. таможенными органами Казахстана было выявлено менее 3 тыс. ед. контрафактных товаров, за I квартал 2010 г. – 100 ед. В Белоруссии таких задержаний не было [5, с. 729]. Таким образом, работа с правообладателями в Белоруссии и Казахстане находится пока на стадии «зарождения».

Несмотря на активные действия со стороны Федеральной таможенной службы и ее подразделений, остается слабым звеном методология оценки объектов, попадающих под понятие «контрафактный товар».

Для борьбы с контрафактной продукцией необходимо объединять усилия органов государственной власти, добросовестных производителей различных видов продукции, общественных объединений предпринимателей, системы торгово-промышленных палат РФ. Заслуживает внимания идея о создании единого центра, который анализировал бы и координировал деятельность всех органов, осуществляющих надзор за производством и распространением контрафактной и фальсифицированной продукцией. Мы согласны с мнением М. В. Тюнина [9, с. 708] о том, что является целесообразным проведение в рамках Таможенного союза работы по унификации соответствующего законодательства государств-членов в целях выработки единых принципов регулирования вопросов интеллектуальной собственности и единого понятийного аппарата. Требуют устранения такие барьеры, как непризнание странами-участницами Таможенного Союза национальных товарных знаков, проблемы использования механизма защиты на таможенной границе товарных знаков. Еще один барьер, как указывает О. М. Курочкина, – конфликты при использовании ретроспективных товарных знаков, например по группе кондитерских товаров, решением которого, как один из вариантов, может служить преобразование ретроспективных товарных знаков, использовавшихся до 1 января 1992 г. в единые товарные знаки Таможенного союза [6, с. 14].

Несомненно, именно таможенные органы в большинстве случаев могут предотвратить ввоз контрафактных товаров на таможенную территорию Таможенного союза или их вывоз в другие государства. Вот почему задачи в борьбе с незаконным оборотом объектов интеллектуальной собственности в условиях функционирования Единого экономического пространства возлагаются именно на таможенные органы. Согласно ст. 6 Таможенного кодекса Таможенного союза таможенные органы обеспечивают защиту прав интеллектуальной собственности на таможенной территории Таможенного союза в пределах своей компетенции [9, с. 180].

При изучении вопроса защиты таможенными органами прав на объекты интеллектуальной собственности были выявлены проблемы, не позволяющие в полной мере реализовывать эти функции. Например, на данный момент не существует кон-

кретных регламентированных критериев определения признаков контрафактного товара. Получается, что при определении наличия контрафактного товара сотрудник таможенного органа должен полагаться на свое субъективное мнение.

Считаем необходимым отметить следующее. Изучение Таможенного регистра показало, что при регистрации объектов интеллектуальной собственности уже допускается некоторое смешение отдельных элементов с помощью которых формируется интеллектуальная собственность, например, в отношении алкогольной продукции: название алкогольного напитка, включающего слово «аист» встречается не один раз («Жемчужный аист», «Аист полей», «Черный аист» и т. д.), многократно повторяются названия со словом «сердце», «кровь» и т. д. Назрела необходимость разработки требований к выбору названий продукции и более жестких требований к обозначению оригинальности.

С учетом того, что одна из проблем, которая не позволяет в должной мере контролировать и выявлять контрафактную продукцию – это низкая регистрация товарных знаков правообладателями в Реестре объектов интеллектуальной собственности, целесообразным считаем привлечение представителей бизнеса для регистрации своих торговых марок. Для эффективной реализации таможенными органами мер, направленных на борьбу с контрафактной продукцией, особое значение имеют организация и постоянное развитие сотрудничества с правообладателями. Эффективность защиты прав интеллектуальной собственности таможенными органами во многом зависит именно от качества и полноты информации, предоставляемой правообладателями. Именно владельцы прав, в основном, являются источником сведений о контрафактных товарах и нарушителях, и именно сведения, поступающие от правообладателей, позволяют таможенным органам идентифицировать товары, перемещаемые через таможенную границу, выявлять товары, обладающие признаками контрафактных. Это необходимо, прежде всего, для самих участников ВЭД, так как продукцию, с зарегистрированным в Реестре товарным знаком, намного легче защитить от контрафакта. И соответственно можно значительно снизить моральный и материальный ущерб законных правообладателей.

Целесообразным считаем также организацию проведения учебных занятий на постоянной основе с должностными лицами таможенных органов региона, участвующими в процессе оформления товаров, так как проблемой можно назвать и недостаточность знаний у должностных лиц таможенных органов по идентификации контрафактной продукции. Такого рода обучения необходимо проводить в таможнях, в зоне деятельности которых предполагается ввоз или вывоз контрафактной продукции. Здесь значительную помощь окажут разработанные методические и справочные материалы по идентификации контрафактной продукции.

С целью идентификации товаров, содержащих ОИС, на предмет наличия признаков контрафактности назначается экспертиза. При этом одним из важнейших вопросов, разрешаемых в процессе экспертизы ОИС, является определение сходства до степени смешения исследуемого объекта с оригинальной продукцией.

В настоящее время методической основой производства экспертиз ОИС, применяемой экспертами, является сравнительный анализ объектов исследования на базе критериев, утвержденных приказом Роспатента. Таким образом, существует необходимость разработки ведомственных методических базовых подходов, которые должны использоваться при производстве таможенных экспертиз, что, несомненно, должно повысить их доказательную силу при рассмотрении в судебных процессах.

Особое внимание должно быть уделено и профессиональной подготовке таможенных экспертов по программам, где предметом экспертизы выступает выявление признаков контрафактной продукции.

В заключение хотелось бы отметить, что таможенными органами принадлежит важная роль в защите прав интеллектуальной собственности при перемещении товаров через таможенную границу Таможенного союза. Существующий механизм защиты прав интеллектуальной собственности таможенными органами является основным барьером на пути проникновения контрафактной продукции на таможенную территорию стран Таможенного союза.

Эффективная реализация таможенными органами системы мер защиты прав интеллектуальной собственности и дальнейшее совершенствование механизма борьбы с контрафактной продукцией, использование международного опыта защиты объектов интеллектуальной собственности будут способствовать предотвращению оборота контрафактной продукции на таможенной территории Таможенного союза и, главное, – позиционированию государств, образовавших Единое экономическое пространство, к способным обеспечить и гарантировать защиту прав интеллектуальной собственности как национальным, так и зарубежным производителям.

Библиографический список

1. Агамагомедова С. А. Деятельность органов внутренних дел в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности // Известия высших учебных заведений. Поволжский район. Общественные науки. 2012. № 4(24).
2. Ворожейкина А. Г., Юсуфов А. Ш. Рынок контрафактной продукции и его структура в России и за рубежом // Интеллектуальная собственность. Контрафакт. Актуальные проблемы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. В. Н. Лопатина. Т. 2. М. : Юрайт, 2009.
3. Донскова Л. А. Проблемы обеспечения таможенными органами качества и безопасности импортных продовольственных товаров // Таможенная служба : экономические слагаемые успеха, курс на сотрудничество : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 16–17 октября 2013 г.). Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2013.
4. Карпова Н. Н. Интеллектуальная собственность и ВТО // Российское предпринимательство. 2012. № 2(200). URL : <http://old.creativeconomy.ru/articles/22773>.
5. Кузьменко О. М., Шурыгин С. Н., Ашурков О. М. Проблемы защиты прав интеллектуальной собственности в условиях Таможенного союза // Государственное управление в XXI веке : традиции и инновации : материалы IX Междунар. конф. (Москва, 25–27 мая 2011 г.). М. : Изд-во Московск. ун-та, 2011. Ч. 1.
6. Курочкина О.Л. Барьеры, препятствующие свободному перемещению товаров на территории России – Беларуси – Казахстана и предложения по устранению данных барьеров // Интеллектуальная собственность – XXI век : материалы VI Междунар. форума. М., 2013.
7. Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России] : аналит. отчет / отв. ред. В. В. Радаев. М.: НИУ – ВШЭ, 2011.
8. Лопатин В. Н. О состоянии правовой охраны, использования и защиты интеллектуальной собственности в странах СНГ в 2012 г. // Инновационное развитие через рынок интеллектуальной собственности : сб. док. и материалов / под ред. В. Н. Лопатина. М., 2013.
9. Тюнин М. В. Регулирование прав интеллектуальной собственности на единой таможенной территории // Государственное управление в XXI веке : традиции и инновации : материалы IX Междунар. конф. (Москва, 25–27 мая 2011 г.). М. : Изд-во Московск. ун-та, 2011. Ч. 1.
10. Шурыгин С. Н. Защита прав интеллектуальной собственности таможенными органами // Интеллектуальная собственность – XXI век : материалы VI Междунар. форума. М., 2013.

Н. В. Заворохина*доктор технических наук, доцент, профессор кафедры технологий питания
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Перспективы использования безалкогольных напитков в качестве основы для придания заданных свойств

Аннотация. Статья посвящена анализу перспектив использования безалкогольных напитков в качестве основы для придания им заданных функциональных свойств, в том числе способных влиять на уровень алиментарных заболеваний населения России. Систематизированы причины тотального дефицита функциональных напитков на рынке РФ по субъектам влияния, определены основные направления расширения ассортимента функциональных напитков. Приведены данные о рынке функциональных напитков в России и за рубежом. Показана роль безалкогольных функциональных напитков в коррекции пищевого статуса потребителей любых возрастных групп, определена роль разработки напитков с заранее заданными свойствами.

Ключевые слова: безалкогольный напиток; функциональный; заданный; свойство.

Питание оказывает определяющее влияние на здоровье нации. Многие страны, в том числе РФ, приняли и внедряют национальные концепции государственной политики в области здорового питания. Реализация данной концепции включает в себя создание обогащенных пищевых продуктов и улучшение структуры питания населения. При этом главное внимание обращается на соответствие состава пищевых продуктов общепринятым медико-биологическим требованиям.

Одна из задач государственной политики РФ в области здорового питания – задача «развития производства пищевых продуктов, обогащенных незаменимыми компонентами, ... продуктов функционального назначения, ..., в том числе для питания в организованных коллективах» [1].

Как показывают сегодняшние реалии, для восстановления здоровья нации недостаточно только производить функциональные продукты, необходимо обеспечить массовость их употребления всеми группами населения. Для решения данной проблемы необходимо, чтобы функциональный продукт был популярен, востребован потребителем, отвечал предпочтениям целевой аудитории. Главным толчком к популяризации полезного пищевого продукта, может стать только высокая степень удовлетворенности ожиданий потребителя [2].

Вопросы моделирования (конструирования) пищевых продуктов с заданными свойствами рассматривали многие отечественные и зарубежные ученые. В зарубежной практике основной целью таких исследований является повышение конкурентоспособности продукта на рынке; в РФ особое внимание также уделяется функциональной направленности, позволяющей решать задачи социального характера.

Согласно ГОСТ Р 52349-2005 «Продукты пищевые. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения» обогащенным продуктом может называться «функциональный пищевой продукт, получаемый добавлением одного или нескольких функциональных пищевых ингредиентов (ФПИ) к традиционным пищевым продуктам в количестве, обеспечивающем предотвращение имеющегося в организме человека дефицита питательных веществ и/или собственной микрофлоры» [3].

Данный ГОСТ также дает определение функционального продукта – это «пищевой продукт, предназначенный для систематического употребления в составе пищевых рационов всеми возрастными группами здорового населения, обладающий научно обоснованными и подтвержденными свойствами, снижающий риск развития заболеваний, связанных с питанием, предотвращающий дефицит или восполняющий имеющийся в организме человека дефицит питательных веществ, сохраняющий и улучша-

ющий здоровье за счет наличия в его составе функциональных пищевых ингредиентов» [3].

В настоящее время на российском рынке обогащенные и функциональные продукты составляют не более 5,6% всех пищевых продуктов, однако в ближайшие десятилетия, по прогнозам, их доля достигнет 30% продовольственного рынка, при этом они на 35–50% вытеснят многие традиционные лекарственные препараты [4].



Систематизация причин дефицита функциональных напитков на рынке Российской Федерации по субъектам влияния

Низкая популярность и сложности продвижения функциональных напитков на рынок имеют несколько причин, систематизация по субъектам влияния которых (см. рисунок) рассмотрена ниже:

1) отсутствие финансовой государственной поддержки, направленной на снижение стоимости и достижение массовости употребления при выпуске функциональных напитков, например, в виде пониженной ставки налогообложения;

2) низкая заинтересованность производителя в производстве функциональных напитков в силу трудности прогнозирования спроса и реакции потребителя на данный продукт, а также долгосрочности получения прибыли и больших финансовых рисков производителя еще до вывода продукта на рынок из-за длительности процедуры получения санитарно-эпидемиологического заключения, проведения клинических испытаний;

3) длительный срок «узнавания» продукта потребителями и необходимость значительных финансовых вложений для продвижения данной продукции и ознакомления потребителей с ее свойствами;

4) сложность технологии и отсутствие унифицированного оборудования для производства функциональных напитков и, как следствие, высокая себестоимость напитков, так как большие первичные финансовые вложения приводят к высокой стоимости за единицу продукта при непрогнозируемом ее спросе у населения;

5) узкая направленность физиологических ФПИ, сложность технологии их получения и, как следствие, невозможность производства функциональных напитков в федеральных масштабах.

Парадокс заключается в том, что российский потребитель готов употреблять полезные функциональные продукты, вкус и стоимость которых отвечает его ожиданиям, но рынок таких продуктов в России практически не сформирован.

Доля функциональных напитков на российском рынке составляет не более 2,1% [5], тогда как доля газированных напитков, в составе которых смесь подсластителей, пищевые синтетические красители, консерванты, эмульгаторы, стабилизаторы и прочие пищевые добавки составляет более 30% рынка [5]. Данные напитки легки в производстве, не требуют особых технологических режимов (пастеризации, варки и фильтрации сахарного сиропа, инверсии), имеют низкую себестоимость и высокую рентабельность для производителя, что и обуславливает массовость их производства, тогда как использование ФПИ в требуемых для профилактического действия количе-

ствах зачастую негативно сказывается на органолептических характеристиках напитка, требует особых технологических режимов, особых условий транспортирования и хранения.

В переходный период, когда рынок функциональных напитков еще не сформирован, а потребность уже существует, использование в научно обоснованных количествах того или иного растительного экстракта, витаминного премикса, минеральных солей позволяет создать новые напитки с заданными свойствами целевого назначения – тонизирующие, профилактические, антиоксидантного действия, обладающие высокими потребительскими свойствами, напитки здорового питания.

Наряду с функциональными и обогащенными напитками, популяризация которых затруднена по указанным выше причинам, возможно моделирование рецептур безалкогольных напитков массового употребления с высокими потребительскими свойствами, имеющих состав, отвечающий как ольфакторно-вкусовым предпочтениям потребителей, так потребностям общества и задачам государства.

Данные продукты могут корректировать основные недостатки современного ассортимента напитков – массовое использование смеси подсластителей с преобладающим содержанием сахара натрия, низкую витаминизацию, малое количество используемых натуральных компонентов (пектинов, клетчатки), использование искусственных пищевых красителей и консервантов.

Сегодня при выводе на рынок нового, в том числе функционального, продукта ставки делаются в большей степени на маркетинговые составляющие проекта – позиционирование, рекламу, анализ потребительских предпочтений в отношении внешнего вида и формата упаковки, цветового дизайна этикетки, рекламного слогана. Однако, согласно маркетинговым исследованиям потребительских мотиваций, вкус занимает второе место по значимости среди стимулов к покупке пищевого продукта, уступая лишь цене. Моделируя рецептуру напитка с заданными свойствами, следует обязательно учитывать комплекс факторов, влияющих на сенсорные реакции и предпочтения потребителей.

Сегодня теория адекватного питания, выдвинутая учеными XX века и заключающаяся в правильном подборе жиров, белков, углеводов и макроэлементов в рационе населения России, является определяющей, но недостаточной. Реалии современной жизни диктуют необходимость перехода к теории оптимального питания, в которой ведущая роль отводится минорным компонентам пищи, эссенциальным веществам, способным участвовать в метаболизме и регулировать целый ряд биохимических реакций в организме человека.

Возможности современной пищевой инженерии и технологического инструментария достаточно широки – появляются новые натуральные пищевые ингредиенты, которые обладают отличными органолептическими характеристиками, высокой термостабильностью и сохраняемостью свойств, что позволяет использовать высокотехнологичные методы термообработки, повышения срока годности данных продуктов. Использование современных видов сырья и технологических приемов без ущерба для сохранности позволяет создать напиток с широкой гаммой необходимых потребителю качеств, в том числе напитки функциональной направленности.

Органолептические характеристики, соответствующие ожиданиям потребителя, увеличение срока годности, а следовательно, снижение финансовых затрат при логистических операциях, а также повышение интереса торгового предприятия к данному продукту с учетом высокой сохранности потребительских свойств товара – вот перечень факторов, гарантирующих востребованность товара потребителями и прибыль для производителя. Использование мощностей и каналов дистрибуции производителя

массового пищевого продукта открывает большие возможности для популяризации функциональных безалкогольных напитков.

Основное предназначение безалкогольных напитков – восполнение потерь жидкости, потерянной человеком в процессе жизнедеятельности. Входящие в состав напитков углеводы, органические кислоты, витамины, минеральные вещества и БАВ способствуют снижению дефицита в этих компонентах. С потребительской точки зрения наиболее важны имеют способность напитков утолять жажду и их вкус.

Обеспечение рынка напитками с заданными свойствами позволяет направленно корректировать пищевой статус потребителей любых возрастных групп.

Популярность и уровень потребления напитков, в основном, формируются в соответствии с исторически сложившимися, национальными особенностями и традициями населения. Большое влияние на рынок безалкогольных напитков оказывают такие критерии, как степень развитости технологий, использование маркетинговых коммуникаций экономические возможности населения, а также знания населения о составе и свойствах самих напитков. При этом ольфакторно-вкусовые достоинства напитка являются одним из основных факторов при его покупке.

Обзор отечественной и зарубежной литературы в данной области показал, что при выборе основы для моделирования заданных свойств следует руководствоваться несколькими условиями:

1) смоделированные продукты массового потребления должны иметь высокую физиологическую ценность и органолептические показатели, отвечающие основным потребительским ожиданиям, в том числе сенсорным [6];

2) в качестве основы для моделирования должен быть выбран продукт массового потребления, на степень популяризации которого возможно воздействовать средствами маркетинга: позиционированием, рекламой, промомероприятиями, стоимостными изменениями;

3) вносимые корректирующие ингредиенты должны гармонично дополнять или формировать органолептические характеристики основы для моделирования заданных свойств;

4) технология производства инновационных смоделированных продуктов с заданными свойствами должна быть простой и доступной основной массе производителей вне зависимости от степени модернизации производственных мощностей [7];

5) смоделированные продукты должны иметь упаковку, пригодную для длительной сохраняемости полезных компонентов состава и удобную для логистических операций, складирования.

Очевидно, что безалкогольные напитки обладают всеми вышеперечисленными качествами, а следовательно, являются идеальной основой для моделирования заданных свойств.

Библиографический список

1. *Об Основах государственной политики в области здорового питания населения Российской Федерации на период до 2020 года.* : распоряжение Правительства РФ от 25 октября 2010 г. № 1873-п // Российская газета. 2010. № 249. 3 нояб.
2. *Кантере В. М., Матисон В. А., Фоменко М. А.* Потребительская оценка продуктов – важнейшая составляющая маркетинговых исследований // Пиво и напитки. 2004. № 5.
3. *ГОСТ Р 52349-2005.* Продукты пищевые. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения. М. : ИПК Изд-во стандартов, 2002.
4. *Киселева Т. Ф.* Научное обоснование разработки напитков с социально значимыми свойствами и практические аспекты формирования их качества : дис. ... д-ра техн. наук. Кемерово, 2006.
5. *Обзор рынка газированных безалкогольных напитков г. Екатеринбург.* URL : <http://www.proma-yes.com/index.php?page=library&pid=100002>.

6. Габинская О. С. Значение факторов конкурентоспособности в модели принятия решения о покупке // Пищевая промышленность. 2010. № 12.

7. Чугунова О. В., Заворохина Н. В. Использование методов дегустационного анализа при моделировании рецептур пищевых продуктов с заданными потребительскими свойствами : [монография]. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2010.

О. Н. Зуева

доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой товароведения и экспертизы ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Сущность и подход к анализу потребительских запасов, потребительских и логистических издержек

Аннотация. В статье рассматривается роль потребительских запасов, издержек потребления в повышении эффективности текущих затрат участников логистической системы. Исследованы сущность и видовой состав потребительских запасов. Рассмотрены вопросы неоднозначной трактовки состава издержек потребления и сложности их приведения к сопоставимому виду с точки зрения используемых единиц измерения. Проведено сопоставление издержек потребления с логистическими издержками, которые оказывают большое влияние на выбор места дислокации торгового предприятия. Даны авторское определение понятия «издержки потребления», их типология и классификация. Делается вывод, что взаимосвязь между текущими затратами торговых организаций, промышленных предприятий, а также издержками потребителей должна учитываться при оценке народнохозяйственной эффективности текущих затрат коммерческих организаций. Издержки потребления домашних хозяйств и логистические издержки в новых рыночных условиях требуют более углубленной оценки.

Ключевые слова: потребительские запасы; издержки потребления; логистические издержки; домохозяйство; размещение.

Термин «потребительские запасы» является довольно часто используемым. Современная экономическая литература не дает ясного и однозначного ответа на вопрос о сущности, а статистический учет – о размерах и уровне потребительских запасов. Для ответа на эти вопросы необходимо обратиться к теории управления запасами.

Товарно-материальные запасы по своему назначению состоят из двух групп: средств производства и предметов потребления. Один из известных отечественных специалистов по управлению запасами, профессор Н. Д. Фасоляк отмечал, что в отличие от средств производства предметы потребления совершают один кругооборот, и их движение заканчивается после удовлетворения личных потребностей человека [1, с. 126–127] (рис. 1).

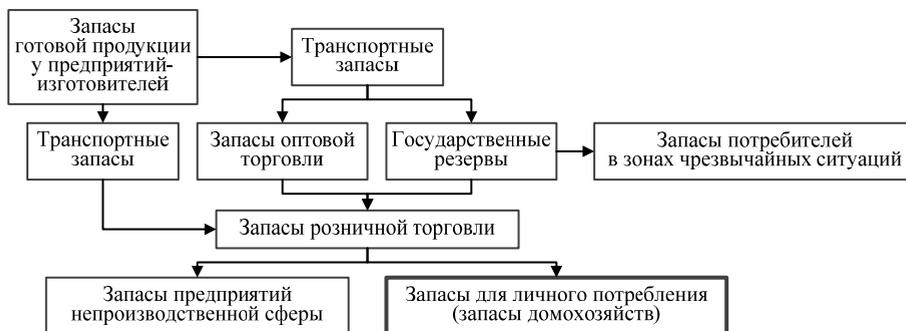


Рис. 1. Схема материального потока и запасов предметов потребления

На наш взгляд, выделенным на рис. 1 запасам предметов потребления, образующимся в домохозяйствах, определению их роли и размеров, особенностям формиро-

вания в разрезе товарных групп и различных типов домохозяйств (количественный состав семьи, уровень доходов, региональные отличия и т. п.) уделяется пока недостаточное внимание.

Понятие «товарные потребительские запасы» включает в себя запасы: потребительских товаров у изготовителей; в оптовой торговле; в розничной торговле, т. е. находящиеся в пределах сферы товарного обращения. Согласно статистике их структура в разрезе перечисленных групп составляет, соответственно, %: 14,8; 29,8 и 55,4, т. е. преобладающая доля приходится на розничную торговлю.

Понятие «потребительские запасы» рассматривается широко и включает в себя как производственные запасы (если рассматривать производственное предприятие в качестве потребителя), так и запасы предметов потребления у конечных потребителей, т. е. в домашнем хозяйстве. Поскольку запасы потребительских товаров, равно как и запасы средств производства, которые предназначены для использования в процессе производства, у предприятий носят название производственных запасов, то более правильно будет понимать под потребительскими запасами запасы предметов потребления, хранящиеся в домохозяйствах и уже вышедшие из процесса товарного обращения.

Отметим, что в совокупности запасы потребительских товаров и средств производства, предназначенные для использования в производственном процессе, на наш взгляд, правильнее было бы называть запасами продукции производственно-технического назначения. Однако особенности и размеры потребительских запасов, хранящихся в домохозяйствах, пока не изучены.

Исследование сущности и видового состава потребительских запасов имеет весьма большое значение. В теоретико-методологическом плане это позволит точнее определять состав и структуру совокупных потребительских запасов общества.

Обобщая вышесказанное и оставляя в стороне специфику системы запасов государственных материальных резервов, движение потребительских товаров и соответствующие каждому звену потребительские запасы можно представить в виде следующей цепочки (рис. 2).

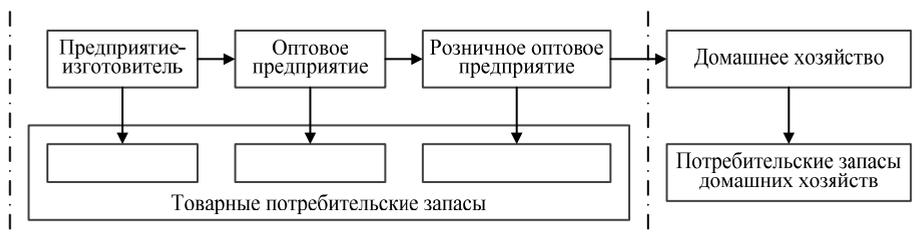


Рис. 2. Совокупные потребительские запасы общества

В практическом и методическом плане такой анализ позволяет точнее определять, скорректировать и дополнять состав товаров повседневного спроса с учетом имеющихся интервалов совершения покупки, более обоснованно подходить к практическому разрешению проблемы размещения розничных торговых предприятий, реализующих товары повседневного спроса, на территории районов и микрорайонов городских поселений, что дает возможность розничным торговым предприятиям правильно планировать ассортимент, размеры закупок и товарных запасов.

Теоретическое и практическое значение имеет сопоставление связанных с содержанием потребительских запасов издержек – как логистических, так и потребительских [2]. Многие ученые считают, что движение товаров после осуществления ак-

та их продажи розничным торговым предприятием покупателю не может рассматриваться как предмет логистики. Мотивируется это тем, что эффективность данного процесса зависит, в основном, от факторов, лежащих за пределами логистики (например, от знания психологии покупателей, от умения оформить торговый зал, организовать рекламу). Рациональная организация потоков в процессе розничной продажи, конечно же, необходима, считают сторонники данной точки зрения, но здесь значимость ее гораздо ниже, чем на более ранних стадиях движения материального потока. Большинство научных публикаций по проблемам товародвижения и логистики свойственно невниманию в отношении домашних хозяйств. Другие считают иначе (см., например: [3; 4; 5]). При этом в качестве замыкающих звеньев в составе логистических цепей рассматриваются домашние хозяйства.

Задача сопоставления двух названных видов издержек методически не отработана. Проблема заключается в неоднозначности трактовки состава издержек потребления и сложности их приведения к сопоставимому виду с точки зрения используемых единиц измерения. Издержки (их размер) оказывают большое влияние на выбор предпринимателем места дислокации торгового предприятия, а покупателем – магазина, в котором лучше приобрести товар. Схема движения товара из сферы торговли в сферу потребления и адекватные этим процессам издержки представлена ниже (рис. 3).

Сфера	Торговля	Потребление
Движение товара	Розничное оптовое предприятие	Домашнее хозяйство покупателя
Операции	Логистические	Потребительские
	Доставка, приемка, разгрузка, хранение, продажа	Покупка, доставка на дом, подготовка к потреблению
Издержки	Логистические	Потребительские
	Адекватны соответствующим операциям	

Рис. 3. Взаимосвязь торговли потребительскими товарами и начальной фазы их потребления

Если логистические издержки измеряются стоимостью, то издержки потребления в одной части определяются временем, затрачиваемым на приобретение товаров, в другой – деньгами, израсходованными на дорогу в магазин и обратно, стоимостью упакованных материалов. Однако привести полностью издержки потребления к стоимостной оценке трудно. По мнению А. В. Зырянова, главными компонентами издержек потребления следует считать затраты времени на приобретение товаров [5, с. 224].

При выборе тех или иных издержек в качестве критерия обоснования (например, местоположения розничного предприятия и его размера) необходимо учитывать типы товарных групп. Для товаров повседневного спроса предпочтительным является критерий минимизации издержек потребления. Покупатель, как показали результаты исследований [6], пойдет за ними в ближайший магазин. А критерием для дорогостоящих товаров и предметов роскоши лучше считать минимизацию логистических издержек. Покупатель, не считаясь со временем, будет приобретать такие товары в крупных центральных магазинах. Прослеживается прямая зависимость издержек потребления и управления ассортиментом на основе потребительских комплексов, взаимодополняющих товаров, категорийного менеджмента. В конечном счете коммерческий успех, прибыль торговых организаций или индивидуальных предпринимателей определяются привлечением в магазин максимального числа покупателей, что, в свою очередь, обусловлено издержками потребления.

Различные подходы к определению издержек потребления, по нашему мнению, не полностью отражают ряд положений, характеризующих данную область исследования. В частности, не учитываются следующие моменты:

- 1) издержки потребления должны быть рассчитаны не только с учетом отдельных индивидов (потребителей), но и отражать затраты домохозяйства в целом;
- 2) общепринятое в хозяйственной практике определение издержек потребления основывается преимущественно на затратах, связанных с приобретением товаров населением без учета издержек в течение жизненного цикла товаров, т. е. в процессе эксплуатации, хранения, возможного ремонта, утилизации;
- 3) существующая оценка затрат издержек потребления опирается преимущественно на временные и стоимостные показатели, без учета затрат труда и моральных издержек, выражающихся в определенной степени удовлетворения;
- 4) издержки потребления должны учитываться не только в сфере обращения и потребления (эксплуатации) товаров, но и в сфере предоставления потребительских услуг.

С учетом этих дополнений авторская трактовка издержек потребления такова: это оптимальные по уровню затраты труда, денежных средств, времени и других ресурсов домохозяйств на проведение отдельных операций в течение жизненного цикла товаров или услуг в сфере потребления, выраженные временными, стоимостными показателями, а также определенной степенью удовлетворения в виде моральных издержек. Данное определение отражается в разработанной автором типологии издержек потребления, которая включает в себя номенклатуру, статьи, виды оценки издержек потребления (рис. 4).



Рис. 4. Типология издержек потребления: состав и особенности оценки

Эффективность экономики для конкретного потребителя определяется существующим уровнем цен или стоимостью жизни в соотношении с его доходом [7]. Выбор между выходом на рынок в качестве покупателя и реализацией для этого возможностей вторичной занятости или активизацией деятельности в качестве производителя в рамках домашнего хозяйства продуктов и услуг для непосредственного натурального потребления решается, прежде всего, исходя из той жизненной ситуации, в которой находится семья (домохозяйство). Классификация издержек потребления по месту производства товаров или услуг в значительной степени зависит от конкретных условий места проживания: особенностей региона; принадлежности к городской или сельской местности; характера поселения. Так, в крупных городах и их пригородах преобладает вторичная занятость, а также имеется возможность сбыта продукции, произведенной в личных подсобных хозяйствах; в сельской местности – это, как правило, работа в личных подсобных хозяйствах, преимущественно ради натурального обеспечения семьи и минимальной зависимости от колебаний или снижения стабильности внешней экономики и надежности правовой среды. По многим видам растениеводства и животноводства, а особенно по отдаче с единицы земельной площади, личные подсобные хозяйства и приусадебные крестьянские хозяйства намного превосходят коллективные хозяйства. Кроме того, в данном случае недостаточно исходить только из показателей эффективности производства как такового, необходимо принимать в расчет издержки потребления всего хозяйственного цикла – от производства до конечного потребления через фазу реализации, включая транспортировку, хранение, услуги торговли. При таком расчете домашние хозяйства получают еще дополнительные преимущества в подобных сопоставлениях.

Актуальность введения более широкого понятия издержек потребления обусловлена наличием того эффекта от приобретения товаров или услуг, который определяется покупателем в каждом конкретном случае. Как правило, покупка совершается под влиянием целого комплекса различных покупательских мотивов с той или иной приоритетностью.

Мотивы покупки могут быть логическими, психологическими, а иногда и иррациональными. Например, Г. Дж. Болт [8, с. 112] выделяет три вида:

1) *общие мотивы покупки* – бережливость, сохранение средств, прибыль, одобрение других, зависимость, экономия на издержках, безопасность, надежность, престиж, простота, комфорт, удобство в обращении, современность и т. д.;

2) *производственные мотивы покупки* – низкие цены, снижение трудовых затрат, низкая стоимость обслуживания, безопасность операций и т. д.;

3) *мотивы покупки, связанные с обслуживанием* – снижение риска, рекомендации по использованию, продление жизненного цикла, увеличение производительности и т. д.

Учет издержек потребления необходим для выявления запросов потребителей, их «замороженных» потребностей и проблем, для разработки предложений по повышению степени их удовлетворения, для выдвижения новых видов товаров и услуг.

При планировании издержек потребления рекомендуют учитывать три вида ресурсов покупателя: деньги, время и познавательную способность. Нехватка одного ресурса может пополняться другим. Увеличение временных и познавательных ресурсов, как правило, приводит к более высоким затратам денежных средств. Осведомленность потребителя о рынке того или иного товара подчеркивает его отличительное качество и приводит к получению удовлетворения при покупке.

Потребности и, следовательно, мотивы покупки обусловлены личностью потребителя, конкретной ситуацией и внешними условиями. Превратятся они в практиче-

ские действия или нет, зависит от настоятельной потребности, ее приоритетности в списке покупательских предпочтений, индивидуальных финансовых и других видов ресурсов, а также от способности представителей торговли показать, что предлагаемые товары и услуги способны удовлетворить соответствующие потребности и решить проблемы. Сопоставление потребностей и покупательских мотивов со свойствами и основными характеристиками предлагаемых товаров и услуг воспринимается покупателем как реальность и возможность получить предлагаемые выгоды.

Можно сделать вывод: взаимосвязь между текущими затратами торговых организаций, промышленных предприятий, а также издержками потребителей непременно должна учитываться при оценке народнохозяйственной эффективности текущих затрат коммерческих организаций. В то же время издержки потребления домашних хозяйств в новых рыночных условиях требуют более углубленной, более «социологизированной» оценки. Механическое перенесение на сферу потребления представлений об издержках, принятых для общественного производства, не может считаться оправданным.

Более широкое социально-экономическое понимание издержек потребления домашних хозяйств исходит из особого характера многих видов домашнего труда и отдыха, высокой степени осознания его необходимости и важности, воспитательно-го значения. В семейном функционировании население, как правило, неуклонно стремится к минимизации материально-финансовых затрат, причем во многом за счет больших затрат живого труда, что, конечно, приводит к серьезным деформациям бюджета времени семьи и тем самым к ухудшению характеристик качества жизни населения. В этом состоят главные издержки потребления в домашнем хозяйстве.

Библиографический список

1. *Экономика, организация и планирование материально-технического снабжения и сбыта* : учебник / под ред. Н. Д. Фасоляка. 3-е изд., доп. и перераб. М. : Экономика, 1980.
2. *Зырянов А. В.* Инвестирование и размещение торговых предприятий : учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2001.
3. *Зырянов А. В.* Размещение торговых предприятий : учеб. пособие. М. : Экономика, 2006.
4. *Баскин А.* Логистика домашнего хозяйства // *Логистика*. 2002. № 2.
5. *Зырянов А. В., Зуева О. Н.* Домашнее хозяйство – важное звено логистической цепи // *Вестн. Удмуртского университета*. 2005. № 3.
6. *Зырянов А. В.* Потребительские запасы – сущность и подход к анализу // *Вопросы статистики*. 2004. № 8.
7. *Жеребин В. М., Романов А. Н.* Экономика домашних хозяйств. М. : Финансы ; Юнити, 1998.
8. *Болт Г. Дж.* Практическое руководство по управлению сбытом : [пер. с англ.]. М. : МТ-Пресс, 2001.

Д. А. Карх

доктор экономических наук, доцент,
 профессор кафедры коммерции, логистики и экономики торговли
 ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Характеристика основных тенденций развития торговой отрасли в Российской Федерации

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции развития торговой отрасли в Российской Федерации. Охарактеризованы приоритетные направления развития розничной торговой сети, ведущие направления совершенствования оптового комплекса. Отмечается, что повышение эффективности существующих и развитие новых бизнес-процессов в обслуживаемых розничных торговых сетях должно осуществляться на основе единой информационной платформы. Выявлены особенности и задачи логистизации действующих и вновь создаваемых коммерческих структур с использованием стратегической логистики. Раскрыты ключевые тенденции повышения конкурентоспособности российского розничного рынка в среднесрочной перспективе; представлены основные направления корпоративного управления торговыми предприятиями.

Ключевые слова: интеграция; конкурентоспособность; логистика; оптовый комплекс; розничная торговая сеть.

В отечественной торговле как одной из наиболее динамично развивающихся и бюджетообразующих отраслей экономики страны прослеживается ряд основных тенденций:

1. *Усиление социальной направленности развития розничной торговой сети.* В РФ осуществляется через реализацию приоритетных направлений ее совершенствования за счет:

создания сети магазинов по реализации социально значимых товаров первой необходимости в зонах пешеходной доступности (магазинов-дискаунтов, «магазинов у дома»);

разработки системы мер по сохранению профиля социально значимых предприятий сферы потребительского рынка и услуг, за счет формирования альтернативных форм обслуживания;

расширения ассортимента товаров и услуг потребительского назначения, обеспечения их ценовой и территориальной доступности для всех категорий населения;

реализации косвенных мер по сдерживанию роста цен на товары и услуги;

обеспечения качества и безопасности потребительских товаров и услуг и др.

2. *Рост количества и качества розничных торговых предприятий.* Рост должен осуществляться как за счет нового строительства, реконструкции и комплексной рационализации действующих магазинов, так и на основе инновационных технологий в области информатизации, совершенствования организации труда и управления торгово-технологическими процессами. Наблюдаются процессы создания внутри- и межотраслевых объединений и открытие фирменных торговых предприятий товаропроизводящих отраслей.

3. *Совершенствование оптового комплекса РФ.* К основным направлениям совершенствования следует отнести [7]:

воссоздание крупных федеральных и региональных оптовых предприятий как основного звена способного обеспечить весь комплекс услуг по обслуживанию оптового оборота и развитию межрегиональных хозяйственных связей;

формирование новых типов оптовых торговых предприятий (крупных специализированных оптовых предприятий по реализации непродовольственных товаров, распределительных центров, магазинов-складов, оптовых продовольственных рынков);

строительство складских помещений класса «А»;

применение современных логистических технологий и увеличение доли услуг по предпродажной подготовке товаров;
 развитие логистической интеграции;
 совершенствование МТБ;
 внедрение современных информационных технологий;
 расширение услуг консалтинговых предприятий в области логистики;
 повышение квалифицированного уровня подготовки персонала торговых предприятий.

4. *Необходимость оптимизации стратегической логистики* в цепях поставок для предприятий оптовой торговли. Эффективная координация целенаправленной работы всех задействованных в цепях поставок организаций (производителей и оптовых компаний, логистических провайдеров, распределительных центров, дистрибьюторов, страховщиков, надзорных институтов, силовых ведомств и др.) является актуальной задачей современного ритейла. При этом логистизация действующих и вновь создаваемых коммерческих структур с использованием стратегической логистики имеет свои особенности и задачи.

Во-первых, стратегическая логистика предполагает критическую оценку основных эмпирических ограничений, накладываемых на оптимизацию отдельных участков логистической цепи. Целевая функция логистической деятельности должна состоять в наполнении государственного бюджета за счет совершенствования товародвижения в зависимости от состояния и изменения внешней среды.

Во-вторых, преобразования на основе стратегической логистики должны распространяться не только на всю систему управления цепями поставок, но и на объект управления – товар. Тем самым возможно исключить условия для реализации в РФ «серого» продукта ниже «порога минимальной цены продукта», создав равные конкурентные условия для ведения бизнеса на различных товарных рынках.

Третьей задачей стратегической логистики является установление ее тесной связи с интегрированной логистикой, призванной осуществлять сквозное аналитико-оптимизационное управление коммерческо-технологическими процессами в рамках цепи и ее звеньев с ориентацией на конечный результат – цену продукта.

Четвертой задачей стратегической логистики является планирование логистической деятельности в цепях поставок, т. е. процесс принятия решений о будущем использовании различных ресурсов при производстве и доставке товаров, услуг конечному покупателю.

Пятой задачей является создание условий для развития современной логистической инфраструктуры [4].

5. *Развитие интеграционных процессов в сфере оптовой торговли.* Переход на новую степень развития представляет собой вертикальную интеграцию с производственными, посредническими и сервисными структурами, входящими в данную товаропроводящую систему. При этом независимым предприятиям необходимо объединяться, совместно разрабатывать принципы взаимодействия, составлять планы развития и определять краткосрочные и стратегические цели. Данная система управления ориентирует производственные и торговые процессы не на оптимизацию запасов, а на удовлетворение требований клиентов, что приводит к расширению рынка сбыта, росту объема реализации и повышению прибыльности всей цепи распределения.

Диагональная интеграция имеет место, когда торговая сеть устанавливает связи с предприятиями, которые не являются смежными для рыночного объекта, но включены в технологическую цепочку, содержащую однородные или потенциально смежные с ним предприятия. Цель диагональной интеграции – воздействие на инте-

ресующий рыночный элемент через взаимодействующие с ним структуры. Интеграционные связи более крепкие и гарантируют устойчивость и долговременность нужного воздействия [5].

6. *Слияние оптовых предприятий с розничными структурами.* Базой перспективного развития розничной торговли являются ее взаимосвязь с логистикой и оптовой торговлей, увеличение доли крупных предприятий.

Создание корпораций – аналогов зарубежным, адаптированным для наших условий, окажет положительное воздействие на восстановление позиций отечественных товаропроизводителей.

Цепные торговые организации могут стать для розничного звена наиболее подходящей структурой. Сущность такого объединения – крупное торговое предприятие создает собственную цепную сеть предприятий или заключает договор с малыми и средними торговыми структурами, на основе которого последние в качестве филиалов получают право на реализацию определенных товаров на конкретном товарном рынке под торговой маркой главного предприятия (система франчайзинга).

Оптово-розничные цепи, оставаясь самостоятельными юридическими лицами, могут осуществлять общую коммерческую стратегию, разрабатывать общую сбытовую политику, по единым принципам формировать торговый ассортимент и согласовывать решение других задач.

7. *Расширение рынка логистических услуг.* Сегодня наблюдается укрупнение логистических посредников, так как клиенты желают иметь дело с одной компанией и получать от нее весь спектр логистических услуг. Появляются новые потребности клиентов, что приводит к расширению перечня предоставляемых логистических услуг на региональном рынке. Теперь логистические посредники – это клиентоориентированные субъекты рынка, имеющие высококвалифицированный персонал, разработанные стандарты обслуживания клиентов, современное информационное обеспечение и корпоративную культуру. Преимуществом логистических компаний является инновационность подхода к работе, ориентированная на удовлетворение клиента и на снижение себестоимости оказываемых услуг.

8. *Развитие современных форматов предприятий и инновационных методов розничной торговли* (дискаунтер, магазин «у дома», гипермаркет, супермаркет, почасовая торговля, торговля по каталогам, заказ по телефону, продажа на дому, внемагазинная торговля с использованием электронных технических средств, торговля на рынках и другие формы торгового обслуживания населения).

9. *Совершенствование форматов магазинов.* Существуют разные типы (форматы) магазинов: дискаунтер, «у дома», гипермаркет, супермаркет и т. д. Каждый из перечисленных имеет свой размер ассортиментной матрицы, свое местоположение, свои поставки товара и свою политику ценообразования. Дискаунтеры присутствуют на розничном рынке уже несколько лет. И конкуренция в этом секторе увеличивается, особенно при благоприятном местоположении.

Чтобы выдержать конкуренцию, ритейлеры минимизируют затраты, повышают уровень качества обслуживания, снижают цены и расширяют ассортимент. Успешная стратегия включает в себя эффективное материально-техническое обеспечение с функционирующими распределительными центрами. В то время как эта стратегия действительно успешна, многие сетевики используют стратегию специализации, например ориентацию на потребителей среднего класса. Фактически одной из тенденций является фокусирование на расширении ассортимента, когда ритейлеры представлены в новых форматах магазинов и ориентированы на различных потребителей [1; 7].

С увеличением доходов потребителя дискаунтеры становятся все более непривлекательными, так как потребитель стремится удовлетворять свои потребности более качественными товарами и услугами, вынуждая, расширять ассортимент и переходить в сектор супермаркетов или гипермаркетов. На данный момент наиболее распространенными современными форматами в России являются дискаунтеры и супермаркеты, но активное развитие получили и гипермаркеты (темпы роста этого сегмента – на уровне 25% в год). Основная причина – в четкой ориентации этих форматов на потребительские сегменты: для одних покупателей наибольшее значение имеет цена (дискаунтеры), для других – важен широкий ассортимент (гипермаркеты).

Супермаркеты теряют свои позиции из-за высоких цен.

10. *Внедрение современных технологий развития и повышения эффективности розничных торговых сетей*: повышение уровня технической оснащенности предприятий торговли на основе автоматизации коммерческо-технологических и управленческих процессов; своевременное получение информации в реальном времени и структурирование отрасли в комплексе с современными средствами получения и обработки информации (электронным документооборотом); установление прямых договоров с производителями товаров; диверсификация форматов торговли; вложение в брендинг и маркетинговые исследования; покупка собственных сетевых торговых марок. Использование собственных торговых марок дает розничным торговым сетям существенные преимущества, значительно большие, чем использование карточек постоянных покупателей и систем накопительных скидок. Их применение позволяет снизить издержки и цены на товары, оптимизировать и стабилизировать систему поставок товаров [3].

Ключевые тенденции повышения конкурентоспособности российского розничного рынка *в среднесрочной перспективе*:

увеличение доли непродовольственных товаров в структуре розничных продаж;

увеличение доли современных торговых форматов с приоритетным ростом доли гипер- и супермаркетов;

рост концентрации и рыночной силы действующих крупнейших ритейлеров.

Безусловно, с появлением новых зарубежных игроков конкурентная среда на рынке обострится, однако это обострение будет сдерживаться рядом факторов.

Во-первых, даже иностранные торговые сети с трудом смогут конкурировать с российскими ритейлерами в форматах, кроме гипермаркета и Cash&carry, в крупных городах по причине банального отсутствия в пределах города достаточного количества свободных площадей (под аренду или строительство).

Во-вторых, даже в случае выхода иностранцев на российский розничный рынок они сами столкнутся с нешуточной конкуренцией со стороны действующих крупнейших рыночных игроков, которые в настоящий момент обладают высоким уровнем узнаваемости торговой марки, а запущенные программы скидком позволяют не только выигрывать в плане цен, но и поддерживать высокий уровень лояльности покупателей [6].

Рассматривая конкуренцию между форматами, необходимо отметить, что различные типы магазинов нацелены на различные целевые группы потребителей, дифференцируемые по уровню дохода.

11. *Повышение качества обслуживания покупателей*. В перспективе это будет связано, прежде всего, с внедрением в эксплуатацию расчетных систем самообслуживания и киосков Self checkout. Эти инновации приведут к ускорению обмена данными и их анализу. Покупатель самостоятельно после сканирования оплачивает товар, а к станции сканирования подходит следующий покупатель. Оплата производится через аппараты для приема купюр.

Оснащение расчетно-кассовых узлов новыми технологиями позволит работать с большей гибкостью и с еще более высокой, чем раньше, скоростью обслуживать покупателей. Радиочастотная система оплаты (RF payment) не только ускоряет процесс оформления покупки, но и дает дополнительные преимущества за счет накопления данных о предпочтениях покупателей и реализации программ лояльности. Расширение функционала POS-систем и электронного оборудования в полнофункциональный компьютер позволит получить доступ к обновляемому товарному справочнику, оформлять покупки, сделанные в другом магазине или онлайн, использовать модули CRM, принимать платежи за мобильную связь, учитывать скидки по купонам и т. д. Расширение функционала POS-систем может идти по нескольким направлениям [2]:

- программа повышения лояльности покупателей (CRM), включающая идентификацию покупателей магазина поименно, моделирование для них специального предложения и адресацию его наиболее активным покупателям, активизацию подарочных и телефонных карт;

- расширенный товарный справочник, включающий программные средства обратной связи с кассиром о необходимости информирования покупателя о предоставлении ему купонов со скидкой, предложения сопутствующего товара и др.;

- оформление возврата или обмена – функция, направленная на улучшение качества обслуживания покупателей.

Повышение эффективности существующих и развития новых бизнес-процессов в обслуживаемых розничных торговых сетях должно осуществляться на основе единой информационной платформы, которая позволит эффективно управлять такими ключевыми процессами, как:

- расширение прогнозирования и моделирования спроса;

- ценообразование;

- формирование ассортимента товаров;

- совершенствование складских ресурсов;

- взаиморасчеты с поставщиками;

- развитие системы управления процессами коммерческо-технологического и бухгалтерского учета;

- планирование продаж и операций в режиме реального времени и прогнозного планирования торговых операций.

12. *Корпоративное управление торговыми предприятиями.* Особенностью этой формы управления в торговле должно быть стремление вовлечь в корпоративное управление интересы покупателей, сделать покупателей постоянными посетителями предприятий данной корпорации. Корпоративные магазины должны использовать хорошо организованный менеджмент, руководствоваться в торговой деятельности принципами маркетинга и мерчендайзинга, добиваться повышения эффективной организации труда и управления, сокращения всех видов затрат и высокого уровня обслуживания покупателей.

К приоритетным направлениям развития розничной торговли РФ следует отнести: совершенствование нормативно-правовой базы, разработка и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность на потребительском рынке;

- создание эффективной системы управления (координации) потребительским рынком для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги;

- реконструкция и модернизация объектов в соответствии с градостроительными требованиями и новейшими научно-техническими достижениями;

- развитие и оптимизация структуры торговых сетей; развитие системы гипер- и супермаркетов, «магазинов у дома», магазинов-складов и оптовых продовольственных рынков;

приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных категорий граждан;
 обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения; формирование адресных программ развития розничной торговой сети;
 размещение новых предприятий там, где ощущается дефицит торговой сети;
 упорядочение и качественные улучшения объектов мелкорозничной торговой сети, быстрейшее решение вопросов ликвидации торговли в неустановленных местах; перевод мелкорозничной торговой сети в современные торговые комплексы;
 постепенный переход на преимущественно магазинные формы продажи; внемагазинные формы торговли должны сохраниться для реализации сельхозпродукции, изделий народных промыслов, сезонных распродаж;
 учет приоритетов потребителей: экономия времени и денег; наличие в торговых центрах культурно-развлекательных мероприятий;
 повышение качества товаров и культуры обслуживания; забота о здоровье потребителей.

Библиографический список

1. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации М. : ИНФРА-М, 2012.
2. Вопросы экономики. URL : <http://www.vopreco.ru>.
3. Карх Д. А., Гаянова В. М. Интеграционные процессы в розничной торговле. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2008.
4. Карх Д. А., Савин Г. В. Проектирование логистических систем : [монография]. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015.
5. Николаева Т. И., Гаянова В. М. Экономическая интеграция и особенности развития ее в торговле // Известия Уральского государственного экономического университета. 2009. № 1.
6. Философова Т. Г., Быков В. А. Конкуренция и конкурентоспособность. М. : Юнити, 2012.
7. Эксперт. URL : <http://www.expert.ru>.

Е. В. Крюкова

доцент кафедры технологии питания

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Целесообразность применения продуктов полбы зерна полбы в производстве мучных кондитерских изделий

Аннотация. В статье рассматривается возможность использования зерна полбы в производстве мучных кондитерских изделий. Приведен сравнительный анализ химического состава не только зерна полбы, но и продуктов его переработки (полбяной муки). Представлены результаты исследования аминокислотного и фракционного состава данной муки. Изучены изображения размолотых частиц зерна пленчатой полбы сорта «Волжская» методом микроскопии. Определены функции распределения линейных размеров размолотых частиц с аппроксимацией по методу Гаусса, дисперсия, максимальный, минимальный и средний линейные размеры частиц.

Ключевые слова: полба; мука; пищевая ценность; мучные кондитерские изделия.

Питание – важнейший фактор, который оказывает влияние на человеческий организм с момента рождения до последнего дня жизни. Ингредиенты пищевых веществ, поступая в организм человека с пищей и преобразуясь в ходе сложных биохимических превращений в структурные элементы клеток, обеспечивают наш организм пластическим материалом и энергией, создают базу для необходимой работоспособности, активности, определяют здоровье и способность к воспроизводству. Таким образом, состояние питания является важнейшим фактором, определяющим здоровье нации [7; 9].

Потребность в безопасном и качественном питании в настоящее время получила официальное признание. Так, для реализации положений Доктрины продовольственной безопасности и концепции государственной политики РФ в области здорового питания на период до 2020 г. восполнять дефицит макро- и микронутриентов в рационе питания населения необходимо за счет обогащения ежедневно употребляемых пищевых продуктов. Ассортимент обогащенных хлебобулочных и мучных изделий постепенно расширяется, в основном, по двум направлениям: за счет обогащения витаминно-минеральными комплексами и премиксами, а также натуральными обогащающими добавками – цельным зерном и продуктами его переработки [2].

Вместе с тем низкая удовлетворенность потребителей ассортиментом обогащенных мучных кондитерских изделий, выявляемая в процессе социологических опросов, реальный уровень производства этой группы продукции, а также проблемы оценки ее потребительских свойств обосновывают целесообразность проведения исследований в этом направлении [3; 6; 8].

В последнее время во многих странах Европы и Азии в хлебопечении стали широко применять муку, полученную из древнего злака – полбы.

Полба («спельта» по-английски, «динкель» по-немецки, «борай» по-татарски) – это родоначальник всех злаковых культур. С начала XIX века и до недавнего времени эту культуру практически не возделывали на территории России в производственных масштабах и завозили по очень высоким ценам из Европы. Вместе с тем стоит отметить, что сегодня, благодаря многочисленным преимуществам данной злаковой культуры, происходит возрождение полбы на территории нашей страны [1].

Предметом экспериментальных исследований, проводимых в Уральском государственном экономическом университете, является волжская полба – двузернянка, выращиваемая в Кукморском районе Республики Татарстан. Волжская полба имеет ряд важных биологических особенностей: эта культура не требовательна к условиям возделывания, почвенно-климатическим условиям; отличается широкой экологической пластичностью; обладает скороспелостью, засухоустойчивостью, холодоустойчивостью и другими ценными признаками. Кроме того зерно полбы отличается высоким содержанием белка, пищевых волокон и других полезных веществ [4].

Кроме ценных биологических особенностей, полба является урожайной культурой, превышающей в отдельные годы по урожайности ячмень на 2–3 ц/га, яровую пшеницу сорта «Светлана» – на 6 ц/га.

С технологической точки зрения она содержит около 75% эндосперма зерна, которое может быть переработано на крупу, крупку, дунсты, муку, отруби. Пленчатость полбы традиционно считалась отрицательным качеством, так как на удаление пленчатых оболочек необходимо шелушильное оборудование, расход электроэнергии и время.

Сегодня эта особенность полбы рассматривается как преимущество по сравнению со стандартной голозерной пшеницей. Дело в том, что белок и минеральные вещества у полб различных видов находятся как в первых трех слоях – плодовой, семенной оболочках, алейроновом слое, так и в центральном слое – эндосперме; у мягкой пшеницы – только в первых двух слоях (плодовой и семенной оболочках). Слой эндосперма состоит, в основном, из крахмала. Поэтому в результате сортового помола и просеивания человек употребляет в пищу, в основном, крахмал (белую муку) [5].

Сравнительный анализ химического состава представлен в табл. 1.

Сравнительный анализ химического состава зерна полбы и пшеницы мягкой показал, что зерно полбы имеет более высокое содержание пищевых волокон, витаминов группы В, минеральных веществ (калий, магний), белков и биологическую полноценность по аминокислотному составу, чем пшеница.

**Химический состав зерна полбы «Волжская»
и пшеницы мягкой «Саратовская 29» (в 100 г)**

Показатель	Мягкая пшеница «Саратовская 29»	Полба «Волжская»
Влажность, %	14,00	11,00
Массовая доля сырого белка, %	12,70	17,70
Массовая доля жира, %	2,20	2,43
Массовая доля углеводов, %:		
крахмала	55,50	58,52
общего сахара	2,50	6,82
редуцирующих сахаров	1,09	3,02
целлюлозы	2,00	5,33
Зола, %	1,70	2,08
Витамины, мг:		
Витамин В ₁ (тиамин)	0,44	0,36
Витамин В ₂ (рибофлавин)	0,15	0,12
Витамин В ₅ (пантотеновая)	1,15	1,16
Витамин В ₆ (пиридоксин)	0,53	0,23
Витамин В ₉ (фолиевая кислота), мкг	37,50	45,00
Витамин Е (токоферол)	3,00	1,20
Витамин Н (биотин), мкг	10,40	9,30
Витамин РР (никотиновая кислота)	5,30	2,57
Холин	90,00	91,00
Минеральные вещества		
Содержание макроэлементов, мг:		
Са	54,00	27,00
К	337,00	338,00
Mg	108,00	136,00
Р	370,00	401,00
Содержание микроэлементов, мг:		
Fe	5,40	4,44
Zn	2,79	3,28
Cu, мкг	470,00	511,00
Mn	108,00	115,00
Se, мкг	29,00	11,70
Калорийность, ккал	305,00	338,00

Так, количество белка в зерне полбы больше, чем в зерне пшеницы, на 5%, а содержание клетчатки выше в 2,5 раза. Зерно полбы содержит 1300 г/кг полифенолов, что почти в 2 раза больше, чем в зерне обычной пшеницы. Также были изучены данные потребительских свойств и химического состава муки из зерна полбы «Волжская» пшеничной муки высшего сорта (табл. 2).

Полбяная мука содержит в своем составе относительно большее количество белков, пищевых волокон, макро- и микроэлементов, а также витаминов, чем мука пшеничная высшего и первого сортов. В муке из полбы сорта «Волжская» отмечено повышенное (в 2,5 раза) содержание моно- и дисахаридов по сравнению с пшеничной мукой, что определяет сладкий вкус полбяной муки и изделий из нее.

Проведены сравнительные исследования аминокислотного состава (табл. 3) и рассчитаны аминокислотные скоры пшеничной муки высшего сорта и муки из зерна полбы «Волжская».

Содержание незаменимых аминокислот в муке из зерна сорта «Волжская» составляет 29,7% к белку, заменимых – 70,3%. Количество валина, изолейцина, лейцина, суммы метионин+цистеин приближается к «идеальному» белку; скоры этих аминокислот больше 90%.

Фракционный состав белка клейковины представлен в табл. 4.

Сравнительный анализ химического состава полбяной и пшеничной муки

Пищевое вещество	Содержание, % на сухое вещество	
	Пшеничная мука высшего сорта	Мука из зерна полбы «Волжская»
Моно- и дисахариды	0,80±0,05	4,02±0,20
Крахмал	66,10±3,20	62,40±3,22
Белок	10,80±1,40	13,60±1,20
Жиры	1,36±0,02	1,55±0,05
Целлюлоза	0,22±0,01	0,67±0,01
Гемицеллюлозы	0,90±0,05	2,85±0,05
Зола	0,70±0,05	0,98±0,05
Витамины, мг:		
В ₅ (пантотеновая кислота)	0,30±0,01	0,55±0,01
В ₉ (фолиевая кислота)	27,10±1,80	43,00±4,50
холин	52,00±3,20	78,00±5,45
Содержание макроэлементов, мг:		
К	122,00 ±6,30	179,00±6,90
Mg	16,00±1,55	18,00±1,60
P	86,00±3,50	138,00±4,20
Содержание микроэлементов, мг:		
Zn	1,01±0,02	1,51±0,02
Cu, мкг	180,00±6,75	205,00±6,95

Таблица 3

Сравнительный анализ аминокислотного состава муки пшеничной высшего сорта и муки полбы «Волжская»

Аминокислота	Мука пшеничная, мг/100 г продукта	Мука полбы «Волжская», мг/100 г продукта
Незаменимые аминокислоты:		
валин	500,00	850,00
изолейцин	430,00	650,00
лейцин	830,00	1200,00
лизин	300,00	520,00
метионин	180,00	310,00
треонин	320,00	470,00
триптофан	150,00	140,00
фенилаланин	600,00	1000,00
Итого незаменимых кислот	3310,00	5140,00
Заменимые аминокислоты:		
аланин	360,00	600,00
аргинин	420,00	720,00
аспарагиновая кислота	410,50	950,00
гистидин	250,00	360,00
глицин	430,00	650,00
глутаминовая кислота	322,00	385,00
пролин	105,00	239,00
серин	450,00	470,00
тирозин	200,00	530,00
цистеин	220,00	360,00
Итого заменимых аминокислот	3167,50	5264,00
Общее количество аминокислот	6447,50	10404,00

Таблица 4

Фракционный состав белка клейковины

Сырье	Доля фракций белка, % от белкового азота			
	Альбумины	Глобулины	Проламины	Глютелины
Мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта	7,75±0,55	36,61±0,70	38,38±0,75	17,26±0,45
Мука из зерна полбы «Волжская»	39,28±0,50	23,45±0,45	28,74±0,50	8,53±0,50
Мука из зерна полбы Л133	24,29±0,45	25,28±0,40	40,85±0,80	9,58±0,50

В муке полбяной отмечается пониженное содержание спирторастворимой фракции пшеничной клейковины (28,74% глиадина), излишнее употребление которой может оказывать токсическое действие на слизистую оболочку кишечника человека и, как следствие, вызвать появление целиакии (глютеновой болезни), пищевой глютеновой аллергии, аллергического дерматита, аутизма, рака кишечника. Считается, что чем больше водо- и солерастворимых фракций, тем выше питательная ценность белка.

Также были изучены изображения размолотых частиц зерна пленчатой полбы сорта «Волжский» методом микроскопии на оптическом микроскопе OLYMPUS BX51 (Япония). Исследования проводились совместно с кандидатом технических наук, доцентом В. В. Юковым. Обработку и анализ полученных оптических изображений проводили с помощью системы автоматизированного анализа изображений SIAMS Photolab, предоставленной компанией SIAMS (Россия, Екатеринбург) [10].

Перед анализом линейных размеров частиц проводили предварительную обработку оптических изображений, которая заключалась в выделении частиц на исходном изображении и разделении контактирующих частиц неправильной формы. Контактующие частицы неправильной формы разделяли с помощью гранулометрического преобразования.

В результате исследований определены функции распределения линейных размеров размолотых частиц с аппроксимацией по методу Гаусса, дисперсия, максимальный, минимальный и средний линейные размеры частиц. Результаты показали, что функция распределения линейных размеров частиц клейковины (рис. 1) и крахмала (рис. 2) подчиняется закону нормального распределения случайных величин Гаусса; для размеров частиц мелкой крупки полбяной муки, муки пшеничной хлебопекарной высшего сорта этот известный закон не действует, а определяется законом Максвелла для неоднородных по размеру частиц.

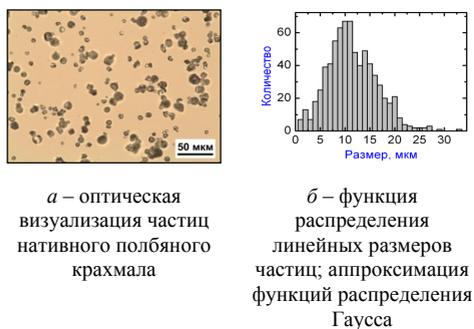


Рис. 1

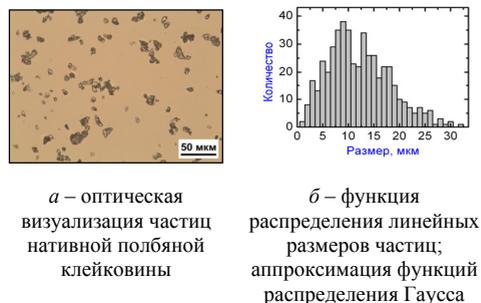


Рис. 2

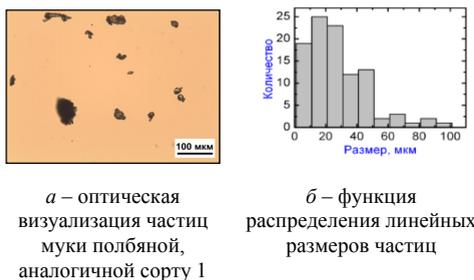


Рис. 3

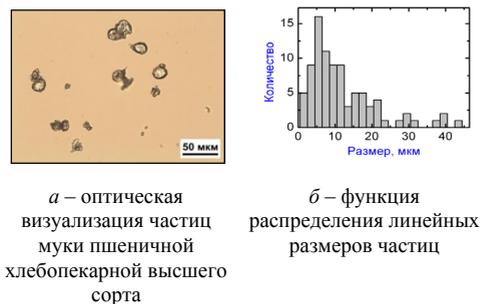


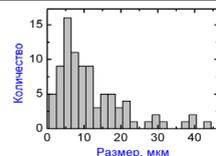
Рис. 4

Для исследованных проб полбяной муки, аналогичной первому сорту (рис. 3) муки, муки пшеничной хлебопекарной высшего сорта (рис. 4) и мелкой крупки (рис. 5) средний размер частиц составил 10,55 мкм (микрочастицы); их среднее количество на стеклянной поверхности площадью 1 мкм² равно 20–40 шт. При этом максимальный размер (99,1 мкм) имеют частицы полбяной муки, аналогичной первому сорту, минимальный размер (43,9 мкм) имеют частицы мелкой крупки.

Таким образом, благодаря микроразмерам размолотые частицы – продукты тонкого лабораторного помола зерна полбы – будут равномернее распределяться среди частиц другого пищевого и другого сырьевого материала, образовывать более гомогенизированные смеси, повышать их механическую прочность, стойкость при хранении, быстрее набухать или растворяться в питьевой воде. Сопоставляя анализ собственных исследований и литературных данных химического состава и биологической ценности пшеничной муки высшего сорта и полбяной муки, можно сказать, что мучные кондитерские изделия с применением полбяной муки будут обладать повышенной пищевой ценностью.



а – оптическая визуализация частиц крупки мелкой полбяной



б – функция распределения линейных размеров частиц

Рис. 5

Библиографический список

1. Богатырева Т. Г. [и др.]. Использование полбяной муки в технологии хлебобулочных изделий // Хлебопродукты. 2013. № 2.
2. Давыденко Н. И., Нестерова В. А., Карчевная А. И. Обоснование необходимости комплексного обогащения при разработке функциональных хлебобулочных изделий // Ползуновский вестник. 2012. № 2/2.
3. Евдокимова О. В., Лаврушина Е. В. Концепция формирования инновационной деятельности при производстве функциональных продуктов питания // Пищевая промышленность. 2009. № 3.
4. Заворохина Н. В., Крюкова Е. В., Чугунова О. В. Использование полбяной муки для обогащения мучных кондитерских изделий // Ползуновский вестник. 2013. № 4.
5. Крюкова Е. В., Чугунова О. В., Заворохина Н. В. Практическое применение полбяной муки при изготовлении песочного теста // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2014. № 1.
6. Матвеева Т. В., Корячкина С. Я. Мучные кондитерские изделия функционального назначения. Научные основы, технологии, рецептуры : [монография]. Орел : ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», 2011.
7. Позняковский В. М. Безопасность продовольственных товаров (с основами нутрициологии) : учебник. М. : ИНФРА-М, 2012.
8. Резниченко И. Ю., Гурьянов Ю. Г., Лобач Е. Ю. Разработка рецептур, технологии производства, оценка качества функциональных кондитерских изделий // Новые технологии (Майкоп). 2011. № 1.
9. Чугунова О. В., Лейберова Н. В., Школьникова М. Н. Разработка и товароведная оценка мучных кондитерских изделий из безглютеновых видов муки // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2014. № 6(29).
10. Юков В., Лихачева Е., Крюкова Е. Определение линейных размеров частиц зерна полбы методом оптической микроскопии // Хлебопродукты. 2008. № 7.

Д. С. Мысаков

ассистент кафедры технологий питания

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

О. В. Чугунова

доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой технологий питания
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Применение продуктов переработки соевых бобов в производстве продуктов питания

Аннотация. В настоящее время все большее распространение в пищевой промышленности находят альтернативные (нетрадиционные) виды сырья, в частности продукты переработки бобов сои. Назрела необходимость изучить классификацию производимых продуктов, их свойства и область применения. В статье представлены результаты анализа химического состава соевой муки в сравнении с пшеничной; оценивается пригодность соевой муки к использованию в хлебопекарной промышленности. В результате эксперимента были зафиксированы значительные изменения в органолептических свойствах продукта в зависимости от доли соевой муки в смеси с пшеничной мукой. Доказана целесообразность добавки соевой муки в определенной дозировке для получения продукта с заданными свойствами.

Ключевые слова: соя; мука; хлеб; питание; нутриенты; свойства.

В настоящее время исследования в пищевой промышленности направлены на повышение пищевой и биологической ценности продуктов питания. При этом особую практическую значимость представляют продукты питания, ежедневно употребляемые в пищу, такие как хлеб и мучные кондитерские изделия.

Одним из путей восполнения дефицита белка и физиологически ценных ингредиентов в пище является повышение эффективности использования сырьевых ресурсов за счет привлечения для выработки пищевых продуктов новых компонентов из вторичного сырья, богатого питательными веществами.

Наиболее перспективным источником сбалансированного растительного белка для повышения биологической ценности продукта является белок сои. Соя – одна из древнейших культур, произрастающих в Азии. Уникальное сочетание белково-липидного комплекса в сое также дополняется отсутствием в ее составе пуринов.

Качественное и количественное соотношение жирных полиненасыщенных кислот и отсутствие холестерина придает продуктам из сои лечебно-профилактические свойства. Кроме того, недавно было изучено применение сои в лечении различных дегенеративных заболеваний [8].

Соевые производные также уникальны и по достаточно высокому содержанию лецитина – фосфолипида, играющего важную роль в функционировании биологических мембран. Наличие лецитина, который принимает участие в обмене жиров и холестерина в организме, оказывает активное липотропное действие, уменьшает накопление жиров в печени и способствует их сгоранию, регулирует правильный обмен и всасывание жиров, обладает желчегонным действием.

В результате первичной переработки сои из нее получают различные производные (соевую муку, соевое молоко, соевый сыр и т.д.), которые широко используются в качестве источника полноценного белка при изготовлении разнообразных продуктов питания [3, с. 82].

Сухое соевое молоко представляет собой порошок кремового цвета с приятным ореховым запахом. Соевое молоко очень полезно для больных анемией, с сердечно-сосудистыми заболеваниями, страдающих расстройствами нервной системы, при язвенной болезни желудка, гастритах, острых и хронических инфекционных заболева-

ниях, диабете и иных болезнях. Также его применяют в питании грудных детей и взрослых при аллергии на молочные продукты.

Соевый сыр тофу приготавливают из соевого молока. Это мягкий сыр кремового цвета без запаха. Тофу – идеальный белковый продукт для людей со слабым желудком, так как в нем мало жира и углеводов, он легко усваивается организмом.

Окара – это соевый шрот, жмых, который получается после того, как из соевых бобов удалили жидкость путем прямого отжима. Окара представляет собой мягкую однородную влажную массу без запаха, светло-желтого цвета. Это единственный растительный источник двухвалентного железа, который легко усваивается организмом. Применяют окару, добавляя в пшеничную муку в пропорции 1:1, для изготовления печенья, различных изделий из теста, соусов, подливок [1].

Однако среди соевых белоксодержащих продуктов соевая мука является простейшим и наиболее дешевым типом, она производится из лущеных бобов путем удаления из них масла с последующим размолом. Полученная мука имеет кремовый цвет и легкий ореховый запах. Соевые белковые концентраты получают путем удаления фракции растворимых углеводов, минеральных веществ, пептидов, золы, фитиновой кислоты, а также ароматических компонентов из обезжиренной муки. Одним из способов отмывки нежелательных компонентов из муки является водно-этанольная экстракция (60–80% этиловый спирт). Коммерческие концентраты содержат 70% белка, 20% клетчатки, 1% олигосахаридов, 6% золы, 1% фитатов и 1% жира.

Соевая мука и концентрат белка сои в дальнейшем могут быть переработаны в текстураты, в процессе чего имеют место глубокие изменения белка.

Текстурированный растительный белок, впервые введенный в 1970-е годы, после гидратации, приготовления пищи и других процедур сохраняет свою структурную целостность и характерную «жевательную» текстуру.

Текстурированный соевый белок обычно означает обезжиренные соевую муку или концентрат, механически обработанные экструзией для получения мясоподобной текстуры.

Питательные и функциональные свойства соевых белковых продуктов сильно изменяются в процессе гидролиза. Ферментативная обработка протеазами (трипсином, микробной протеазой и др.) значительно улучшает растворимость белков, увеличивает влагоудерживающую способность, переваримость, консистенцию и другие показатели готовых изделий. В результате ферментативного воздействия увеличивается пищевая ценность, в частности повышается степень экстракции белка, идет частичный гидролиз белков и полисахаридов, происходит накопление свободных аминокислот и легкоусвояемых сахаров [6]. Гидролизаты могут быть использованы для питания человека при производстве мясopодуков и напитков, либо для изготовления бульонов, супов, продуктов для спортсменов, пожилых людей, в диетических формулах [7].

Гидролиз экструдированного сырья, как правило, идет интенсивнее из-за денатурации белка и сдвиговых сил, формирующих волокнистую структуру, легко доступную для фермента. Устойчивость к протеолизу пептидных связей большинства соевых белков зависит от степени денатурации белка: нативная (высокая устойчивость, интактная структура) – тостированная (средняя устойчивость, нековалентные связи разорваны) – экструдированная (низкая устойчивость, нековалентные и дисульфидные связи разорваны) [9]. При сравнении гидролизатов, полученных из нативного и экструдированного сырья, показано, что белки в составе экструдированного сырья подвергались полному гидролизу в отличие от продуктов, содержащих белок в нативной форме.

Соевая мука имеет высокое содержание белка (48–58%), в том числе по количеству незаменимых аминокислот на 100 г съедобной части, предлагая большой потенциал в преодолении проблемы белковой недостаточности [5, с. 532].

Т а б л и ц а 1

**Количество незаменимых аминокислот
на 100 г муки [2, с. 17]**

Незаменимые аминокислоты	Мука	
	обезжиренная соевая	пшеничная мука высшего сорта
Валин, %	2,75	0,58
Изолейцин+лейцин, %	0,95	1,39
Треонин, %	1,78	0,41
Лизин, %	2,88	0,61
Метионин+цистин, %	0,48	1,11
Триптофан, %	0,46	0,10
Фенилаланин+тирозин, %	4,83	1,49

Т а б л и ц а 2

**Химический состав
соевой и пшеничной муки [4, с. 300]**

Показатель	Мука	
	соевая обезжиренная	пшеничная мука высшего сорта
Вода, г	9,0	14,0
Белки, г	48,9	10,8
Жиры, г	1,0	1,3
Моно- и дисахариды, г	6,2	1,0
Крахмал, г	15,5	67,9
Клетчатка, г	14,1	3,5
Зола, г	5,3	0,5
Натрий, мг	5,0	3,0
Калий, мг	1600,0	122,0
Кальций, мг	212,0	18,0
Магний, мг	145,0	16,0
Фосфор, мг	198,0	86,0
Железо, мг	9,2	1,2
V ₁ мг	0,8	0,2
V ₂ мг	0,3	0,1
E, мг	1,0	1,5
РР, мг	12,7	3,0
Энергетическая ценность, ккал	291	334

Как видно из табл. 1, соевая мука по сравнению с пшеничной более богата аминокислотами, валином и лизином, которых недостаточно в большинстве распространенных зерновых культур.

В табл. 2 проведен сравнительный анализ химического состава соевой и пшеничной муки. Из таблицы видно, что соевая мука, по сравнению с пшеничной мукой, отличается лучшим соотношением типа белки: жиры:углеводы, а также более богата макро- и микроэлементами, особенно калием, кальцием, магнием и фосфором, железом. Поэтому добавка сои в подходящей конечному продукту форме не только увеличит общее содержание протеина в этих продуктах, но и повысит долю потребляемых человеком нутриентов.

Тем не менее имеющейся на текущий момент информации по использованию смесей пшеничной и соевой муки для хлебопечения недостаточно [10, с. 12]. Поэтому целью настоящего исследования являлось изучение влияния добавки соевой муки на функциональные свойства теста, параметры выпечки и органолептические характеристики приготовленного хлеба. Были выбраны образцы с 5, 10, 15 и 20% соевой муки к массе пшеничной муки.

Известно, что количество и качество клейковины определяют газоудерживающую способность теста, которая при выпечке влияет на пористость мякиша и объем хлеба в целом [11, с. 229]. Пшеничная мука, смешиваясь с соевой мукой, приводит к уменьшению количества клейковины до 20%.

Показатель водопоглощения пшеничной муки составляет около 70% и увеличивается при добавлении 20% соевой муки до значения 81,8%. Таким образом, водопоглощение увеличивается примерно на 1% на каждые 2% соевой муки в смеси с пшеничной мукой.

Количество белка в образцах, содержащих соевую муку, значительно увеличилось – до 17,1%; содержание альбумина увеличилось до 2,0%; содержание проламинов не изменилось.

Результаты органолептического анализа получившихся образцов хлеба представлены на лепестковой диаграмме (см. рисунок). По мере увеличения доли соевой муки в смеси с пшеничной мукой цвет мякиша хлеба изменялся с кремово-белого до коричневого. Потемнение цвета корки скорее всего вызвано реакцией Майяра между редуцирующими сахарами и увеличившейся доли белков за счет внесения в смесь сои.



a – контрольный образец



б – 5% соевой муки



в – 10% соевой муки



г – 15% соевой муки



д – 20% соевой муки

Органолептическая оценка готовых образцов

Аромат сои существенно не влиял на оценку продукта до уровня 10% к массе пшеничной муки. Свыше этого содержания соевой муки у образцов появлялся посторонний запах.

По текстуре (состоянию) поверхности самый высокий балл был у хлеба, содержащего 5% соевой муки, а самый низкий балл – на уровне 20% соевой муки.

Результаты показали, что вкус изделий снижался с повышением уровня замещения пшеничной муки соевой мукой. Оптимальные баллы были у образцов с содержанием соевой муки до 10%. Образец с 20% соевой муки имел неприятный привкус.

В итоге приемлемым уровнем добавки сои был выбран показатель 10%, который по сумме характеристик находился наравне с контролем. Образцы с соей свыше 15% были признаны неприемлемыми из-за низких органолептических характеристик.

Библиографический список

1. Блюда из сои. URL : <http://lib.rus.ec/b/166992>.
2. Киселев В. М., Григорьева Р. З., Зоркина Н. Н. Разработка рецептуры и технологии бисквитного полуфабриката повышенной пищевой ценности // Техника и технология пищевых производств. 2010. № 4.
3. Киселева Т. Ф., Ульянкина Н. Ф. Овощные соусы на основе сои – источник дополнительного полноценного белка // Ползуновский вестник. 2011. № 3.
4. Корячкина С. Я., Матвеева Т. В. Технология мучных кондитерских изделий : учебник. СПб. : Троицкий мост, 2011.
5. Минифай Б. У. Шоколад, конфеты, карамель и другие кондитерские изделия : производственно-практическое издание / пер. с англ. : В. Ашкинази, Д. Бабейкина, А. Бакрюкова ; под общ. науч. ред. Т. В. Савенковой. СПб. : Профессия, 2005.
6. Научно-технический отчет. URL : <http://pandia.ru/text/78/614/53994-4.php>.
7. Научные и научно-педагогические кадры инновационной России : Федеральная целевая программа. URL : <http://odtdocs.ru/ekonomika/36675/index.html?page=10>.
8. Опыт применения L-лизина эсцината в терапии неврологических проявлений поясничного остеохондроза. URL : <http://www.mednovosti.by/journal.aspx?article=5388>.
9. Продукты ферментативной модификации соевой муки: научные и практические аспекты получения и применения в пищевых технологиях. URL : <http://dlib.rsl.ru/01004838786>.
10. Хосни К. Р. Зерно и зернопродукты. Научные основы и технологии / пер. с англ. Т. Задея ; под общ. ред. Н. П. Черняева. СПб. : Профессия, 2006.
11. Цыганова Т. Б. Технология хлебопекарного производства : учебник. М. : ПрофОбрИздат, 2001.

И. Н. Попова

кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики предприятий
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Современные тенденции развития розничной торговли

Аннотация. Статья посвящена анализу состояния и перспектив развития розничной торговли в России. В основу сравнения заложены данные по торговым показателям розничной торговли в РФ, позволяющие отметить спад оборота розничной торговли, сокращение числа игроков на рынке вследствие поглощения мелких розничных сетей крупными. Многие торговые предприятия распределены неравномерно по территории России, что свидетельствует о разном уровне жизни населения. Сделан вывод о необходимости повышения конкурентоспособности отечественных ритейлеров на международном рынке посредством развития приоритетных направлений розничной торговли.

Ключевые слова: розничная торговля; конкурентоспособность; хозяйствующие субъекты розничной торговли; благосостояние населения; направления развития розничной торговли; торговые сети.

Розничная торговля – это продажа товаров конечному потребителю. При этом совершенно не важно, каким образом продаются товары или услуги (методом личной продажи, по почте, по телефону или через интернет), а также – где именно они продаются (в магазине, на улице или на дому у потребителя).

В отличие от оптовой торговли, товар, купленный в системе розничной торговли, не рассчитан на дальнейшую перепродажу, а предназначен для непосредственного использования конечным потребителем. Розничная торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров. Она составляет около 27% внутреннего валового продукта РФ по данным Росстата; по размеру налоговых поступлений в федеральный бюджет торговля занимает второе место среди основных отраслей экономики. Сегодня розничные предприятия диктуют свою политику не только отдельным производителям и сегментам рынка, но и целым отраслям промышленности, регионам.

Объем розничной торговли за последние три года растет быстрыми темпами. В 2013 г. по сравнению с 2012 г. оборот розничной торговли увеличился на 10,7% и составил 23 686 млрд р. (рис. 1).



Рис. 1. Динамика изменения оборота розничной торговли в 2013–2015 гг., % к среднемесячному значению 2012 г.¹ [6]

Оборот розничной торговли в РФ в феврале 2015 г. упал на 7,7% и составил 2,024 трлн р., что в сопоставимых ценах составляет 92,3% к соответствующему периоду 2014 г., в январе–феврале 2015 г. – 4,078 трлн р. и 93,9% [2]. Стоит отметить, что в марте общий оборот розничной торговли начал расти.

В январе–феврале 2015 г. оборот розничной торговли снизился на 6,1% до 4 трлн 78 млрд р. В феврале–марте оборот розничной торговли на 90,9% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, которые осуществляют деятельность вне рынка. Доля розничных рынков и ярмарок составила 9,1%. В феврале 2014 г. показатели были на уровне 91,0 и 9,0% соответственно.

По данным Росстата, удельный вес пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, в структуре оборота розничной торговли в феврале составил 49,2%; доля непродовольственных товаров – 50,8%. В феврале прошлого года пищевых продуктов, напитков и табака было 47,2%, непродовольственных товаров – 52,8%.

Доля расходов на продовольствие в семейных бюджетах россиян выросла за последние месяцы с 36 до 40%, а к концу 2015 г. может достигнуть 55%. Такая ситуация влияет на рынок розничной торговли. В январе его оборот снизился на 4,4% впервые с кризисного 2009 г. [5; 7].

Торговые предприятия имеют наибольший удельный вес (38,3%) в общем числе предприятий РФ. Количество организаций розничной торговли за последние несколько лет неуклонно растет; и к концу 2012 г. достигло 257,3 тыс. ед. Число индивидуальных предпринимателей составило 1,6 млн. Наиболее динамично развивались малые предприятия розничной торговли, их количество увеличилось на 23% к 2012 г., число крупных и средних организаций – только на 7,6% (рис. 2) [6].

Численность занятых в оптовой, розничной торговле и общественном питании постепенно увеличивается в течение последних лет и составляет сейчас более 10 млн

¹ Оценки данных с исключением сезонного и календарного факторов осуществлены с использованием программы «ДЕМЕТРА 2.2». При поступлении новых данных статистических наблюдений динамика может быть уточнена.

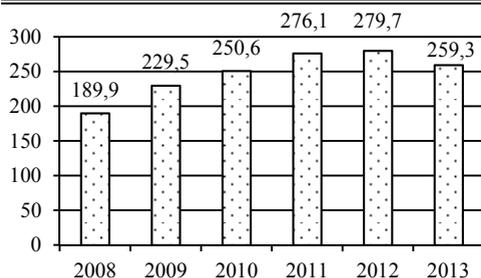


Рис. 2. Число хозяйствующих субъектов розничной торговли в РФ в 2008–2013 гг., тыс. ед.¹

человек. Больше, чем в торговле (17,2%), работают только в промышленности – 21,5% числа занятых в экономике. Для сравнения: в сельском хозяйстве – 10,4%, на транспорте – 7,9% [4].

Рост покупательной способности населения (реальные доходы населения за последние 2 года выросли более чем на 13%) положительно сказывается на структуре оборота розничной торговли. Доля непродовольственных товаров в обороте розничной торговли, являющаяся одним из показателей качества жизни населения,

с 2000 по 2013 г. сохраняется примерно на уровне 54%. В 2013 г. по сравнению с 2012 г. она возросла с 52,8 до 53,6%. Самые высокие доходы характерны для жителей Москвы и Санкт-Петербурга. Это и обуславливает бурный рост торговых предприятий различных форматов именно там.

В структуре оборота розничной торговли сохраняется наметившаяся в 2000 г. тенденция снижения удельного веса продажи товаров на вещевых, смешанных и продовольственных рынках. По данным органов Государственной статистики, доля рынков в обороте розничной торговли сократилась с 23,7% в 2012 г. до 22,1% в 2013 г.

Возрастающее влияние результатов торговли на динамику социально-экономического развития страны требует глубокого теоретического и методологического исследования тенденций развития розничной торговли и аспектов построения эффективной системы ее координации.

Значительные перемены в экономической и политической жизни страны, произошедшие в 2014–2015 гг., повлекли за собой существенные изменения в характере и условиях функционирования всех отраслей народного хозяйства, в том числе и в розничной торговле. В настоящее время розничная торговля РФ претерпевает кардинальные изменения, связанные, прежде всего, с резким сокращением неорганизованной торговли, стремительным и масштабным развитием российских розничных сетей, возникновением острой конкуренции между крупными отечественными и глобальными международными розничными сетями.

На современном этапе на потребительском рынке России происходит интеграция крупных торговых сетей – отечественных торговых предприятий, что приводит к усилению конкуренции с иностранными сетями. Доля сетевых магазинов велика среди специализированных магазинов, а особенно – среди промтоварных магазинов. Крупные российские торговые сети, особенно продовольственные ритейлеры, продолжают демонстрировать здоровый рост сопоставимых продаж несмотря на негативное влияние продовольственного эмбарго и ослабление рубля [3].

Крупным ритейлерам есть куда расти. На долю организованной розницы в России приходится сегодня, по разным оценкам, 30–35% рынка. Потенциал роста существует как за счет расширения и развития сетей в регионах, так и в процессе конкуренции с мелким и средним бизнесом, неорганизованной торговлей. Что касается пердела рынка, то в ближайшем будущем возможно также поглощение крупными игроками мелких [3].

Однако следует отметить, что несмотря на стремительное развитие отечественных розничных сетей, они пока еще не способны противостоять крупным иностран-

¹ Составлено автором по: [6; 7].

ным конкурентам. И по количеству, и по качеству торговая сеть РФ еще не достигла уровня развитых стран мира.

Работа международных розничных сетей на региональных рынках России носит неоднозначный характер: с одной стороны, формирование отечественных и приход международных сетей с мощными финансовыми, материально-техническими ресурсами позволяет внедрить современные системы работы с поставщиками и покупателями, повысить степень централизации функций логистики и дистрибуции, сократить число и ужесточить работу с поставщиками, существенно повысить качество обслуживания, расширить ассортимент продаваемых товаров, а с другой – их появление приводит к монополизации потребительского рынка, к диктату условий как производителей, так и потребителей, к одновременному закрытию или банкротству большого количества самостоятельных магазинов, небольших местных розничных сетей и зачастую предприятий местной промышленности, которое сопровождается массовым увольнением торговых работников, дополнительной социальной напряженностью, нарушением хозяйственных связей, ухудшением финансового положения, нередко снижением отчислений в местные бюджеты и на социальные программы.

Вследствие сказанного выше приоритетными направлениями развития розничной торговли РФ становятся:

1) совершенствование нормативно-правовой базы, разработка и введение новых нормативов и стандартов, регламентирующих деятельность на потребительском рынке;

2) создание эффективной системы управления (координации) потребительским рынком для более полного удовлетворения спроса на товары и услуги;

3) реконструкция и модернизация объектов в соответствии с градостроительными требованиями и новейшими научно-техническими достижениями;

4) приоритетное развитие социально ориентированной сети торгового обслуживания для малообеспеченных категорий граждан, в том числе магазинов-дискаунтеров;

5) обеспечение территориальной доступности товаров для всех социальных групп населения; формирование адресных программ развития торговой сети; размещение новых предприятий там, где ощущается дефицит торговой сети;

6) упорядочение и качественные улучшения объектов мелкорозничной торговой сети, быстрее решение вопросов по ликвидации торговли в неустановленных местах; перевод мелкорозничной сети в современные торговые комплексы;

7) учет приоритетов потребителей: экономия времени и денег; наличие в торговых центрах культурно-развлекательных мероприятий;

8) повышение качества товаров и культуры обслуживания; забота о здоровье потребителей.

Таким образом, в ближайшем будущем сохранится тренд на вытеснение неэффективных розничных форматов сетевой торговли более современными. Пока еще не исчерпан потенциал экстенсивного развития отрасли. Торговые предприятия распределены географически неравномерно, в некоторых многомиллионных городах объемы торговых площадей в расчете на душу населения не достигают соответствующих показателей стран с развитой экономикой. К примеру, по сравнению с рынками Европы и США в России остается низкая доля качественных торговых площадей в общем объеме рынка, несмотря на стремительное развитие, что создает предпосылки для дальнейшего развития.

Рост благосостояния населения в регионах, а также усиление конкуренции в крупных городах, особенно в Москве и Санкт-Петербурге, активизирует экспансию девелоперов в регионы, где недостаточно качественных торговых площадей. Иллю-

страцией активного развития в регионах может служить ситуация в Воронеже, где количество торговых площадей с 2010 г. увеличилось с 25 до 327 м² на 1000 человек [1].

Однако все возрастающую роль, особенно в наиболее насыщенных нишах рынка – продовольственных дискаунтеров, торговле бытовой техникой и электроникой – будут играть интенсивные факторы роста и конкуренции.

Библиографический список

1. Брагин Л. А., Иванов Г. Г., Стукалова И. Б., Зверева А. О., Куренкова В. П. Торговля. Состояние и перспективы развития. М., 2011. Ч. 1.
2. Информационно-аналитическое агентство «РИА Новости». URL: <http://ria.ru>.
3. Канцловский И. В ритейле назревает естественный отбор // Эксперт. URL : <http://expert.ru/2014/11/18/v-ritejle-nazrevaet-estestvennyj-otbor>.
4. Национальное рейтинговое агентство. URL : <http://www.ra-national.ru>
5. РосБизнесКонсалтинг. URL : <http://www.rbc.ru>.
6. Федеральная служба государственной статистики. URL : <http://www.gks.ru>.
7. Trading Economics. URL : <http://www.tradingeconomics.com>.

Л. В. Скопова

*кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой иностранных языков
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Использование современных методов коммуникации в торговой деятельности

Аннотация. Спектр современных теорий, исследующих процесс коммуникации, значительно расширился. Применение специальных приемов и способов облегчает устанавливать тесные контакты и атмосферу доверия между собеседниками. Особое значение владение компетенцией коммуникативной деятельности приобретает в сфере торговли, где профессиональные действия продавца, его умение убеждать и влиять на собеседника, а также способности предвосхитить поступки и пожелания клиента приводят к успеху. Технология нейролингвистического программирования предполагает, что слова и невербальные средства (жесты, мимика, позы человека) напрямую связаны с его мыслительными и познавательными процессами, управляющими поведением. Умение расшифровать словесные высказывания и невербальный язык телодвижений позволяет понять и предугадать поступки и действия собеседника. Данная методика позволяет понять различия в восприятии разных людей, определить преобладающий чувственный регистр личности (зрительный, слуховой или кинестетический). Знание и применение методик и приемов, предлагаемых современными теориями коммуникации, позволяет продавцу осознать роль лингвистических и когнитивных аспектов в процессе коммуникации, что положительно сказывается на его профессиональной компетентности и способствует росту эффективности торговой деятельности.

Ключевые слова: торговая деятельность; коммуникация; нейролингвистическое программирование; транзактный анализ; взаимодействие.

Успешная деятельность в сфере торговли, заключение выгодных контрактов и сделок, проведение удачных переговоров – все это зависит, в немалой степени, от уровня владения компетенциями коммуникативной деятельности и технологий интеракции. В период жесткой конкуренции в торговом секторе успех продаж зависит не только от качества и наличия товаров, но в большой степени – от компетентности торговых представителей и продавцов, от их коммуникативных умений налаживать взаимоотношения с потенциальными клиентами.

В конце XX века активизировались исследования процессов общения и взаимодействия между людьми в различных областях человеческой деятельности. На Западе появились новые теории коммуникации, среди наиболее популярных можно отметить: нейролингвистическое программирование (НЛП), транзактный анализ (ТА), морфопсихологию и др. [4; 10; 12].

Технология НЛП появилась на базе научных исследований математика Р. Бендлера и лингвиста Ж. Гриндера [4; 6], предположивших, что мыслительные процессы напрямую связаны с психофизиологическим автоматизмом личности, что влияет на слова и поступки человека.

Исследования в области психологии показали, что в процессе общения невербальные средства коммуникации составляют 60–80% (речь идет о мимике, жестах, позе собеседника). На долю вербальных средств коммуникации, т. е. речевых сообщений, приходится только 20–40% информации [2]. «Особенностью языка телодвижений является то, что его проявление обусловлено импульсами подсознания человека, и отсюда возможность сделать эти импульсы позволяющей доверять этому языку больше, чем обычному вербальному способу общения» [2, с. 60].

Анализируя слова, жесты и поступки, можно определить «ключ доступа» к партнеру и предвидеть его действия. Определение преобладающего у собеседника «чувственного регистра» (слухового, зрительного или кинестетического) дает возможность настроиться на него с помощью приемов подражания и синхронизации и, таким образом, установить контакт и запрограммировать необходимые отношения с партнером. В арсенале методики НЛП используются различные приемы: активное слушание; наблюдение; концентрация на собеседнике; калибровка (расшифровка внутренней реакции партнера по проявлениям его невербального поведения); переформулирование реплик партнера; установление доверительных добрых отношений с помощью раппорта; анкраж (якорение) – процесс, когда любое внутреннее или внешнее проявление связано с каким-то состоянием или реакцией и способно их запускать [4; 5; 6].

Цели теории НЛП – проанализировать процесс коммуникации и взаимодействия; охарактеризовать субъективный опыт в виде определенных структур. В результате наблюдения можно установить, каким из пяти органов чувств чаще всего пользуется партнер. С позиции НЛП каждый человек относится к одному из психофизиологических типов: слуховому, визуальному или кинестетическому. Это определяется по элементам наглядности, которые предпочитает человек для выражения того, что он слышит, видит или чувствует. В зависимости от типа собеседника рекомендуется использовать именно те приемы, словесные формулировки или зрительную наглядность, которые помогут представить и понять, о чем идет речь [5; 10].

По мнению ученых, большинство людей относятся к визуальному типу, что предполагает использование рисунков, схем, таблиц, образцов продукции вместо словесных объяснений и пространственных убеждений. Технологии НЛП предлагают разнообразные модели, позволяющие определить и настроиться на различные типы партнеров, так как понимание и осознание процесса коммуникации предусматривает умение предвидеть реакцию и поступки собеседника, способность убедительно аргументировать свою точку зрения и влиять на действия собеседника.

В международной торговой деятельности применение технологий НЛП также приносит ощутимый эффект. Успех заключения торговых сделок во многом зависит от умения торгового представителя выгодно представить свой товар, грамотно презентовать продукцию, используя современные теории коммуникации, суметь интерпретировать язык телодвижений партнера. Специфика международной торговли предполагает учет особенностей межкультурной коммуникации, что требует от участников, представляющих различные культуры, принимать во внимание национальные особенности, традиции, табу, правила морали и привычки представителей других стран и национальностей [1; 8; 13].

Теории, исследующие особенности процессов общения, стали востребованы в бизнесе, в торговой деятельности, где психологические факторы часто играют зна-

чительную роль, особенно, если речь идет о прямых, непосредственных отношениях «клиент – продавец» [11; 14].

Применительно к торговле продавец должен владеть несколькими компетенциями: знанием о продаваемом товаре и способностью налаживать необходимые отношения с покупателем, а также умением продавать, учитывая свои критерии и потребности клиентов. Часто продавец старается использовать массу аргументов для сбыта своего продукта, расхваливая его и забывая о покупателе и его потребностях. Каждому продукту присущи и положительные качества, и отрицательные, что снижает набор критериев для аргументации со стороны продавца. Зная о недостатках своего товара, продавец иногда с трудом может убедить клиента приобрести данный продукт. В такой ситуации на помощь приходит умение абстрагироваться, способность проанализировать ситуацию с другой стороны и задать себе вопросы: «Какова функция моего товара?»; «Чем он может быть полезен моему клиенту?» [7, с. 13].

Другой прием заключается в понимании, что покупатель должен «мечтать» в соответствии со своими критериями и потребностями, т. е. создавать позитивный образ приобретаемого товара, а себя представлять владельцем и пользователем данного продукта. Очень часто покупки совершаются именно на уровне эмоций, и квалифицированный продавец обладает способностью вызвать в клиенте воображение и творческие представления. В большинстве случаев приобретения происходят на основе субъективных факторов.

В тех случаях, когда продавец заставляет покупателя «мечтать», он занимает позицию персональных критериев и потребностей клиента. Тогда продавец работает на уровне установления раппорта, т. е. благоприятных отношений с клиентом, акцентирует свое внимание на взаимодействии с ним и изучает его поведенческие реакции.

В случаях, когда продавец аргументирует технические характеристики товара, он занимает позицию «знания о продаваемом товаре», которую следует подкрепить критериями, позволяющими «мечтать» о нем, что в совокупности подтолкнет клиента к обоснованной покупке. Так, мечтая о покупке скоростного автомобиля, клиент скорее совершит приобретение «мечты», если продавец подчеркнет мощность мотора и ходовые качества. В случае переноса акцента на красоту салона, демонстрацию откидного механизма у сидений продавец, вероятнее всего, потеряет потенциального покупателя, так как такая аргументация не соответствует его персональным критериям выбора покупки [7, с. 13].

Достижение целей в торговой деятельности во многом зависит от понимания структуры коммуникации, знания и различения ее уровней. Теория НЛП помогает разобраться в этом процессе, так как позволяет акцентировать внимание на наблюдении психологического процесса коммуникации и, используя определенные ориентиры, узнать уровень, на котором работает продавец в той или иной ситуации. Процесс торговой деятельности, нацеленный на продажу кому-то (потенциальному клиенту), а не только на сбыт какого-то продукта (своего товара) может характеризовать качественное выполнение торговой операции.

Специалисты выделяют четыре фазы деятельности продавца в период проведения продажи:

- 1) прием клиента, налаживание контакта;
- 2) сбор информации;
- 3) представление аргументации, убеждение;
- 4) заключение.

Эти фазы не обязательно четко следуют одна за другой, они могут меняться местами или совпадать [7, с. 35]. Первая фаза, безусловно, одна из самых важных. Во

время «приема» клиент должен почувствовать себя комфортно. Для достижения такого эффекта в методах НЛП рекомендуется использовать не только языковые средства, но и невербальные средства общения (позу, доброжелательную улыбку, спокойный тон голоса, опрятный внешний вид продавца).

Технология, типичная для НЛП – это гармонизация с клиентом, без которой установление контакта значительно усложняется. С позиции данной теории человек быстрее располагается и вступает во взаимодействие с тем, кто похож на него по ряду психофизиологических параметров. В связи с этим продавцу предлагается применять метод повторения поведения клиента. Для начала необходимо внимательно пронаблюдать позу клиента, выражение его лица, жесты. Эти внешние признаки указывают на внутреннее состояние покупателя в данный момент. Если продавец сумеет их скопировать, «отзеркалить», подхватить тот же ритм и направление движения жестов, он имеет больше шансов получить доверие клиента, так как «похожие» люди быстрее находят общий язык.

Синхронизация ритма дыхания у собеседников также относится к одному из оригинальных приемов НЛП, который довольно редко встречается в западных странах и, обычно, только на фазе «наблюдения». А вот в Японии часто можно наблюдать настройку ритма дыхания участников не только во время деловой беседы, но и в начале собрания, когда проводятся общие сеансы синхронизации ритма дыхания.

Гармонизация голоса (настройка) – важный метод на всех четырех фазах торговой деятельности. Следует рассматривать различные характеристики голоса: тон, высоту, ритм речи, силу голоса. Настроив свой голос хотя бы на одну из этих характеристик, продавец уже получает шанс быстро войти в контакт с покупателем. По мнению специалистов, изучающих поведение продавцов, чаще доверие клиентов вызывает спокойный голос среднего или низкого регистра, чем резкий высокий тон [7, с. 38–40].

Понятие дистанции между собеседниками напрямую связано с «личным пространством» и понятием «территория». В различных культурах понятие комфортной дистанции при общении отличается. Продавцу советуют приблизиться к клиенту и пронаблюдать, на какой дистанции он разговаривает. Если покупатель еще приблизится, значит продавцу не следует отступать назад. В случае, если выбранная клиентом дистанция не является комфортной для продавца, ему рекомендовано встать сбоку от покупателя. Чаще всего люди, предпочитающие близкое расстояние между собеседниками, относятся к кинестетическому типу поведения. Для данного типа клиентов важнее примерить, потрогать товар, приблизиться к продавцу, чтобы понять лучше, что он объясняет и какой продукт демонстрирует. В процессе устной коммуникации собеседники чаще всего смотрят друг на друга и устанавливают зрительный контакт. Люди слухового типа поведения чаще прислушиваются и бросают короткие взгляды на собеседника.

По мнению профессора А. Ф. Линецкого, в процессе общения большое значение имеют такие невербальные средства коммуникации, как «визуальные контакты, или визуалика», когда собеседник смотрит в зрачки партнеру и «контролирует его взгляд». Этот способ дает возможность получить определенные сигналы и точную информацию. «По мнению психологов, речевая информация на 25% воспринимается именно зрительным путем» [2, с. 65].

В торговой деятельности важно учитывать понятие «территория», т. е. место, где происходит продажа товара. Приходя в магазин, покупатель попадает в ситуацию незащищенности, так как находится на чужой территории, где главенствует продавец. В данном случае специальные приемы НЛП помогут клиенту почувствовать себя в безопасности. С учетом подобной ситуации современные витрины магазинов

и торговых точек стараются оформить таким образом, чтобы не сразу можно было понять, где находишься – снаружи или уже внутри торгового помещения. Ярко оформленные витрины привлекают покупателей, и границы между внешним пространством (территорией клиента) и внутренним залом магазина (территорией продавца) стираются. Рассматривая оригинальные витрины, клиент незаметно для себя оказывается в торговом зале магазина и становится потенциальным покупателем.

На стадии приема потенциального покупателя квалифицированный продавец старается показать ему свою заинтересованность, готовность заниматься им для решения его проблемы, предоставить всю необходимую информацию о продукте. При этом не следует быть навязчивым, необходимо дать возможность клиенту осмотреться, внимательно рассмотреть товары. Проявив интерес к потребностям покупателя, сделав тонкий комплимент его интересам и вкусам, предложив деликатный совет, похвалив правильный выбор, продавец вступает в раппорт (контакт и доверительные отношения) с клиентом, становится человеком, четко представляющим и разделяющим его вкусы и предпочтения, т.е. близким по взглядам, «своим». Атмосфера доверительных отношений, по мнению специалистов, является одним из решающих критериев в пользу выбора и приобретения товара потенциальным потребителем.

С позиций НЛП в ходе коммуникации важно вести диалог в контексте доверия, взаимной признательности и безопасности. В результате установления контакта появляется взаимная симпатия, которая помогает продемонстрировать собеседнику желание встретиться с ним на его собственной «территории», где он чувствует себя защищенным и в полной безопасности. Таким образом, человеку на бессознательном уровне посылается информация, что партнеры похожи, и между ними установлено сходство. В такой ситуации система естественных механизмов защиты человека не проявляет себя, и устанавливается атмосфера доверия и сотрудничества.

Теория транзактного анализа (ТА) представляет собой философию развития личности и преследует цель – осознание себя и других людей для успешного участия в процессах коммуникации и интеракции. Данная теория исследует процессы взаимодействия, которые напрямую зависят от «собственного состояния» и «жизненной позиции» собеседника [3; 9; 11;14]. Традиционно в диаграммах функционального развития личности выделяют три основных состояния поведения. Анализ поведенческих диаграмм дает возможность собеседникам осознать свои поступки и их последствия, а также лучше понять партнера и предвидеть его реакции. Данный метод, предлагая практические рекомендации для достижения эффективности взаимоотношений сторон в процессе коммуникации, находит свое успешное применение в торговой деятельности.

Среди других технологий, позволяющих изучить и лучше понять партнера во время коммуникации, специалисты называют также морфопсихологию. Сторонники этой теории проводят научные исследования, основанные на гипотезах о соответствии некоторых специфических внешних физиономических характеристик человека определенным чертам его личности и проявлениям соответствующего типа поведения.

Таким образом, изучение процесса коммуникации с позиций различных научных теорий, знакомство с новыми технологиями интеракции, а также практическое применение полученных данных позволяют развивать и успешно осуществлять взаимодействие людей в разных сферах, особенно в торговой деятельности, где положительный результат во многом зависит от успешного проведения процесса коммуникации с клиентами.

Библиографический список

1. Громова Н. П., Ренер Е. И., Скопова Л. В. Особенности межкультурной коммуникации в деловых переговорах // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2013. № 9.
2. Линецкий А. Ф. Международные экономические отношения: вопросы этикета и протокола : учеб. пособие. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2010.
3. Соловьев В. П. Манипуляции: атакуй и защищайся. М. : Эксмо, 2011.
4. Boulanger P. Programmation Neuro-Linguistique et autres contes d'initiation. Issy-les-Moulineaux: ESF, 2007.
5. Carpentier M-N., Demorgon J. Nous les autres et les autres. Confrontations, tiers et médiation. Berlin: Ofai-Dfiw, 2008.
6. Cayrol A., Barrère P. S'initier à la PNL : Les basiques de la programmation neuro-linguistique. Issy-les-Moulineaux : ESF, 2008.
7. Cudicio C. Mieux vendre avec la PNL, des strategies pour convaincre. P. : Les Editions d'Organisation, 1993.
8. Demorgon J. Complexité des cultures et de l'interculturel. Contre les pensées uniques. P. : Economica, 2010.
9. Demorgon J. Déjouer l'inhumain. P. : Economica, 2010.
10. Dilts R. Modéliser avec la PNL. P. : InterEditions Dunod, 2004.
11. Dupont Ch. La négociation. Conduite, théorie, application. P. : Dalloz, 1994.
12. Michel J.-L. Les Professions de la communication – Fonctions et Métiers. P. : Ellipses, 2009.
13. Michelin C. Transportés d'une culture à l'autre. Saint-Maur: Sépia, 2009.
14. Thiry A. Ça y est, j'ai compris. Méthodes d'études et de stratégies d'apprentissage avec la PNL. Bruxelles : De Boeck et Larcier, 2006.

В. В. Тарасова

кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Проблемы и перспективы компании «Нестле» в Уральском регионе

Аннотация. В современных условиях зарубежные производители, работающие на рынке России, активно используют различные управленческие инструменты и с их помощью создают устойчивые конкурентные преимущества своих торговых марок (Nestle, Coca-Cola, Mars и т.д.). Возросшая конкуренция вынуждает идти на все большие уступки потребителям и посредникам в сырье своей продукции и постоянно расширять арсенал технологий и методов управления стимулированием сбыта. Кроме того, объективным фактором возрастания роли стимулирования является то, что относительная эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации.

В статье рассматривается деятельность ООО «Нестле-Россия» в Уральском регионе, существующие проблемы реализации сбытовой политики и перспективы развития.

Ключевые слова: Нестле; инвестиции; ассортимент; продажи; спрос; товарный портфель; стимулирование; развитие.

«Нестле» – крупнейшая в мире компания-производитель продуктов питания и напитков, эксперт в области правильного питания и здорового образа жизни. Филиалы и фабрики компании «Нестле» в настоящее время присутствуют на всех континентах в 113 странах мира; ассортимент продукции «Нестле» постоянно расширяется, и в настоящее время он насчитывает свыше 8 000 торговых марок продуктов питания, которые знают потребители на всех пяти континентах [3].

«Несмотря на экономические сложности в России, 2014 г. стал достаточно успешным», – заявил глава Nestle в регионе Россия-Евразия Маурицио Патарнелло. Он отметил, что в 2014 г. компания инвестировала в российский рынок 4,6 млрд р., суммарный объем инвестиций Nestle в экономику РФ с 1996 г. превысил 1,8 млрд дол. [2].

Среди производителей продуктов питания «Нестле» отличается наибольшими в мире объемами инвестиций в научные исследования и технические разработки, что

связано со стремлением компании производить продукцию, которая не только обладает хорошими вкусовыми качествами и красиво оформлена, но и полезна для здоровья.

В апреле 1995 г. компания открыла свое представительство в Москве, и год спустя ООО «Нестле Россия Фуд» стала полноценной российской компанией, организовав сеть собственных складов и наладив систему сбыта и маркетинга сбыта для продвижения продукции на рынке.

Сегодня «Нестле Россия» является лидером российского рынка кофе, шоколадных изделий, продуктов детского питания и мороженого и усиливает свое присутствие на рынках кулинарной продукции и карамели [1]. Стратегия компании во всем мире заключается в осуществлении долгосрочных инвестиций, она направлена на укрепление и модернизацию производственных инфраструктур фабрик и внедрение новых технологий в производство. Успех «Нестле Россия» был достигнут благодаря инвестициям в местное производство и промышленную инфраструктуру, разработку продуктов, отвечающих российским вкусам и традициям, использованию местного сырья, активному продвижению торговых марок, а также постоянному расширению и развитию национальной сети сбыта. Кроме того, «Нестле Россия» вкладывает большие средства в обучение и повышение квалификации сотрудников, передавая им международный опыт и современные научно-технические знания. Общее число постоянных сотрудников компании в России – около 5 500 человек.

В Уральском регионе офисы ООО «Нестле Россия» представлены в четырех городах: Екатеринбург – региональный филиал; Пермь – фабрика «Нестле», доставка продукции в города региона; Челябинск – депо (транзитный центр распределения); Тюмень – депо (транзитный центр распределения).

Т а б л и ц а 1

Структура продаж ООО «Нестле Россия» в Уральском регионе, млн р.

Расположение филиала	2012	2013	Удельный вес, к 2012, %	Отклонение в сумме
Екатеринбург	2 717	2 668	34	-49
Челябинск	2 317	2 275	29	-42
Пермь	1 838	1 805	23	-33
Тюмень	1 119	1 098	14	-20
Итого Уральский регион	7 991	7 846	100	-144

Анализ объема и структуры продаж в Уральском регионе представлен в табл. 1.

ООО «Нестле Россия» в Уральском регионе не занимается самостоятельно продажей продукции, его основные функции – переговоры с клиентами, распределение через дистрибьюторов, контроль и регулирование. Дистрибьюторами являются: ЗАО «Компания «Юнилэнд-Екатеринбург» в Екатеринбурге и Свердловской области; логистическая компания ГК «Тоникс» на территории Тюменской области и ХМАО; ООО «Форпост» в Челябинской и Курганской областях; ООО «Магнат Трейд Энтерпрайз» в Пермском крае.

Структура продаж компании в Уральском регионе по ассортиментным группам представлена в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Анализ продаж продукции в разрезе ассортиментных групп ООО «Нестле Россия», млн р.

Ассортиментная группа	2012	Удельный вес в портфеле, %	2013	Удельный вес в портфеле, %	Отклонение, в сумме	Темп изменения, %
Кофе Nescafe	2 557	32,0	2 354	30,0	-203	92,1
Кондитерские изделия	2 317	29,0	2 746	35,0	429	118,5
Детское питание	799	10,0	9 42	12,0	142	117,8
Кулинарная продукция	879	11,0	7 85	10,0	-94	89,3
Готовые завтраки	919	11,5	7 85	10,0	-134	85,4
Каши для всей семьи	519	6,5	235	3,0	-284	45,3
Итого	7 991	100,0	7 846	100,0	-144	-

Таким образом, можно видеть, что происходят структурные изменения в товарном портфеле и значительное снижение объема продаж по ряду групп товаров. На снижение объема продаж повлиял дефицит продукции по сравнению с повышенным спросом.

Эффективность работы с ассортиментом характеризует степень его обновления. В табл. 3 приведены данные и оценка обновления ассортимента по «Нестле Россия». Как видно из таблицы, компания проводит активную ассортиментную политику, о чем свидетельствует рост коэффициента его обновления.

Маркетинговая ориентация ООО «Нестле Россия» – ориентация на потребителя. Основным инструментом продвижения товаров на рынке является стимулирование продаж с помощью рекламы на телевидении, в сети Интернет, на радио и в других средствах массовой информации. Структура затрат на рекламу, а также данные о ее экономической эффективности представлены в табл. 4.

Несмотря на относительное постоянство структуры и объемов рекламных бюджетов, наблюдается снижение объемов продаж и прибыли от рекламы. Это свидетельствует о том, что используемая реклама не оказывает определяющего воздействия на объем продаж, а его снижение обусловлено потерей партнерских связей с некоторыми крупными компаниями Екатеринбурга. В связи с этим необходима разработка специальных мероприятий по стимулированию роста продаж.

Организацией централизованной рекламы и поставкой промо-продукции в регионы занимается головной офис ООО «Нестле Россия», расположенный в Москве. Региональные филиалы, в свою очередь, распределяют промо-продукцию дистрибьюторам своих регионов. Однако региональный филиал не всегда может проконтролировать качество проведения акций, так как отсутствует система оперативного учета, анализа и контроля эффективности рекламы на местах. Об этом свидетельствует отсутствие исходных данных на местах для анализа отдельных рекламных мероприятий.

Кроме того, бренд-менеджеры в Москве при разработке графиков проведения акций не учитывают специфику спроса в отдельных регионах и вкусовые потребительские предпочтения. Следовательно, необходимо усилить взаимодействие данного отдела в Москве с региональными представительствами. Проблемой является недостаточная заинтересованность дистрибьюторов в развитии традиционных каналов реализации. Традиционный канал включает в себя мелкооптовых покупателей, несетевые магазины, доля продаж в них составляет 15% от общего объема. В 2013 г. продажи в этом канале снизились до 88% по сравнению с 2012 г.

Филиал в Челябинске обеспечивает товарами дополнительно Курганскую область, а Тюмень осуществляет поставки в Ханты-Мансийский автономный округ.

Таблица 3

**Динамика обновления ассортимента
ООО «Нестле Россия»**

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013
Количество наименований реализуемой продукции, ед.	600	640	730	860	890
Количество вновь реализуемой продукции, ед.	126	160	234	258	374
Коэффициент обновления продукции	0,21	0,25	0,32	0,3	0,42

Таблица 4

**Структура затрат на рекламу
и ее экономическая эффективность, млн р.**

Расходы	2011	2012	2013
Реклама в печатных СМИ	40,9	43,8	43,3
Реклама в сети Интернет	42,3	43,8	43,3
Реклама на радио	16,9	12,1	12,0
Реклама на телевидении	21,2	19,7	22,4
Печатная продукция (визитные карты, анкеты)	4,2	3,0	3,0
Наружная реклама	5,6	9,1	9,0
Проведение промо-акций, мастер-классов	4,2	6,0	4,5
Прибыль от рекламы	1 963	1 313	1 363
Рентабельность, %	34,4	28,8	30,2

Территориальная разбросанность населенных пунктов в данных областях намного шире, чем в Свердловской области и Пермском крае. Огромные размеры территории создают множество возможностей, однако есть и трудности, например, связанные с логистикой, поэтому малодоступность делает часто невозможным продвижение продукции в данные районы. Особенно это проявляется в северной части Уральского региона, так как Ямало-Ненецкий автономный округ также является частью Уральского региона, однако у ООО «Нестле Россия» на данной территории отсутствует дистрибьютор. Поэтому компании необходимо развивать сеть дистрибьюторов и стимулировать уже имеющихся на увеличение продаж по оптовому и традиционному каналу продаж.

В настоящее время спад платежеспособного спроса на многие товары в потребительском секторе продолжается, кризисные явления только нарастают. Серьезные увольнения и массовые сокращения заработной платы в конце 2014 – начале 2015 г. привели к снижению оборота розничной торговли на Среднем Урале.

2014-й год стал достаточно успешным для «Nestle». Общий прирост объема продаж составил 13,4% по сравнению с 2013 г., а в ряде ключевых категорий продукции были отмечены двузначные показатели роста. В 2014 г. компания инвестировала в российский рынок 4,6 млрд р.

Руководство компании считает, что «Нестле» делает все возможное для того, чтобы продолжить развитие, несмотря на замедление темпов российской экономики и на санкции. Каждый рынок имеет свои трудности, однако руководство российских регионов прикладывает усилия, чтобы упростить инвесторам жизнь. Например, одно из лучших предприятий компании в Европе было открыто в Вязниковском районе Владимирской области 21 октября 2014 г. [2].

Таким образом, в России компания имеет, с одной стороны, привлекательный рынок, а с другой – решимость использовать отрывающиеся перспективы. Существуют все предпосылки для того, чтобы однажды Россия стала для «Нестле» крупнейшим рынком в Европе.

Библиографический список

1. *Анализ рынка детского питания в России.* URL : http://re-port.ru/research/analiz_rynka_detskogo_pitanija_v_rossii.
2. *Мы работали в России и в благополучные, и в непростые времена : интервью главы Nestle в РФ Маурицио Патарнелло «Интерфаксу».* URL : <http://www.interfax.ru/387682>.
3. *Эксперт.* URL : <http://www.expert.ru>.

С. Л. Тихонов*доктор технических наук, доцент, заведующий кафедрой пищевой инженерии
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),***Е. Г. Ваганов***аспирант**ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Особенности мясного сырья с признаками PSE и DFD

Аннотация. Интенсификация животноводства и птицеводства приводит к образованию мяса с признаками PSE (Pale, Soft, Exudative) с низким значением pH и DFD (Dark, Firm, Dry), pH более 6,2. Причины этого разнообразны и могут возникнуть как на стадии выращивания и откорма животных, так и в процессе уоя. Существенным недостатком мяса с DFD-свойствами, наряду с темным цветом, является то, что оно легко подвергается порче ввиду высокой величины pH и водосвязывающей способности. Продукция, сделанная из PSE мяса, обладает плохой текстурой и водоудерживающей способностью.

Основной причиной образования мяса с отклонениями в процессе автолиза является стресс. Установлено, что предубойная выдержка животных, склонных к образованию мяса с DFD-свойствами, оказывает влияние на качественные показатели мяса: органолептические, физико-химические и микробиологические. Оптимальной является голодная выдержка животных в течение 12 ч после транспортировки. Для определения оптимального времени предубойной выдержки необходимо учитывать расстояние перевозки животных, их склонность к образованию мяса с отклонениями в процессе автолиза.

Ключевые слова: качество мяса; причины образования мяса нетрадиционного качества; автолиз; предубойная выдержка; стресс.

При интенсификации животноводства возникают проблемы, связанные с образованием мясного сырья с нехарактерным ходом автолиза, в частности с низким значением pH (менее 5,2). Такое мясо либо бледное, дряблое, водянистое (Pale, Soft, Exudative (PSE)) с рыхлой консистенцией, выделением мясного сока и кислым запахом, либо с высоким конечным значением pH (более 6,2), темное, жесткое, сухое (Dark, Firm, Dry (DFD)), с грубой волокнистостью и липкое [1; 2]. Исследователи отмечают, что реализация бледной, мягкой и эксудативной свинины приводит к ежегодным потерям свиноводства в 100 млн дол.

Одним из важных показателей качества мяса с нехарактерным ходом автолиза является цвет. Для мяса DFD характерна темная окраска, и потребители при визуальном осмотре считают его недоброкачественным.

Показатель светлоты [3; 4] мяса зависит от содержания общих пигментов и состояния поверхности, а желтизна и краснота – от соотношения производных миоглобина. Миоглобин при контакте с кислородом воздуха превращается в оксимиоглобин (MbO), который и придает свежий ярко-розовый цвет мясу. Под воздействием света и воздуха образуется метмиоглобин (MetMb); при этом мясо приобретает коричнево-серый цвет, что указывает на признаки DFD. Установлено, что светлота является более стабильным показателем, менее подверженным воздействию внешних факторов, и следовательно, более объективным при оценке принадлежности сырья к определенной группе качества.

При хранении мяса с высокой pH повышается содержание высокомолекулярных фракций, при этом не происходят существенные изменения актиномиозиновой фракции, способствующие поддержанию относительно высокого и стабильного уровня гидрофильности этого мяса в процессе последующего хранения, что и определяет высокое значение показателя влагосвязывающей способности мяса DFD [5].

В мясе с PSE-свойствами в первые часы после уоя происходит стремительный распад гликогена и усиленное накопление молочной кислоты, что приводит к сдвигу pH в кислую сторону и благоприятному фону микробиологической загрязненности,

но низкая влагоудерживающая способность и насыщенность цвета затрудняет технологическую переработку и уменьшают выход готовых изделий [6].

Согласно данным [7] продукция, сделанная из PSE-мяса, обладает плохой текстурой и водоудерживающей способностью. Следовательно, для улучшения качества необходимо исследовать текстуру и водоудерживающую способность, и тогда количество PSE-свинины, включенное в продукт, можно увеличить.

Ю. В. Татулов и др. [8] утверждают, что конечные значения pH – наиболее убедительный предказатель качества мяса; это связано с высокой степенью корреляции между pH24 и водосвязывающей способностью [9]. Окончательный pH используется для дифференциации PSE мяса из других показателей и находится между 5,5 и 5,7. Коэффициенты корреляции рассчитываются для индикации качества. Очевидно, что самые высокие коэффициенты корреляции наблюдаются между конечной величиной pH, потерями мясного сока и цветностью (бледность).

Обнаружены закономерности в соотношении между начальной, конечной величиной pH и потерей сока в образцах мяса хряков [10; 11]. Соотношение между конечной величиной pH и потерей мясного сока было описано линейным уравнением: $Потеря\ сока = 33,6728 - 5,04 \times pH24$.

Основной причиной образования мясного сырья с отклонениями в процессе автолиза является стресс у убойных животных.

Цель проведенного исследования – комплексная товароведная оценка мяса бычков черно-пестрой породы при транспортном стрессе в зависимости от продолжительности предубойной выдержки животных.

Для эксперимента отобрали 20 бычков черно-пестрой породы, склонных к появлению мяса с отклонениями в процессе автолиза (DFD), транспортировали их на расстоянии 28 км из ООО «Николаевское» (основной поставщик убойных животных для КХ «Новинка»). Животных разделили на 4 группы. Убой бычков первой группы проводили без предубойной выдержки, второй группы – через 12 ч, третьей и четвертой – через 24 и 48 ч соответственно.

Органолептические показатели мяса в зависимости от предубойной выдержки бычков представлены в табл. 1.

Таблица 1

Органолептические показатели мяса в зависимости от предубойной выдержки бычков

Предубойная выдержка, ч	Внешний вид	Консистенция	Запах
0–2	Имеет корочку подсыхания, темно-бордового цвета, грубая волокнистость	На разрезе мясо твердое, упругое; при надавливании пальцем ямка плохо образуется	Специфический, характерный для говядины, приятный
12	Имеет корочку подсыхания, красного цвета, грубая волокнистость	На разрезе мясо твердое, упругое; при надавливании пальцем образуется ямка	То же
24	Имеет корочку подсыхания, темно-бордового цвета, грубая волокнистость	На разрезе мясо твердое, упругое; при надавливании пальцем ямка плохо образуется	--
48	Имеет корочку подсыхания, темно-бордового цвета, грубая волокнистость	На разрезе мясо твердое, упругое; при надавливании пальцем ямка плохо образуется; липкое	--

Из табл. 1 следует, что мясо бычков без предубойной выдержки характеризуется признаками DFD, в то время как 12-часовая голодная выдержка животных оказала положительное влияние на цвет и консистенцию. Цвет мяса красный, ямка при надавливании пальцем выравнивается. С увеличением времени предубойной выдержки до 24 и 48 ч признаки DFD становятся более выраженными.

Физико-химические и функционально-технологические свойства мяса в зависимости от предубойной выдержки представлены в табл. 2.

Таблица 2

Физико-химические и функционально-технологические свойства мяса в зависимости от предубойной выдержки бычков

Предубойная выдержка, ч	pH	Водосвязывающая способность (ВСС), %	Гликоген, мг%	Молочная кислота, %
0–2	6,4	68,5	5,3	42,8
12	6,2	65,4	24,0	154,6
24	6,4	67,9	12,3	57,5
48	6,4	68,3	8,5	30,1

Из таблицы следует, что мясо бычков с предубойной выдержкой в течение двух часов характеризуется высокой pH (6,4) и ВСС (68,5%), низким содержанием гликогена (5,3 мг%) и молочной кислоты (42,8 мг%). Высокая pH образцов мяса первой группы объясняется с тем, что животные в процессе транспортировки затратили большое количество энергетического материала (гликоген). Усиленный прижизненный его распад привел к ослаблению гликолитических процессов и незначительному образованию органических кислот, в частности молочной, и, следовательно, сдвига pH в кислую сторону не происходит.

Установлено, что голодная выдержка животных в течение 12 ч позволила восстановить гликоген в мышцах (24 мг%), что положительно повлияло на качественные характеристики мяса: pH на уровне 6,2, молочная кислота – 154,6 мг%, ВСС – 65,4%. Дальнейшее увеличение предубойной выдержки способствует дополнительным затратам энергии и, следовательно, образованию мяса с DFD-свойствами.

Для образцов мяса 1-й, 3-й и 4-й групп характерна низкая концентрация ионов водорода, что способствует более высокой ионизации белковых молекул и ВСС – 68,5; 67,9 и 68,3% соответственно.

Водянистое мясо (1-я, 3-я и 4-я группа) имело высокие потери при тепловой обработке. Достоверных отличий химического состава мяса в зависимости от предубойной выдержки не отмечено.

Мясо с признаками DFD подвержено бактериальной порче в силу своей высокой ВСС и pH. Протеолитические ферменты, выделяемые микроорганизмами, имеют оптимум развития в щелочной среде.

Микробиологические показатели мяса через 24 ч созревания в зависимости от предубойной выдержки бычков представлены в табл. 3.

Таблица 3

Микробиологические показатели мяса через 24 ч от предубойной выдержки бычков

Предубойная выдержка, ч	КМАФАнМ, КОЕ/г	БГКП (патогенные, в том числе сальмонеллы), г	Дрожжи, КОЕ/г	Плесени, КОЕ/г
0–2	2,3×10 ²	Не обнаружено	Не обнаружено	Не обнаружено
12	1,8×10 ²	То же	То же	То же
24	3,7×10 ²	–//–	–//–	–//–
48	3,7×10 ²	–//–	–//–	–//–

КМАФАнМ в образцах мяса 2-й группы составляет 1,8×10² КОЕ/г, что значительно ниже, чем в образцах мяса других групп. Снижение бактериальной обсемененности образцов мяса 2-й группы связано со сдвигом pH в кислую сторону и с уменьшением ВСС.

Все исследуемые образцы говядины по содержанию токсических элементов соответствовали требованиям СанПиН 2.3.2.1078-01.

Таким образом, в результате проведенных исследований установлено, что предубойная выдержка животных, склонных к образованию мяса с DFD-свойствами, оказывает влияние на качественные показатели мяса: органолептические, физико-химические и микробиологические. Оптимальной является голодная выдержка животных в течение 12 ч после транспортировки. Для определения оптимального времени предубойной выдержки необходимо учитывать расстояние перевозки животных, их склонность к образованию мяса с отклонениями в процессе автолиза.

Библиографический список

1. Иванов С., Кищенко И, Крыжова Ю. Исследование качественных показателей сырья мясоперерабатывающей отрасли Украины // *Maisto chemia ir technologija*. 2013. Т. 47, № 1.
2. Channon H. A. Comparison of CO₂ stunning with manual electrical stunning (50 Hz) of pigs on carcass and meat quality // *Meat science*. 2012.
3. Бу Т. А., Фам Т. Т., Габараев А. Н. Взаимосвязь цветовых и спектральных характеристик NOR-, PSE-, DFD-свинины // *Мясная индустрия*. 2009. № 6.
4. Гуринович Г. В. Теоретическое и экспериментальное обоснование принципов использования нетрадиционных видов сырья и технологии продуктов : автореф. дис. ... д-ра техн. наук. Кемерово, 2006.
5. Lengerken G. von, Maak S., Wicke M. Muscle metabolism and meat quality of pigs and poultry // *Veterinariya ir zootechnika*. 2002. Т. 20.
6. Бажов Г. М., Крыштон Е. А., Бараников Ф. И. Технологическая характеристика свинины с пороками PSE и DFD // *Научный журнал Кубанского государственного аграрного университета*. 2013. № 9.
7. Van de Perre V, Ceustermans A, Leyten J, Geers R. The prevalence of PSE characteristics in pork and cooked ham – effects of season and lairage time // *Meat Sci*. 2010.
8. Татулов Ю. В., Косачева Т. В., Кузнецова С. А., Антонова Е. Н., Воскресенский С. Б. Влияние стресса свиней на качество мясного сырья // *Мясная индустрия*. 2009. № 7.
9. Wicke M, Lengerken G. von, Maak S, Fiedler I Vorhersage von PSE-Fleisch mittels biochemischer und orphologischer Merkmale der Skelettmuskulatur am lebenden Schwein // *Arch Tierzucht*. 1993.
10. Fiedler I, Ender K, Wicke M, Maak S, Lengerken G. von, Meyer W. Structural and functional characteristics of muscle fibres in pigs with different malignant hyperthermia susceptibility [MHS] and different meat quality // *Meat Science*. 1999.
11. Perez M. P., Palacio J., Santolaria M. P., Acena M., Chacon G., Verde M. T., Calvo J. H., Zaragoza M. P., Gascon M., Garcia-Belenguer S. Influence of lairage time on some welfare and meat quality parameters in pigs // *Veterinary Research*. 2002. Vol. 33, no. 3.

Н. В. Тихонова

доктор технических наук, доцент кафедры пищевой инженерии
ФГБОУ ВОП «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),

А. А. Малишевский

аспирант

ФГБОУ ВОП «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Использование БАД «Эрамин» для производства обогащенных продуктов питания

Аннотация. Использование БАД «Эрамин» для обогащения каши «Здравница» и леденцовой карамели позволяет получить безопасные продукты с высокими качественными характеристиками. В результате исследований проведена комплексная товароведная оценка новых обогащенных продуктов; установлены регламентируемые показатели качества, сроки и режимы хранения; даны рекомендации по употреблению.

Ключевые слова: БАД «Эрамин»; обогащенные продукты; микроэлементы; биофлавоноиды.

Рациональное питание является одним из основных факторов, определяющих здоровье нации. Результаты исследований отечественных ученых свидетельствуют о том, что у всех категорий населения отмечается дефицит витаминов и минеральных

веществ. Для ликвидации недостаточности микронутриентов широко используют специализированные пищевые продукты с заданным химическим составом, в том числе и биологически активные добавки к пище (БАД) [5].

Состояние здоровья современного человека в значительной степени определяется характером, уровнем и структурой питания, которые имеют ряд очень серьезных нарушений. Болезни человека формируются под действием четырех основополагающих негативных факторов: хронического нарушения работы функциональных систем (иммунной, гормональной, нервной и др.); изменения состава и нарушения функциональной нормофлоры; общего загрязнения организма шлаками; нарушения внутриклеточного метаболизма за счет ухудшения мембраны и формирования дефицита в необходимых питательных веществах. Воздействие этих факторов непосредственно связано с нарушением структуры питания, которое может привести к непоправимому урону на демографическом уровне и повлиять на будущие поколения [1–4; 6].

Разработка функционального питания должна стать решением проблемы поступления в организм необходимых микронутриентов для поддержания клеточного иммунитета, устойчивой работы сердечно-сосудистой системы, функционирования органов пищеварения, нервной системы и организма человека в целом. Благодаря разработке рациональных продуктов питания, которые гармонично смогут сочетать все необходимые для человека питательные вещества, осуществляется оптимизация взаимосвязи двух систем «организм» – «окружающая среда» [7–11].

На российском рынке представлен широкий ассортимент БАД как отечественного, так и импортного производства.

Большой теоретический и практический интерес в производстве новых специализированных пищевых продуктов представляет использование растительных экстрактов, одним из преимуществ которых является высокое содержание биологически активных веществ по сравнению с исходным сырьем. В связи с этим целью исследований является разработка новых обогащенных продуктов с использованием БАД «Эрамин» на растительной основе.

Целесообразно дать характеристику БАД «Эрамин». Состав БАД «Эрамин» включает в себя: экстракт люцерны, железо, цинк, марганец, медь, молибден, кобальт, хром и дистиллированную воду.

БАД «Эрамин» прошла клинические, санитарно-химические и санитарно-микробиологические испытания в Головном испытательном центре пищевой продукции при НИИ питания РАМН, на основании чего МЗ РФ выданы регистрационные удостоверения, утвержденные главным Государственным санитарным врачом РФ, разрешающие серийное производство (Свидетельство о государственной регистрации № 77.99.11.3.У.9568.10.89 от 14 октября 2009 г., ТУ 9197-001-84518363-09).

Технология, использованная в производстве БАД, позволяет получить продукцию с гарантированным содержанием биологически активных веществ (табл. 1, 2).

Установлены регламентируемые показатели качества БАД, сроки и режимы хранения с учетом коэффициента запаса – 12 месяцев при температуре от 0 до 25 °С и ОВВ ≤ 75%.

Проведены исследования по обогащению каши «Здравница». В рецептуру каши «Здравница» введена БАД «Эрамин» из расчета, что 4–6 столовых ложек сухой каши (1 порция) обеспечивают суточную потребность в флавоноидах на 50% и от 12,9 до 73,2% – в минеральных веществах.

Для обогащения каши использованы порошковая форма БАД, предназначенная для использования в пищевой промышленности при производстве пищевых продуктов (Свидетельство о государственной регистрации № 77.99.11.3.У.9046).

Таблица 1

Органолептические и физико-химические показатели качества

Показатель	Допустимая норма по ТУ 9197-001-84518363-09	Результат испытаний
Внешний вид	Таблетки овальной формы	Таблетки овальной формы
Цвет	Темно-коричневый	Темно-коричневый
Вкус и запах	Специфический, свойственный люцерне посевой	Специфический, свойственный люцерне посевой
Средняя масса таблеток, г	От 1 до 1,5	1,2±0,1
Массовая доля влаги, %	5,0–7,0	5,9±0,1
Распадаемость, мин	Не более 30,0	26,3±0,3
Прочность на излом, Н	Не менее 90,0	93,5±2,6
Прочность на истирание, %	Не менее 92,0	95,8±3,1

Таблица 2

Пищевая ценность БАД «Эрамин» по истечении 18 месяцев хранения при температуре от 0 до 25 °С, $OBV \leq 75\%$ ($X \pm Sx$; $n = 10$)

Показатель	Допустимая норма по ТУ, в 1 таблетке массой 1 г	Фактически в 1 таблетке	% от рекомендуемой суточной нормы потребления
Биофлавоноид лютеолин-7-гликозид, мг/г	100–200	10,12±0,07	50,0
Железо, мг/г	6,0–7,5	7,32±0,03	73,2
Марганец, мг/г	1,0–1,5	1,40±0,05	70,0
Кобальт, мкг/г	3,0–4,0	3,89±0,08	12,9
Хром, мкг/г	25,0–35,0	29,7±0,05	59,4
Медь, мг/г	0,3–0,6	0,380±0,001	38,0
Цинк, мг/г	4,8–5,1	4,93±0,07	41,1
Молибден, мкг/г	35,0–40,0	37,12±0,06	53,0

Каша «Здравица» изготовлена из цельного (с оболочкой) мытого зерна пшеницы, риса, гречихи, овса и смесей на их основе с добавлением душицы, расторопши, солодки и «Эрамина». Каша состоит из двух частей: термообработанное, «взорванное» зерно злаковых культур; нетермообработанные, но стерилизованные растительное сырье и БАД.

Каша «Здравица» относится к продуктам моментального приготовления.

Одним из принципов обогащения является то, что вводимые нутриенты не должны ухудшать потребительские свойства продукта.

Нормативные значения и результаты органолептических и физико-химических исследований каши «Здравица» в процессе хранения представлены в табл. 3.

Таблица 3

Показатели качества каши «Здравица» по истечении 10 месяцев хранения при температуре от 0 до 25 °С, $OBV \leq 75\%$ ($X \pm Sx$; $n = 5$)

Показатель	Норма	Результат испытаний
Внешний вид	Сухая мукообразная однородная масса	Сухая мукообразная однородная масса
Цвет	Светло-коричневый – темно-коричневый с заметными частичками оболочек зерна	Светло-коричневый
Вкус	Свойственный крупе, зерну, без постороннего привкуса	Свойственный крупе, зерну, без постороннего привкуса
Запах	Свойственный крупе, зерну, без запаха плесени, затхлости и других посторонних запахов	Свойственный крупе, зерну, без запаха плесени, затхлости и других посторонних запахов
Массовая доля влаги, %	Не более 15	12,14±0,03

Из табл. 3 видно, что внесение БАД «Эрамин» в продукт не оказало отрицательного влияния на его качественные характеристики. Сохранность флавоноидов в процессе хранения составила 92%, минеральных веществ – 97,0–100,0%. Все исследуемые показатели безопасности соответствовали требованиям СанПиН 2.3.21078-01.

На основании проведенных исследований установлены регламентируемые показатели качества каши «Здравница» (табл. 4), сроки и режимы хранения – 8 месяцев при температуре от 0 до 25 °С и ОВВ ≤ 75%.

Таблица 4

Регламентируемые показатели качества каши «Здравница»

Показатель	Значение
Цвет	Светло-коричневый – темно-коричневый с заметными частичками оболочек зерна
Вкус	Свойственный крупе, зерну, без постороннего привкуса
Запах	Свойственный крупе, зерну, без запаха плесени, затхлости и других посторонних запахов
Массовая доля влаги, %	Не более 15
Жиры, г/100 г, не менее	1,1
Углеводы, г/100 г, не менее	68,1
Энергетическая ценность, ккал	320
Биофлавоноид лютеолин-7-гликозид, мг/г	100–200
Железо, мг/г	6,0–7,0
Марганец, мг/г	1,0–1,2
Кобальт, мкг/г	3,0–3,5
Хром, мкг/г	25,0–30,0
Медь, мг/г	0,3–0,5
Цинк, мг/г	4,8–5,0
Молибден, мкг/г	35,0–40,0

Проведены исследования по обогащению карамели леденцовой БАД «Эрамин». Для изготовления карамели используются сахар-песок (ГОСТ 21-94), патока крахмальная (ГОСТ Р 52060-2003), лимонная кислота (ГОСТ 18-103-84) и биологически активная добавка «Эрамин» (Свидетельство о государственной регистрации № RU.77.99.11.003.E.047016.09.11).

Таблица 5

Рекомендации по употреблению каши «Здравница»

Показатель	Каша «Здравница»
Рекомендована	В качестве источника флавоноидов, микроэлементов, при различных желудочно-кишечных и сердечно-сосудистых заболеваниях, для повышения иммунитета и стрессоустойчивости
Способ приготовления	В тарелку насыпать 4–6 столовых ложек каши растворив молоком, кисло-молочными продуктами, бульоном, отваром овощей, соком с мякотью или водой. По вкусу можно добавить: растительное масло, соль, мед, фрукты и др. Температура жидкостей для растворения сухой каши не должна превышать 50 °С
Противопоказания	Индивидуальная непереносимость компонентов

Леденцовую карамель получают следующим образом: рецептурное количество сахара-песка и патоки смешивают, нагревают при температуре 60–70 °С, уваривают в змеевиковой варочной колонке, и с температурой выхода 115–116 °С сахаро-паточную смесь подают в пароотделительную камеру, в которой происходит отделение экстрапаров, затем масса поступает в пленочный аппарат роторного типа, в котором ее дополнительно уваривают в тонком слое. Уваренная масса при температуре выхода 141–139 °С поступает в верхнюю камеру вакуум-аппарата, в котором за счет поддерживаемого разряжения происходит дальнейшее испарение влаги.

Таблица 6

**Физико-химические показатели
карамели леденцовой (n = 5)**

Показатель	Норма по ГОСТ 6477-88	Фактически
Влажность карамельной массы (полуфабриката), %, не более	3,0	2,7
Массовая доля редуцирующих веществ в карамельной массе, %, не более	23,0	17,9
Кислотность подкисляемой карамели в пересчете на лимонную кислоту, градусы, не менее	10,0	12,3
Массовая доля золы, нерастворимой в 10%-ном растворе соляной кислоты, %, не более	0,2	0,08

Таблица 7

**Пищевая ценность
карамели леденцовой (n = 5)**

Показатель	Содержание
Углеводы, г/100 г	82
Энергетическая ценность, ккал	328
Биофлавоноид лютеолин-7гликозид, мг/г	112
Железо, мг/г	6,3
Марганец, мг/г	1,0
Кобальт, мкг/г	3,2
Хром, мкг/г	25,4
Медь, мг/г	0,3
Цинк, мг/г	4,8
Молибден, мкг/г	36,0

Карамельная масса из верхней камеры вакуум-аппарата через диафрагмальное отверстие собирается в нижней части вакуум-аппарата и с температурой выхода 130–136 °С по продуктопроводу, в который подаются кислота лимонная и биологически активная добавка «Эрамин». Полученная карамельная масса поступает на охлаждение и формование.

Все органолептические показатели продукта карамели соответствуют требованиям ГОСТ 6477-88 «Карамель. Общие технические условия».

Из табл. 7 видно, что при потреблении 100 г продукта обеспечивается до 50% в биофлавоидах и в указанных минеральных веществах (от 10 до 70%).

Таким образом, использование БАД «Эрамин» для обогащения каши «Здравица» и леденцовой карамели позволяет получить безопасные продукты с высокими качественными характеристиками. В результате исследований проведена комплексная товароведная оценка новых обогащенных продуктов, установлены регламентируемые показатели качества, сроки и режимы хранения, даны рекомендации по употреблению.

Библиографический список

1. Евдокимова О. В. Методология создания и продвижения на потребительский рынок функциональных пищевых продуктов : дис. ... д-ра техн. наук. Краснодар, 2012.
2. Егорова Е. Ю., Школьникова М. Н. Продукты функционального назначения и БАД к пище на основе дикорастущего сырья // Пищевая промышленность. 2007. № 1.
3. Еделев Д. А., Нечаев А. П., Демодова Т. И. Функциональное питание и перспективные тенденции пищевых технологий // Технологии и продукты здорового питания. Функциональные продукты питания : сб. науч. тр. М., 2011.
4. Иванова Т. Н., Позняковский В. М. Товароведение и экспертиза пищевых концентратов и пищевых добавок : учеб. для вузов. М. : Изд. центр «Академия», 2004.
5. Политика здорового питания. Федеральный и региональный уровни / [В. И. Покровский, Г. А. Романенко, В. А. Княжев и др.]. Новосибирск : Сиб. унив. изд-во, 2002.
6. Скурихин И. М., Тутельян В. А. Химический состав российских продуктов питания. М. : Дели принт, 2002.
7. Скурихин И. Н., Нечаев А. П. Всё о пище с точки зрения химика. М., 1991.
8. Спиричев В. Б., Шатнюк Л. Н., Большаков О. В., Войткевич Н. Д. Коррекция дефицита микронутриентов в России – опыт и перспективы // Пищевая промышленность. 2000. № 4.
9. Спиричев В. Б., Шатнюк Л. Н., Позняковский В. М. Обогащение пищевых продуктов витаминами и минеральными веществами // Наука и технология. Новосибирск : Сиб. унив. изд-во, 2004.
10. Тутельян В. А., Попова Т. С. Новые стратегии в лечебном питании. М. : Медицина, 2002.
11. Тутельян В. А., Спиричев В. Б., Суханов Б. П., Кудашева В. А. Микронутриенты в питании здорового и больного человека (справочное руководство по витаминам и минеральным веществам). М. : Колос, 2002.

З. О. Фадеева*кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург),***А. И. Коваль***аспирант**ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Пути совершенствования и перспективы развития конъюнктуры российского рынка молочной продукции

Аннотация. В статье рассмотрены перспективы развития молочной продукции в Российской Федерации. Отмечается, что Россия на современном этапе входит в число стран с самым высоким потреблением молочных продуктов, но состояние отечественного рынка не дотягивает до рынка потребления молочных продуктов стран Европейского Союза и Соединенных Штатов Америки. Проанализированы проблемы производства молочной продукции местными компаниями: нехватка средств, необходимых для модернизации производства; расширение сбыта продукции, географии снабжения и создания рекламной марки. Именно поэтому молочная продукция становится неконкурентоспособной на потребительском рынке, а компании-производители «съедаются» крупными региональными производителями. Для того, чтобы повысить эффективность молочной отрасли, необходимо: повысить качество сырья, комплексно использовать молоко, снизить сезонность производства, путем совершенствования оборудования и кормления.

Ключевые слова: конкурентоспособность; конъюнктура; молочная продукция; потребительский рынок.

Перспективными направлениями развития молочной индустрии являются создание агропромышленных формирований усовершенствованного типа с учетом многообразия форм собственности, взаимовыгодного сотрудничества товаропроизводителей и перерабатывающих предприятий, а также объединение структур в целостные организационно-правовые формы [2; 4; 6; 7; 9].

Рынок молочной продукции России развивается и растет, а следовательно, увеличивается и конкуренция. Это зависит от многих факторов, а именно от постоянного увеличения объемов производства субъектами рынка, возникновения в России заводов иностранных производителей и постепенного увеличения доходов большей части населения страны.

Нужно отметить, что Россия входит в число стран с самым высоким потреблением молочных продуктов, но состояние рынка России не дотягивает до состояния рынка потребления молочных продуктов Европейского Союза и Соединенных Штатов Америки. Одним из факторов невысокого среднестатистического потребления в России является ограниченная покупательная способность.

В 2013 г. потребление молочных продуктов в России составило 6–8%, притом что цены выросли на 8–10%. В 2013–2015 гг. прогнозируется уменьшение темпов роста потребления до 4–6%, но несмотря на это, в денежном выражении рынок будет увеличиваться на 5–7% в год. При этом учитывается дефицит сырья, из-за чего увеличивается его стоимость [1].

Следовательно, на рынке молочной продукции в перспективе ожидается борьба крупных конкурентоспособных компаний: «Данон», «Юнимилк» и «Вимм-Билль-Данн». В связи этим может произойти снижение цен на продукцию, появятся новые бренды. Поскольку покупательная способность все же находится на низком уровне, цена остается главным фактором при выборе товара.

В перспективе лидеры рынка будут продолжать расширять свои географические возможности распространения по России, при этом они будут приобретать небольших региональных производителей, чтобы завоевать все больше потребителей. Мож-

но утверждать, что конкурентная борьба не повлечет увеличения рекламных бюджетов на молочном рынке крупнейших рекламодателей, но точно сохранит их положение на прежнем уровне.

Тенденциями рынка молочной продукции в России является «брендинг». На рынке имеются крупные предприятия и холдинги, у которых есть свое высокотехническое оборудование, средства на маркетинговые мероприятия, существует своя дилерская сеть. Поэтому именно такие предприятия вытесняют небольшие фирмы или заводы-производители [1].

К перерабатывающим предприятиям относятся твороженные, консервные, маслодельные. На сегодняшний день на рынке молочной продукции существуют лидеры производства, умело закрепившиеся на рынке; они увеличивают количество заводов, которые находятся в их подчинении, наращивают ресурсы и свои производственные мощности.

Чтобы сохранить положение на рынке, все больше предприятий расширяют свой ассортимент продукции. В области ассортиментной политики присутствуют следующие тенденции:

- 1) расширение ассортимента продукции с естественным и искусственным наполнителем;
- 2) производство натуральной экономической безопасной продукции;
- 3) усиленное внимания на производство свежих кисломолочных продуктов;
- 4) выпуск продукции, сбалансированной по составу и содержанию отдельных компонентов;
- 5) добавление в продукцию биологически и физически активных веществ с целью повышения защищенности организма;
- 6) производство лечебно-профилактической продукции, ориентированной на массовый спрос;
- 7) применение новых технологий в области расфасовки и упаковки готовой продукции.

Рынок молочной продукции разделен на секторы: 56% – большие, средние и малые компании-производители и 44% – лидеры («Вимм-Билль-Данн», «Данон», «Юнимилк»).

Из-за нехватки средств, необходимых для модернизации производства, расширения сбыта продукции, географии снабжения и создания рекламной марки, местные компании становятся неконкурентоспособными. Крупные производители «съедают» мелких региональных производителей. Это происходит из-за того, что крупные предприятия имеют прочный финансовый и производственный фундамент, хорошо ориентированы на рынке, поэтому малые производители, чтобы сохранить свое предприятие, присоединяются к крупным производителям. Можно сказать, что в будущем молочную продукцию будут выпускать очень ограниченное число крупнейших производителей, ведь уже сейчас они занимают на рынке большую долю.

Основной рост эффективности рынка ожидается в отрасли молочного животноводства. Но поголовье коров в России сокращается с каждым годом. Это связано с очень высокими ценами на корм, что не позволяет содержать скот мелким хозяйствам. Следовательно, цены на молочную продукцию будут расти. Чтобы увеличить эффективность и не допустить большого повышения цен, нужно обеспечить сбалансированность кормовых рационов по питательным веществам, использовать полноценные кормосмеси и применять комплексные механизмы производства.

В ситуации недостатка молока необходимо использовать по максимуму вторичное сырье на пищевые цели. Возможно, следует увеличить производство продукции

с низкой долей жира и повышенной биологической ценностью, более широко применять молочно-белковые концентраты, фруктово-ягодные сиропы, растительные жиры, витамины, минеральные соли, чтобы улучшить качество молочного сырья. Иными словами, существует множество перспектив развития и повышения эффективности молочной отрасли:

- 1) улучшение качества сырья;
- 2) комплексное использование молока;
- 3) снижение сезонности производства, которое может произойти за счет улучшения оборудования и кормления.

По оценкам отечественных специалистов, рынку молочной продукции очень тяжело выходить на новые пути совершенствования, потому что, несмотря на высокую рентабельность предприятий, начинать бизнес с нуля очень затратно.

Главными задачами действующих предприятий являются создание и развитие собственных торговых марок, расширение географии сбыта и продвижение товара в различных торговых сетях. Но, несмотря на все трудности, которые складываются на молочном рынке, присутствуют и тенденции его развития: активизация мелких молочных предприятий; усиление конкуренции на внутреннем рынке; увеличение спроса; изменение потребления молока. Сохранив эти тенденции в течение 5–6 лет, рынок в ближайший период может увеличиться на 40%.

Итак, российский рынок молочной продукции характеризуется хорошими перспективами роста, но увеличение цен и неравномерное расширение рынка могут как увеличить возможности субъектов в поставке молочной продукции, так и создать немало проблем.

Конкуренция на рынке продолжит расти. Компании или производители, которые хотят закрепиться на рынке молочной продукции, должны уметь обыгрывать стратегии конкурентов, выбирать наиболее выгодные вложения инвестиций, адекватно позиционировать себя на рынке, уметь отслеживать основные перспективы развития отрасли и обеспечивать эффективное управление рисками [5; 8]. В противном случае может произойти то, что рынок молочной продукции будет принадлежать лишь нескольким крупным производителям.

Библиографический список

1. Егорова Н. Р., Николаева Т. И. Экономика отрасли: торговля потребительскими товарами : учеб. пособие. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2004.
2. Завьялов Ф. Н., Каплина О. В., Зайченко Д. А. Ранговая оценка конкурентоспособности массового потребительского товара // Маркетинг в России и за рубежом. 2009. № 3.
3. Карх Д. А., Гаянова В. М. Интеграционные процессы в розничной торговле. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2008.
4. Карх Д. А. Услуги розничной торговли на потребительском рынке : [монография]. Екатеринбург : Изд-во АМБ, 2009.
5. Косикова Ю. А., Литвинова Н. В. Перспективы развития мировой и российской молочной индустрии // Молодой ученый. 2014. № 3.
6. Лебедева О. А., Лыгина Н. И. Маркетинговые исследования рынка : учебник. М. : Форум ; ИНФРА-М, 2008.
7. Николаева Т. И., Егорова Н. Р. Экономика предприятий торговли и общественного питания : учеб. пособие. 3-е изд., стер. М. : КноРус, 2008.
8. Фадеева З. О., Гаянова В. М., Карх Д. А. Организация общественного питания : учеб. пособие. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2013.
9. Юсова В. В., Шакланова Р. И. Экономика торговой отрасли. М. : Юрайт, 2014.

О. В. Феофилактова*кандидат технических наук, доцент кафедры товароведения и экспертизы
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Факторы повышения сохраняемости плодовоовощной продукции

Аннотация. В статье рассмотрены причины снижения качества отечественной плодовоовощной продукции и методы, позволяющие повысить ее сохраняемость. Актуальность темы связана с необходимостью повышения качества и сохраняемости плодовоовощной продукции, производимой в РФ в рамках направления импортозамещения. Раскрыты методы начального охлаждения, направленные на снижение потерь плодовоовощной продукции непосредственно после сбора урожая, и методы хранения и упаковывания в регулируемой и модифицируемой газовой атмосфере.

Ключевые слова: плодовоовощная продукция; методы охлаждения; методы хранения; порча плодов и овощей; регулируемая атмосфера; модифицируемая атмосфера; упаковывание в модифицированной атмосфере; вакуум.

Биологические вещества, из которых состоит большинство пищевых продуктов, способны изменяться с течением времени, особенно при хранении в неблагоприятных условиях. Их изменение происходит за счет микробной порчи и/или химических реакций, которые приводят к снижению качества пищевых продуктов, вызывая потенциальную опасность для здоровья и, в конечном счете, существенные экономические потери.

Ухудшение качества пищевых продуктов, обусловленное развитием микроорганизмов, можно прогнозировать, если знать их кислотность, окислительно-восстановительный потенциал, сдерживающие развитие вещества эндогенного и неэндогенного происхождения, свойства, полученные в процессе производства (обработки), температуру хранения и конкурентоспособную микрофлору. Влияние этих факторов на микробную порчу и безопасность пищевых продуктов рассмотрено в многочисленных статьях по микробиологии пищевых продуктов. Некоторые пищевые продукты имеют естественные защитные барьеры к микробному загрязнению (например, оболочки яиц, многих плодов, овощей, зерна и орехов). Эти пищевые продукты будут гораздо более восприимчивыми к микробной порче, если повредить или удалить эти защитные слои [2].

Температура – ключевой фактор, влияющий на сроки хранения и безопасность свежих и переработанных пищевых продуктов. Приближение температуры к 60 °С означает, что уровень максимальной температуры, при которой микроорганизмы размножаются в пищевых продуктах, достигнут и превышен. При переходе от 60 к 70 °С вегетативные клетки умирают. Вероятность гибели микробной клетки зависит от условий окружающей среды, наличия уже существующей микрофлоры и продолжительности обработки при высокой температуре. После эффективной обработки высокой температурой, вероятно, останутся в живых только бактериальные споры, которые требуют большего нагревания (до 121 °С) для их разрушения. Когда температура приближена к точкам замораживания, рост микроорганизмов замедлен или остановлен. Например, бактерии, которые имеют время генерации 15–20 мин при оптимальной температуре роста, только удвоятся каждые 6–8 ч или даже каждые 100 ч при температуре от –1 до 7 °С.

Ниже приведена диаграмма, отражающая соотношение температуры, роста и выживания микроорганизмов (см. рисунок).

Диапазон температур от 4 до 60 °С считается опасной зоной для микробного роста. Это основано на гибели растительных клеток при температуре выше 60 °С и факте, что немногие патогенные микроорганизмы растут при температуре 4 °С.

Физико-химические изменения в пищевых продуктах в течение их хранения могут повлечь снижение качества, а в более серьезных случаях – привести к утрате безопасности [3].

Характер и степень изменений зависят от физических и химических свойств продуктов питания и условий окружающей среды, в которой они хранятся. У свежих пищевых продуктов степень изменения выше за счет активности содержащихся в них ферментов, тогда как степень влияния максимально снижена в обработанных продуктах [1].

Управление температурой плодовоовощной продукции начинается с правильного обращения в период сбора урожая. Большое значение имеет соблюдение температурного режима во время задержки между сбором урожая и начальным охлаждением. Продукция должна находиться в тени, чтобы быть защищенной от солнечного тепла. Особенно важно сократить время между сбором и начальным охлаждением, так как процессы дыхания плодов и овощей при высоких температурах ускоряются.

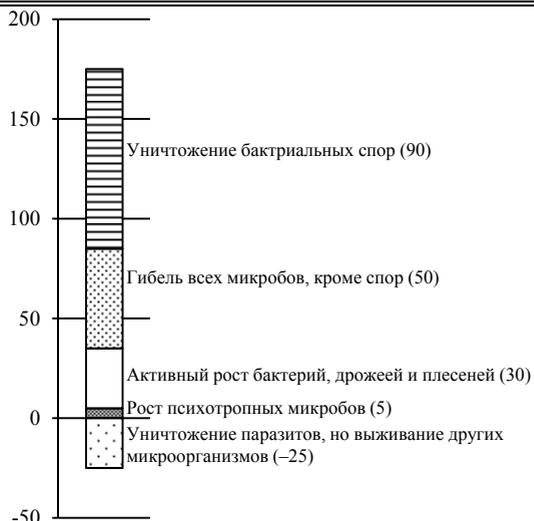
Методы начального охлаждения служат быстрому удалению тепла. Продукция, как правило, охлаждается до температуры долгосрочного хранения. Для плодовоовощной продукции используются следующие методы начального охлаждения: принудительное воздушное охлаждение, гидроохлаждение, вакуум-охлаждение, разбрызгиванием воды, охлаждение с применением льда, охлаждение в холодильных камерах и др.

Принудительное воздушное охлаждение – наиболее широко используемый метод, который применяется для многих плодов и овощей. Охлажденный воздух используется в качестве охлаждающей среды. Охлажденный воздух обращается с высокой скоростью, благодаря высокопроизводительному вентилятору, через контейнеры и бункеры с плодовоовощной продукцией, размещенные в специальном порядке. Этот метод может ускорить охлаждение в четыре раза. Время охлаждения находится в диапазоне от 1 ч до более 6 ч.

Принудительное воздушное охлаждение снижает относительную влажность в помещении. Это приводит к потерям влаги охлаждаемых продуктов. Потеря влаги линейно связана с разницей между начальной и конечной температурой продукта. Чтобы свести к минимуму потери воды в процессе охлаждения и хранения, относительная влажность окружающего воздуха должна поддерживаться на уровне рекомендованной для конкретной агрокультуры. Потери влаги можно также снизить за счет использования полимерной упаковки.

Принудительное воздушное охлаждение менее энергоэффективно, но широко используется потому, что может быть адаптировано к широкому кругу продуктов и упаковочных материалов. Небольшие установки могут быть размещены на многих существующих предприятиях.

Гидроохлаждение, предполагающее использование воды в качестве охлаждающей среды, менее широко используется в сравнении с принудительным воздушным



Соотношение температуры, роста и выживания микроорганизмов

охлаждением, так как, с одной стороны, некоторые продукты не выдерживают контакта с водой, а с другой – данный метод требует использования влагоустойчивой упаковки. Он широко применяется для корнеплодов, бахчевых культур, огурцов и кукурузы. С помощью данного метода тепло отводится более быстрыми темпами, теплоемкость охлажденной воды выше, чем у воздуха, что означает, что данный объем воды может удалить больше тепла, чем тот же объем воздуха при одинаковой температуре. Кроме того, он не дает плодам и овощам терять воду. Отдельные плоды охлаждают таким образом, чтобы холодная вода полностью покрывала их поверхность. Возможна последующая вакуумная обработка влажных плодов. Чтобы гидроохлаждение не становилось менее эффективным, важно постоянно следить за температурой воды и продуктов, и контролировать его продолжительность.

Вакуумное охлаждение – быстрый способ охлаждения, который является наиболее эффективным для продукции с высоким соотношением поверхности и объема, за счет интенсивного удаления тепла позволяет быстро охлаждаться. Принцип охлаждения заключается в том, что, что при снижении атмосферного давления снижается и температура кипения воды. Упакованные плоды и овощи тщательно смачиваются и помещаются в вакуумную камеру (трубу). До тех пор, пока вода на поверхности продукта не испарится и не создаст необходимую температуру, давление в камере снижается для предварительного охлаждения. Влага удаляется равномерно со всей продукции, поэтому увядания охлаждаемой плодоовощной продукции, как правило, не происходит. Нельзя допускать охлаждения продукции ниже температуры установленного порога. Вакуумные кулеры используются только для больших объемов плодоовощной продукции из-за их высокой стоимости. Метод используется для листовых и капустных овощей.

Охлаждение с применением льда используется для очень немногих товаров, чтобы охладить продукт и поддерживать его температуру. Данный метод используется для охлаждения и поддержания температуры во время транспортирования плодоовощной продукции. Лед поглощает тепло продуктов и тает, поддерживая высокий уровень влажности. Охлаждение происходит интенсивно. Однако неравномерное распределение льда снижает эффективность охлаждения.

Существуют два контактных способа охлаждения льдом. Первый – охлаждение льдом поверхности плодов, предполагающий размещение дробленого льда на поверхности продукта в контейнере. Данный способ относительно недорогой, однако скорость охлаждения низкая, так как лед воздействует только на верхний слой продукта. В связи с этим он применяется после предварительного охлаждения для сельскохозяйственных культур с низкой скоростью дыхания (листовые овощи и сельдерей). Существует ряд условий для использования данного метода. Нельзя, например, допускать отсутствия вентиляции продукции, так как это приводит к отоплению продукта. Кроме того, лед должен быть подготовлен таким образом, чтобы избежать замораживания продукта.

Другим способом является упаковка продукта во лед, при котором смесь дробленого льда и воды распределяется внутри контейнера с плодоовощной продукцией. Данную смесь воды и льда можно закачать в упакованный контейнер. Охлаждение в данном случае происходит быстрее и равномернее, но требует больших затрат. Этот метод широко используется для продукции, не чувствительной к контакту с водой, имеющей оптимальную температуру хранения 0 °С. Процесс охлаждения идет медленнее, чем принудительное воздушное охлаждение, однако способствует поддержанию высокой относительной влажности воздуха. Контейнер для охлаждения должен иметь достаточные габариты, а материалы упаковки быть достаточно прочными

и устойчивыми к воде. Данный метод используется для охлаждения листовых культур, кукурузы, зеленого лука, дынь.

Охлаждение в холодильных камерах осуществляется путем размещения овощей и плодов навалом или в контейнерах в холодильном помещении. Время охлаждения составляет от 24 ч и более, если продукция не упакована и при отсутствии воздухообмена в помещении. Для обеспечения максимального отвода тепла необходим достаточный воздухообмен. С этой целью используются вентилируемые контейнеры и соответствующая укладка продукции. Данный метод достаточно прост, однако является самым медленным методом охлаждения. Он используется для плодов с низким уровнем дыхания, таких как зрелый картофель, лук сушеный, сладкий картофель, цитрусовые плоды и яблоки, когда без использования быстрого охлаждения не представляется возможности сохранить их качественные характеристики. Однако если данные продукты собраны в условиях высокой температуры окружающей среды, они могут нуждаться в предварительном охлаждении.

Охлаждение в холодильных камерах судов используется для таких продуктов, как бананы, в районах, где отсутствует какая-либо возможность охлаждения. Скоропортящиеся продукты должны быть охлаждены перед загрузкой в транспортное средство. Тем не менее некоторые производственные площади не осуществляют охлаждение продукции, и транспортное охлаждение является единственным возможным вариантом. Цитрусовые и бананы в тропиках часто охлаждаются в холодильных камерах морского транспорта.

Ящики, в которые упаковывается продукция, должны иметь верхние и нижние вентиляционные отверстия, а упаковочные материалы не должны блокировать поток воздуха. Соответствующие упаковка и погрузка должны способствовать охлаждению от 1 до 2 дней [4].

При выборе подходящего метода охлаждения следует учитывать ряд факторов: максимальный объем плодов, которые требуют предварительного охлаждения; совместимость метода охлаждения с охлаждаемой плодоовощной продукцией, условиями последующего хранения и транспортирования; предполагаемые затраты.

Сравнение описанных методов охлаждения представлено в таблице.

Сравнительная характеристика методов начального охлаждения

Метод охлаждения	Время охлаждения, ч	Потеря влаги продукта, %	Контакт продукта с водой	Затраты	Энергоэффективность	Потребность в водонепроницаемой упаковке	Целесообразность в линии охлаждения
Принудительное воздушное охлаждение	От 1 до 10	От 0,1 до 2,0	Нет	Низкие	Низкая	Нет	Редкая возможность реализации
Гидроохлаждение	От 0,1 до 1,0	От 0 до 0,5	Да	Низкие	Высокая	Да	Да
Вакуумное охлаждение	От 0,3 до 2,0	От 2,0 до 4,0	Нет	Средние	Высокая	Нет	Нет
Охлаждение разбрызгиванием воды	От 0,3 до 2,0	Нет данных	Да	Средние	Средняя	Да	Нет
Охлаждение с использованием льда	От 0,1 до 0,3	Нет данных	Да, если нет упаковки	Высокие	Низкая	Да	Редкая возможность реализации
Охлаждение в камерах	От 20 до 100	От 0,1 до 2,0	Нет	Низкие	Низкая	Нет	Нет

В охлажденных продуктах темпы роста микроорганизмов и дыхания плодово-овощной продукции заметно снижены. Однако охлаждение оказывает отборный эффект на микроорганизмы. При всех температурах хранения, вплоть до минимума, в котором вода остается в жидком состоянии, есть микроорганизмы, которые будут расти.

Линейные уменьшения температуры приводят к геометрическим изменениям реакций или темпов роста.

Упаковывание в модифицированной атмосфере (УМА) – упаковка скоропортящегося изделия в атмосфере, состав которой был изменен и отличается от состава воздуха. УМА отличается от хранения в регулируемой атмосфере (РА или РС): включает поддержание точно определенной атмосферы в камере хранения и вакуумной упаковки, которая является упаковкой изделия в непроницаемом пакете, из которого удален воздух. УРА может быть расценено как неправильное употребление термина УМА, так как технически невозможно поддерживать первоначальную атмосферу вокруг изделия, как только оно запечатано в пакет. Это, действительно, применимо к свежим и нестерилизованным изделиям вследствие динамики их химической и микробной природы и физических характеристик упаковочного материала [5].

Ключевой фактор хранения в УМА – газовая атмосфера, и прежде всего концентрация диоксида углерода. Ткани растений в процессе дыхания забирают кислород и выделяют углекислый газ. Некоторые микроорганизмы также расходуют кислород и выделяют углекислый газ. В соответствии с химическими законами массового действия уменьшение количества диоксида углерода приводит к уменьшению темпа дыхания ткани. Уменьшенный темп дыхания уменьшает энергию, доступную для биохимических реакций, которые происходят в плодах и овощах. Это приводит к более медленному созреванию, продлевает хранение перед дозреванием. Бактерии более приспособляемы, чем растения. При увеличении концентрации CO_2 рост многих аэробных бактерий активно задерживается, однако анаэробные или факультативные анаэробные бактерии могут расти и доминировать над микрофлорой. Данная технология включает в себя сдерживание упаковочного газа, полученного первоначально в контейнерах «регулируемой» атмосферы.

РА подразумевает поддержку желательной атмосферы в течение всего периода хранения. Атмосфера может впоследствии быть изменена, чтобы стимулировать изменения типа созревания, использовать упаковку, в которой воздух удален (вакуумную упаковку), или воздух удален и заменен желательным газом (газами). МА может также быть достигнута с помощью использования газа, в котором воздух заменен в зависимости от степени газового наполнения. Некоторые пленки газопроницаемы, другие не проницаемы для газов; это обуславливает стабильность газа в пакете. Однако в МА изменения атмосферы происходят не только за счет газовой проницаемости, но и в результате дыхания продуктов и бактерий в упаковке. Ключевые факторы сохранения продовольствия УРА/УМА включают газовую атмосферу, температуру, влажность и давление, из них газовая атмосфера является главной [6].

Давление – другой фактор хранения в РА/МА пищевых продуктов. Хранение при низком давлении особенно важно для производств, так как это позволяет удалить агент созревания – этилен. Удаление этилена может быть важным, потому что агент созревания ускоряет старение продукции.

Для плодов и овощей принципиальная форма хранения – УРА, которая эффективно поддерживает качество и продлевает сроки хранения разнообразных плодов и овощей, но каждый вид плода и его сорт имеют свои определенные требования и устойчивость к газовой атмосфере и температуре хранения. Уменьшение темпов дыхания уменьшает скорость созревания плода и, следовательно, продлевает срок его

хранения. Это особенно важно для продукции, у которой процесс созревания продолжается растущими темпами (например, в яблоках, бананах, грушах). С дыханием связана теплопроводность. Если темп дыхания уменьшен, то уменьшается выработка высокой температуры. Кроме того, при отсутствии кислорода или с увеличенных концентрациях CO_2 биосинтез этилена приостанавливается. Уменьшение кислорода и увеличение CO_2 также задерживают рост плесени в продуктах [5; 6].

Вакуум и упаковка с помощью модифицирования атмосферы – один из наиболее многообещающих и наиболее изученных методов повышения сохранности плодово-овощной продукции в настоящее время.

Библиографический список

1. Воронин М. И., Бабакин Б. С., Выгодин В. А., Рукавишников А. М., Белянин В. В. Современная модель системы сохранения качества продовольствия и сырья биологического происхождения // Холодильная техника. 2009. № 6.
2. Резго Г. Я. Сохраняемость пищевых продуктов // Пищевая промышленность. 2010. № 1.
3. Резго Г. Я., Николаева М. А. Химические и биохимические процессы, происходящие при хранении продовольственных товаров // Сибирский торгово-экономический журнал. 2010. № 10.
4. Янюк В. Я. Основные проблемы и направления в проектировании современных холодильных складских комплексов // Холодильная техника. 2010. № 1.
5. Lingle R. Safeguarding product integrity // Prepared Foods. 2009. Vol. 159, no. 3.
6. Jayas D. S., Jeyamkondan S. Modified atmosphere storage of grains, meats, fruits and vegetables // I Biosystems Engg. 2002. Vol. 82, no. 3.

О. В. Чузунова

доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой технологии питания
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Инновационные направления развития сферы общественного питания (на примере безалкогольных напитков)

Аннотация. В статье представлены направления разработки новых безалкогольных напитков на основе натурального сырья – сбитней. Приведены результаты анализа конкурентных преимуществ в сравнении с аналогичной продукцией, реализуемой на данном сегменте рынка. Основное конкурентное преимущество любого предприятия общественного питания заключается в управлении качеством продукции. Показано, что необходимость новых инновационных подходов к развитию предприятий индустрии питания обусловлена усилением внутриотраслевой конкуренции, ростом и изменением структуры потребительского спроса.

Ключевые слова: конкурентоспособность; инновационная активность; предприятия общественного питания; микронутриенты; напитки брожения.

Обеспечение населения качественными и безопасными пищевыми продуктами и кулинарными изделиями имеет исключительное социальное и политическое значение. Ухудшение питания населения влечет за собой необратимые демографические изменения, усиливает социальную и межрегиональную напряженность, создает угрозу внутренней безопасности государства.

Сегодня в сегменте общественного питания (ОП) наблюдается высокая конкуренция. Удовлетворенность ожиданий клиентов – решающий фактор развития предприятия. Одно из основных конкурентных преимуществ любого предприятия общественного питания (ПОП) заключается в умении управлять качеством продукции и услуг, так как управление качеством ставит целью достижение предприятием экономической и социальной эффективности, что и определяет его конкурентоспособность [6; 7].

Обеспечение конкурентоспособности ПОП должно отражать систему ценностей: социальных, экономических, экологических, технических и др. – в процессе формиро-

вания и реализации выбранной стратегии. Прибыль в данном случае уже не является конечной целью, на которую должна ориентироваться управленческая деятельность, она выступает средством всей системы целей предприятия. Опыт работы клиентоориентированных компаний показывает, что главная цель их деятельности – максимальное удовлетворение запросов потребителей и лояльность клиентов, формирование положительного имиджа и деловой репутации компании, а прибыль рассматривается с позиции долговременного ее получения [7].

Особый интерес представляет сохранение конкурентоспособности в долгосрочной перспективе, что в условиях инновационного развития экономики неразрывно связано с инновационным потенциалом предприятия.

Конкурентоспособность и инновационная активность – понятия, неотделимые друг от друга в современных условиях экономического развития. Вопрос, касающийся повышения инновационной активности предприятий питания, является одним из наиболее актуальных на современном этапе развития, поскольку инновации (технологические, организационные, структурные) являются основой конкурентоспособности страны и отдельных хозяйствующих субъектов, источником конкурентных преимуществ.

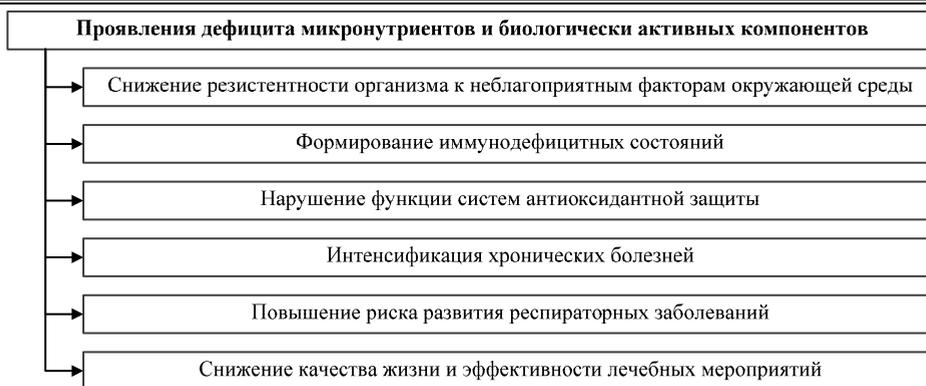
Необходимость новых инновационных подходов к развитию предприятий индустрии питания обусловлена: усилением внутриотраслевой конкуренции, ростом и изменением структуры потребительского спроса [1; 2; 5; 7].

Национальные традиции в питании складывались веками; в числе прочего они включали потребление супов (щи, борщ, солянка, грибной, рыбный, окрошка), каш, субпродуктов (студень, блюда из печени, языка), рыбы, а также напитков (кисели, морсы, чай, сбитни, меды). Русская кухня всегда отмечалась специалистами как более здоровая, поскольку в питании преобладала растительная пища. К тому же, надо напомнить, что почти полгода уходило на православный пост, который предполагал умеренность в питании, и ряд ограничений.

Пищевой рацион уральцев характеризуется большим потреблением продуктов быстрого приготовления из различных кухонь мира. Значительную долю составляют мясные и рыбные полуфабрикаты. В сегменте питьевого рынка предпочтение отдается сладким газированным напиткам. Особенно такая тенденция заметна в крупных городах, центрах сосредоточения деловой и молодежной активности.

Потребляя высококалорийные продукты с повышенным содержанием сахаров, жиров и канцерогенов, уральский потребитель испытывает постоянный дефицит витаминов и многих микро- и макроэлементов, поскольку преобладают в структуре питания углеводы, жиры и сахара. Следствием дефицита биологически активных компонентов являются негативные проявления физиологического характера (см. рисунок).

Одним из направлений совершенствования технологии для разработки функциональных продуктов может стать разработка напитков брожения. Напитки с заданными потребительскими свойствами можно отнести к функциональным продуктам питания, предназначенным для потребления всеми возрастными группами здорового населения. Они снижают риск развития заболеваний, связанных с питанием, сохраняют и улучшают здоровье за счет включения в их состав биологически активных веществ [5; 6]. Такими напитками могут стать традиционные русские напитки брожения, например квас, сбитень, взвар. Как правило, обогащение напитков происходит за счет увеличения содержания в них определенных БАВ, органических кислот (например, молочной, лимонной), витаминов, минеральных, пектиновых и полифенольных веществ. Однако к заданным потребительским характеристикам следует отнести органолептические и эргономические показатели, а также показатели сохраняемости.



Проявления дефицита микронутриентов и биологически активных компонентов [10]

Как показали исследования, доля импортных сильногазированных напитков на рынке Свердловской области высока. Однако они обладают повышенной калорийностью, что для многих потребителей неприемлемо [2; 4]. Потребитель оценивает калорийность сахаросодержащих напитков независимо оттого, являются ли они традиционными или инновационными продуктами с добавленными нутриентами.

Следует отметить, что местный потребитель насытился данной категорией напитков, и сегодня повышается интерес к другим сегментам: холодные чаи, энергетические напитки, а также традиционные русские безалкогольные напитки (квас, сбитень, взвар). В связи с этим региональный рынок безалкогольных напитков испытывает дефицит натуральных напитков с заданными свойствами (на композициях из местного растительного сырья).

Предпочтения, демонстрирующие изменения вкусов потребителей, на уральском рынке безалкогольных напитков в основном сформированы. Но за счет влияния различных факторов они могут иметь отклонения в ту или иную сторону.

Традиционные русские напитки – это сбитни, квасы, меды, морсы, водицы, уваренный капустный сок, сыворотка с изюмом. Все они достаточно оригинальны по своему составу, но многие из них вышли из употребления. В основном эти напитки использовались в качестве застольных, т. е. для запивания блюд из мяса и дичи, сладких каш, а также как десерт. Совершенно самостоятельным напитком является сбитень, заменивший чай до его появления в России [3]. Однако некоторые напитки данной категории присутствуют в структуре питания уральцев; например, в розничной торговой сети Екатеринбурга представлены безалкогольный напиток узвар «Боярышник» и «Груша-дичок» компании ООО «ЮгПродукт» (Краснодарский край) произведенный для X5 RETAIL GROUP.

Древнейшими напитками являются меды, или медки, которые не следует путать с так называемыми ставленными медами: медки приготавливаются на воде с добавлением небольшого количества меда и хмеля, ставленные меды – это крепкие алкогольные напитки, в состав которых входит ягодный сок, большое количество меда и водка. Медки представлены в основном в общественном питании. Их можно встретить в меню ресторанов и кафе, специализирующихся на русской кухне.

Водицы и морсы готовят на основе ягодного сока, смешанного в различных пропорциях с водой, доводя эти смеси до легкого забраживания. Сыворотка настаивается на изюме и также дает легкое сбраживание. Капустный сок (можно свежий, но чаще кислый, от квашеной капусты) уваривают с небольшим количеством сахара. Это нестойкие напитки, используемые в небольших количествах в домашних условиях [8].

Из вышеперечисленных напитков в настоящее время на региональном рынке присутствуют только ягодные морсы, а также взвары.

В древности самыми массовыми напитками считались квасы и сбитни. Однако до наших дней свою популярность не утратили лишь квасы. Особенность хлебного кваса заключается в том, что его потребление сезонно: возрастает к лету и снижается к зиме. Кроме основного назначения – утоление жажды, квасы имеют богатый химический состав, который определяет его диетические и даже лечебные свойства. Напиток стимулирует секрецию пищеварительных желез, тем самым способствуя повышению аппетита и усвоению пищи. С давних времен квас применяется и в народной медицине при лихорадках, простуде, водянке, некоторых заболеваниях кишечника, как мочегонное и слабительное средство. Наиболее полно свои свойства напиток проявляет в охлажденном состоянии [8].

Внесение в состав ингредиентов квасного сула соков из натуральных плодов, ягод и овощей, экстрактов трав, полезных для здоровья людей других растений, сырья животного происхождения, а также биологически активных добавок позволяет проектировать заданные параметры пищевой ценности этих напитков, отвечающие требованиям потребителя [10].

Таким образом, ассортимент традиционных русских напитков в структуре питания уральского потребителя не отличается разнообразием. В связи с этим возникает необходимость разработки новых напитков, основанных на традиционной кухне, с учетом требований современного потребителя. При этом необходимо учитывать принципы здорового потребления безалкогольных напитков, которые должны основываться на обеспечении энергией организма, потребности в биологически активных веществах, удовлетворения потребности в жидкости с учетом многообразия потребительских предпочтений за счет расширения ассортимента национальных безалкогольных напитков.

Сбитни просты в приготовлении, однако для современного потребителя это совсем незнакомый напиток. Их получают путем уваривания меда, заваривания или даже варки сбитневых приправ (пряностей, соков) и последующего соединения и кипячения этих двух частей. В отличие от квасов сбитни пьют только горячими – это зимний напиток. Слово «сбитень» происходит от глагола «сбивать», но только в смысле «соединять, собирать воедино, разнородные части», а не в смысле «взбалтывать».

Анализ рынка Екатеринбурга безалкогольных напитков показал, что на рынке присутствуют только два напитка на основе меда «Сбитень медовый северный мятный» и «Сбитень медовый северный пряный» производства ООО «Тенториум» (Пермь). Результаты оценки качества по органолептическим и физико-химическим показателям сбитней представлены в таблице.

В ходе оценки качества сбитней установлено, что по органолептическим и физико-химическим показателям «Сбитень медовый северный мятный» и «Сбитень медовый северный пряный» соответствуют требованиям действующих ГОСТ 28188-89 и СанПиН 2.3.2.1078-01. Применение диоксида углерода сужает круг потребителей за счет тех, кому данные напитки противопоказаны к употреблению: люди с хроническими заболеваниями желудочно-кишечного тракта, дети младше трех лет, люди с аллергическими заболеваниями и избыточным весом.

Рецептуры сбитней серии «Лесная сказка» разрабатывали на основе матрицы подбора компонентов, переменным фактором которой выступило соотношение настоев плодово-ягодного сырья и лекарственно-технического сырья (ЛТС), вносимых в напиток.

В качестве основы для композиций подготавливали водно-медовый раствор с добавлением сахарного сиропа, в который вносили композиции плодово-ягодного

и ЛТС, что позволило получить сбитни высокого качества антиоксидантной направленности и оригинальными вкусом-ароматическими характеристиками.

Показатели качества сбитней, представленных на рынке Екатеринбурга

Показатель	Медовый северный мятный	Медовый северный пряный
<i>Органолептические показатели</i>		
Внешний вид	Прозрачная жидкость золотистого цвета, без осадка и посторонних включений	Прозрачная жидкость золотистого цвета, без осадка и посторонних включений
Вкус и аромат	Гармоничный, свежий аромат, медово-мятный вкус с нотами пряностей (кардамона, корицы, гвоздики)	Гармоничный пряный аромат, вкус медовый с нотами пряностей (кардамона, корицы, гвоздики)
<i>Физико-химические показатели</i>		
Массовая доля растворимых сухих веществ, %	12,4±0,1	12,5±0,1
Кислотность, см ³ раствора NaOH 1 моль/дм ³ на 100 см ³	3,5±0,031	3,5±0,032
Массовая доля CO ₂ , %	0,4	0,4
Содержание аскорбиновой кислоты, мг/100 г	14,9±0,2	14,8±0,2
Сумма полифенолов (в пересчете на рутин), %	1,2±0,05	1,3±0,05
Антиоксидантная активность, моль экв./л	1,3±0,2	1,4±0,2
<i>Показатели безопасности</i>		
КМАФА нМ, КОЕ/см ³	Не обнаружены	Не обнаружены
Дрожжи и плесени (сумма), КОЕ/г, см ³	Не обнаружены	Не обнаружены
<i>Экономические показатели</i>		
Цена за 0,5 л, р.	210	210

В основу исследований положены «Методики создания нового продукта с заранее заданными потребительскими свойствами на основе дескрипторно-профильного метода дегустационного анализа» [9]. С учетом того, что разрабатываемые напитки будут служить лишь дополнением к сбалансированному рациону, одной из задач исследования мы считали оптимизацию их минерального состава и максимальное повышение витаминной ценности, в том числе полифенолов.

Таким образом, разработка технологий производства новых безопасных продуктов питания на основе натурального сырья – одно из важнейших направлений развития пищевой промышленности и общественного питания. Инновации в области продукции общественного питания является одним из важнейших показателей качества обслуживания. На сегодняшний день в данном сегменте рынка наблюдается очень высокая конкуренция. Следовательно, доверительные отношения с клиентами и удовлетворенность их ожиданий – решающие факторы процветания любой организации, оказывающей услуги населению в сфере общественного питания. Кроме того, основное конкурентное преимущество любого предприятия общественного питания заключается в управлении качеством продукции. Отметим, что стремление к повышению качества и улучшению технологических процессов не является добровольным выбором. Осознание потребителем того, в чем заключается высокое качество продовольственной продукции, забота о здоровье человека и о безопасности пищевых изделий вынуждают всех субъектов пищевой промышленности (начиная от операторов сельского хозяйства) относиться к управлению качеством как к проблеме очень важной в стратегическом плане, а также в плане инноваций.

Библиографический список

1. Гореликова Г. А. Научное обоснование и практические аспекты разработки и оценки потребительских свойств функциональных безалкогольных напитков : автореф. дис. ... д-ра техн. наук. Кемерово, 2008.
2. Государственная политика здорового питания населения: задачи и пути реализации на региональном уровне / [В. А. Тутельян, Г. Г. Онищенко, Б. П. Суханов и др.]. М. : Гэотар-Медиа, 2009.
3. Давыденко Н. И., Мьякишкина А. В., Синьков А. А., Зубарева Е. Н. Основные составляющие инновационного процесса «от идеи до потребителя» на примере пшеницы с заданными функциональными свойствами // Ползуновский вестник. 2012. № 2/2.
4. Заворохина Н. В. Моделирование напитков социальной направленности с учетом специфики региона // Пиво и напитки. 2013. № 6.
5. Коротких Е. А., Новикова И. В., Агафонов Г. В., Чусова А. Е., Прудкова В. Е., Голубева Л. В. Низкокалорийный квас // Пиво и напитки. 2014. № 6.
6. Кудряшева А. А. Инновационные достижения в области производственной безопасности человека // Пищевая промышленность. 2014. № 2.
7. Маюрникова Л. А., Крапива Т. В., Кокишаров А. А. Обоснование необходимости внедрения систем качества на предприятиях общественного питания // Ползуновский вестник. 2011. № 3/2.
8. Похлебкин В. В. Национальные кухни наших народов. М. : Легкая и пищевая промышленность, 1978.
9. Чузунова О. В., Заворохина Н. В. Использование методов дегустационного анализа при моделировании рецептур пищевых продуктов с заданными потребительскими свойствами : [монография]. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2010.
10. Шатнюк Л. Н., Спиричева Т. В. Научные аспекты использования инновационных ингредиентов в производстве специализированных продуктов питания // Пищевые ингредиенты. Сырье и добавки. 2010. № 2.

С. А. Шахназарян

*ассистент кафедры коммерции, логистики и экономики торговли
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

**Основные факторы и критерии
оценки состояния процессов реверсивной логистики**

Аннотация. В статье рассматривается проблема организации процесса возвратов товаров от конечных покупателей и посреднических организаций. Дается характеристика основных факторов и критериев, которые оказывают влияние на организацию процесса реверсивного движения товаров из сфер потребления и распределения в сферы утилизации и производства. Приводятся основные показатели, которые отличают один способ организации реверсивной логистической системы от другого. Описываются факторы, необходимые для успешного функционирования систем реверсивной логистики. Раскрывается суть методики РАСЕ-анализа, на основании которой возможно оценить текущее состояние системы реверсивной логистики организации. Данная методика может быть использована для сравнения уровня развития системы реверсивной логистики в группе организаций.

Ключевые слова: реверсивная логистика; обратная логистика; возвратная логистика; возврат товаров; РАСЕ-анализ; управление цепями поставок.

В настоящее время вопрос организации процессов реверсивной логистики в российских организациях является слабоизученным. Это связано с тем, что большинство цепей поставок в логистике изначально при разработке ориентированы только на «прямое» движение товарных потоков и не учитывают возможность возникновения возвратов. В итоге организации, у которых возникает необходимость выстраивания процесса возврата товаров от покупателей, сталкиваются с большим количеством проблем и издержек, для преодоления которых необходимы знания и опыт в области управления реверсивной логистикой, а также соответствующей инфраструктуры.

Реверсивная логистика, в авторской трактовке, представляет собой процесс возвращения из сфер потребления и обращения в сферы производства и утилизации товарно-материальных ценностей, которые могут быть подвергнуты перепродаже, по-

вторному использованию, ремонту, а в случае невозможности осуществления указанных действий – их правильной утилизации.

Одной из важных целей реверсивной логистики является удовлетворение потребностей покупателей в вопросе возврата, обмена или ремонта товаров.

Удовлетворение потребностей покупателей достигается только тогда, когда товары или услуги, предоставляемые организацией, соответствуют ожиданиям или превосходят их. Чего действительно хотят покупатели – это чтобы их запросы и потребности были понятны продавцу, и только после этого ожидают действий от него, т. е. хотят увидеть ответную реакцию на свою просьбу или требование.

Степень удовлетворенности покупателей может быть рассмотрена с двух разных точек зрения: с точки зрения удовлетворенности конкретным товаром или же с точки зрения удовлетворенности общей массой товаров и услуг, предлагаемых организацией. В первом случае акцент делается на оценке покупателем конкретного товара или услуги, например процесса продажи товара, количества обращений в техническую поддержку и сервисные службы, объема заказываемых запасных частей, количества возвращенного некачественного товара и т. д. Во втором случае оценка осуществляется на основе общей удовлетворенности, которая включает в себя как этап, предшествующий продаже, так и этап послепродажного обслуживания, основанного на опыте использования покупателями предоставляемых организацией товаров, услуг и поддержки (таких, как показатель общего качества обслуживания покупателей). Организации, которые интегрируют в свои логистические системы новые технологии, например штрих-кодирование, радиочастотные идентификаторы и т. п., как правило, более заинтересованы в длительных взаимоотношениях с покупателями в результате расширения своих технологических возможностей.

Основные показатели, которые отличают один способ организации реверсивной логистической системы от другого, могут быть следующими:

скорость адаптации – данный показатель характеризует то, как хорошо и насколько быстро организация может приспособиться к изменениям покупательского спроса или спроса на рынке в целом и, в результате, разработать новые логистические процессы, товары или сервисы, необходимые для удовлетворения и предвосхищения новых требований потребителей;

управление запасами – способность управлять как стоимостью запасов, так и их наличием наиболее эффективно;

время цикла – время, которое требуется организации для выполнения заказов покупателей в плановом порядке, а также действий, связанных с осуществлением операций логистики прямых потоков и реверсивной;

ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators, KPIs) – использование наиболее подходящей, своевременной и точной метрики для оценки эффективности деятельности организации и уровня удовлетворенности покупателей на постоянной основе;

положение организации на рынке и доля ее присутствия – возможность организации устанавливать, поддерживать и продвигать свои логистические возможности и преимущества как для уже имеющих покупателей, так и для рынка в целом.

Исследования показали, что наиболее частые причины неудовлетворенности на рынке связаны с факторами, влияющими на осуществление процессов, время их осуществления или измерения. Например, если организация не имеет корректно налаженных процессов реверсивной логистики в конкретном месте по причине их неэффективности или банального отсутствия в рамках самой организации, то она будет не в состоянии обеспечить обслуживание и поддержку своих покупателей надлежащим

образом. Если организация не в состоянии измерить эффективность своей системы реверсивной логистики или же покупатель сами оценивают ее эффективность, то руководство организации никогда не узнает, на каком именно уровне она находится в сознании покупателей или как повысить ее эффективность.

По мнению представителей посреднических организаций, следующие характеристики имеют важное значение для логистической системы организации-производителя в целом:

- устранение «медленных» отгрузок и потерь при отгрузках;
- устранение несоответствий в отгрузках;
- увеличение размеров прибыли за счет использования различных средств оптимизации;
- снижение затрат на хранение запасов для покупателей;
- поддержка стремления своих покупателей снизить затраты на запасы;
- значительное уменьшение объемов возвратов товаров;
- улучшение обслуживания покупателей и повышение уровня их удовлетворенности путем роста надежности поставок, повышения эффективности при доставке товаров покупателю/операциях приема-сдачи товаров, упрощения процесса решения спорных ситуаций.

При этом для обеспечения эффективной взаимосвязи между организацией-производителем, осуществляющей реверсивное движение товаров, и посредническими организациями необходимо наличие следующих дополнительных характеристик:

- взаимная ориентация на успех партнерства;
- взаимная лояльность;
- наличие возможностей для создания единой системы обмена данными;
- готовность вести переговоры и урегулировать споры;
- совместное использование возможностей своих организаций;
- постоянные прямые и обратные связи внутри канала поставки;
- совместный мониторинг и слежение за ситуацией на рынке и в канале, при котором цели ставятся заранее.

В целом общие выгоды от использования реверсивной логистики в организации можно разделить на следующие направления:

- повышение выручки и рентабельности от реализации товара или услуги;
- увеличение конкурентоспособности и доступности товара или услуги;
- снижение затрат на приобретение запасов и запчастей;
- повышение эффективности логистики;
- снижение времени отклика на запрос посреднических организаций и покупателей;
- рост опыта в вопросе устранения неполадок;
- повышение уровня удовлетворенности и лояльности посреднических организаций и покупателей [4, с. 13–16].

Также существует десять ключевых факторов, необходимых для успешного функционирования системы реверсивной логистики организации-производителя:

- актуальность для посреднических организаций и покупателей предлагаемой поддержки;
- усиление роли сервисного обслуживания;
- внедрение комплексных решений;
- разработка и использование эффективных бизнес-процессов;
- расширение прав посреднических организаций и покупателей и увеличение ответственности производителей;
- организация систем обслуживания, ориентированных на посреднические организации и покупателей;

создание гибкой и оперативной связи с посредническими организациями и покупателями;

использование современных технологий;

применение на практике правильных технологий, подходящих для конкретного товара или отрасли;

ориентация на управление непрерывными изменениями [2, с. 23–26].

Однако для того, чтобы достичь успехов в управлении реверсивными потоками, организация должна обладать актуальной информацией для оценки и понимания причин возврата товаров. По-настоящему значимой данная информация становится только тогда, когда подпадает под следующие критерии:

наличие технологических инструментов, чтобы сделать информацию о возвратах доступной внутри организации, проводить оперативный анализ причин возвратов и обеспечивать проведение действенных мероприятий по снижению объемов возвратов;

способность использовать передовой опыт и сравнительный анализ в области возвратов;

готовность к сотрудничеству как внутри организации, так и за ее пределами [1, с. 19].

Приведенные выше ключевые факторы и критерии являются основой для оценки состояния ее стратегии в области реверсивной логистики.

Одним из методов проведения подобной оценки является PACE-анализ (от англ. Pressures – препятствия, Actions – действия, Capabilities – средства и возможности, Enablers – улучшения). Данный анализ, схожий со SWOT-анализом, был разработан компанией «Aberdeen Group» и применялся для исследования состояния рынка реверсивной логистики и положения организаций на нем.

В ходе данного исследования был проведен сравнительный анализ между организациями, которые были лучшими в отрасли предоставления услуг реверсивной логистики с целью передачи практического опыта менее успешным.

Ключевыми составляющими PACE-анализа являются:

препятствия – внешние силы, влияющие на положения организации на рынке, ее конкурентоспособность или бизнес-процессы. К ним относят экономические, политические или законодательные барьеры, а также уровень развития технологий, изменение предпочтений покупателей, конкуренцию на рынке и пр.;

действия – стратегические подходы, которые используются организацией в ответ на давление внутри отрасли. К ним, например, относят выравнивание бизнес-модели таким образом, чтобы можно было использовать возможности отрасли (такие, как стратегическое положение товара или услуги на рынке), целевые рынки, финансовую стратегию, стратегию выхода на рынок и стратегию продаж;

средства и возможности – подходящие бизнес-процессы и бизнес-единицы, необходимые для реализации стратегии организации. К ним относятся, например, квалифицированные специалисты, бренд товара или услуги, жизнеспособные товары и услуги, взаимоотношения с партнерами, финансирование и пр.;

улучшения – ключевые функции технологических решений, необходимые для поддержания благоприятной деловой практики организации. Данные составляющие включают в себя платформы для разработки программного обеспечения, различные приложения, возможность создания единой информационной сети, наличие понятного пользовательского интерфейса, «очистка» получаемой информации и возможность управления данными и информацией.

На основе PACE-анализа, который был проведен компанией «Aberdeen Group», ею были разработаны рекомендации для организаций, которые пытаются повысить

свою производительность в области реверсивной логистики и в области обслуживания покупателей, чтобы достичь уровня лидера в группе. Для достижения данной цели необходимо:

постоянно совершенствовать понимание сервисными службами организации состояния и местоположения запасных частей и товаров в реверсивной сервисной цепи поставок;

отслеживать скорость возвратов;

стандартизировать процессы возврата и выполнения возвратных обязательств организации;

повышать возможности предварительной и оперативной диагностики неисправностей с целью уменьшения объемов «беспроblemных» возвратов товаров;

поддерживать сотрудничество между ремонтными инженерами и сервисными/дизайнерскими группами;

расширять и улучшать процессы прогнозирования возвратов или замены;

оценивать дополнительные возможности получения дохода от отремонтированных товаров [3, с. 26].

Рационально организованная система реверсивной логистики позволяет сокращать затраты организации при осуществлении процессов возвратов товарно-материальных ценностей и использовать возвращенные товары более эффективно. При организации системы реверсивной логистики одним из ключевых является вопрос оценки эффективности ее функционирования. Для проведения подобной оценки могут использоваться такие методы, как SWOT- и PACE-анализ, позволяющие определить основные направления совершенствования деятельности организации в области реверсивной логистики.

Библиографический список

1. *Doughton M.* Reverse Logistics 101 ABCs of Reverse Logistics Information Management // Reverse Logistics Magazine. 2008. No. 14. September/October.
2. *Pollock W. K.* 10 Rules for Successful Reverse Logistics Operations // Reverse Logistics Magazine. 2008. No. 9. January/February.
3. *Pollock B., Dutta S.* Driving Returns in the Reverse Logistics Service Chain // Reverse Logistics Magazine. Edition 16.
4. *Pollock W. K.* Using Reverse Logistics to Enhance Customer Service and Competitive Performance // Reverse Logistics Magazine. 2007. No. 8. November/December.

Ю. С. Рыбаков

доктор технических наук, профессор кафедры пищевой инженерии
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Продовольственная безопасность вблизи техногенной провинции горно-химических и горно-металлургических предприятий

Аннотация. Проанализирована ситуация, возникающая в техногенной провинции, в зоне деятельности горно-химических и горно-металлургических предприятий, что отрицательно влияет процессы производства продукции агропромышленного комплекса. Это приводит к ухудшению качества жизни населения. Среди факторов риска, приводящих к болезням, антропогенные превышают 30%; 70% всех чужеродных веществ попадает в организм с пищей. Наибольшую опасность для почв, водных источников и продуктов питания в техногенной провинции представляют отвалы труднообогатимых, забалансовых руд и минерализованных пород, содержащие значительное количество загрязняющих элементов и соединений. Представляется экономически целесообразным снижать содержание в отвалах легкорастворимых соединений-загрязнителей с помощью приемов и методов рекультивации. Для большинства техногенных образований приемлемы три этапа рекультивации: горно-техническая, химическая и биологическая (основной является химическая рекультивация).

Ключевые слова: качество жизни; безопасная пища; техногенная провинция; отвалы руд; химическая рекультивация.

Известно, что уровень цивилизации страны, безопасность населения определяются не развитием техники, а качеством жизни. Одним из основных интегральных показателей качества жизни населения является средняя продолжительность жизни, которая зависит от здоровья [1, с. 10]. Для улучшения качества жизни человек на протяжении тысячелетий стремится не столько приспособиться к природной среде, сколько сделать ее более удобной для своего существования. Только в настоящее время люди осознали, что подчиняя природу, они опасно изменяют условия обитания всех живых существ, включая самих себя. Химические, физические, биологические и другие виды загрязнений оказывают вредное влияние прежде всего на организм человека. Ежегодно появляются десятки тысяч химических соединений, действие которых на организмы неизвестно.

На здоровье людей влияет множество экологических факторов: болезнетворные микроорганизмы, загрязнение воды, воздуха, почвы, продуктов питания, погода и другие условия. Причины «средовых болезней» и опасных отклонений в здоровье людей разнообразны. Статистика говорит, что 60–90% наиболее грозных – раковых – заболеваний у человека обусловлены факторами окружающей среды: загрязнение канцерогенами воздуха, воды, товаров, качеством питания и лекарств, табаком, наркотиками, алкоголем и т.д. Велика угроза здоровью со стороны бактериального, вирусного и химического загрязнения воды и воздуха. Медики также устанавливают прямую связь между ростом числа больных аллергией, бронхиальной астмой, раком и ухудшением экологической обстановки в регионе. Установлено, что многие вещества (хром, свинец, никель, бериллий, кадмий, бензапирен, асбест, табак и др.) являются канцерогенами. Пища, воздух и вода могут содержать токсичные и канцерогенные вещества, представляющие опасность для человека. Одной из главных причин заболеваний раком является прием некачественной пищи. Доля этого фактора составляет более 35%. В сравнении с этим доля курения – не более 30% [2, с. 41].

К наиболее опасным с экологической точки зрения регионам относятся горно-промышленные, где осуществляются добыча полезных ископаемых, их обогащение

и переработка. Переработка осуществляется, как правило, либо химическим, либо металлургическим путем. Весь этот производственный цикл приводит к тому, что многие из перечисленных выше веществ переходят в подвижное состояние, попадая в воздух, воду, почвы и продукты питания. Поэтому экологические факторы риска в горно-промышленных районах повышаются более чем на 30%. Указанный факт подтверждается тем, что в этих районах средняя продолжительность жизни мужчин почти на 10 лет меньше, чем в среднем по стране [3, с. 105; 4, с. 14].

В результате добычи и переработки полезных ископаемых, в особенности при открытых горных работах, предприятиями цветной металлургии и химической промышленности сотни тысяч гектаров водосборных территорий занимаются различными техногенными образованиями. Возникает техногенная провинция предприятия, несущая опасность окружающей среде, и в первую очередь человеку [5, с. 8]. При этом промышленные разработки загрязняют водные объекты и почвы, изменяют рельеф местности, характер и структуру ландшафта, гидрологический режим. В связи с этим в человеческий организм и сельскохозяйственную продукцию поступают токсические вещества из атмосферного воздуха, почвы и водоемов, что порождает проблемы, связанные с накоплением в продовольственном сырье и продуктах питания чужеродных веществ, или ксенобиотиков, и ставит целый ряд задач, решение которых нацелено на обеспечение безопасности продуктов питания и источников питьевого водоснабжения [5, с. 11; 6, с. 101].

К техногенным образованиям горно-химических и горно-металлургических предприятий относятся отвалы и терриконы забалансовых руд, минерализованных пород, шлако- и золоотвалы, горные выработки, действующие и законсервированные шламо- и хвостохранилища станций нейтрализации и обогатительных фабрик и другие новообразования. Все они загрязняют окружающую среду за счет газовых выбросов, неочищенных сточных вод и техногенных образований. Если с газовыми выбросами и сточными водами на самом предприятии в той или иной степени пытаются бороться с помощью известных технологий, то для техногенных образований, находящихся, как правило, за пределами санитарной зоны (на техногенной провинции) применить эти технологии не всегда возможно [5, с. 11].

Как правило, сточные воды, сформированные на техногенной провинции, загрязнены металлами, сульфат- и хлор-ионами и другими ингредиентами, содержание которых значительно (в тысячи, десятки тысяч раз) превышает предельно допустимые концентрации [7]. В сточных водах, например, содержание меди и цинка на ряде обследованных нами предприятий достигает 100–500 мг/дм³ (Гайский и Салаирский горно-обогатительные комбинаты, Кировградский и Красноуральский медеплавильные комбинаты, Медногорский и Башкирский медно-серные комбинаты, Дегтярское рудоуправление, Восточно-Казахстанский медно-химический комбинат и др.). В ряде случаев содержание металлов в этих водах достаточно для экономически выгодного их извлечения в виде товарной продукции [5, с. 115–131].

По мере возрастания загрязненности почв постепенно уменьшается их естественная способность к самоочищению, что приводит к загрязнению других компонентов экосистем, в том числе и водных объектов. Уровень загрязненности поверхностных вод большинства водных объектов не снижается, несмотря на то, что в связи со спадом промышленного производства объемы сброса сточных вод, например, в Свердловской области значительно сократились [8, с. 350].

В связи с усилением загрязнения окружающей среды в сельскохозяйственную продукцию происходит поступление токсических веществ из атмосферного воздуха, почвы и водоемов, что порождает проблемы, связанные с накоплением в продоволь-

ственном сырье и продуктах питания чужеродных веществ, или ксенобиотиков, и ставит задачи, нацеленные на обеспечение безопасности продуктов питания [5; 9; 10].

Наибольшую опасность для почв и водных источников представляют отвалы труднообогатимых, забалансовых руд и минерализованных пород, содержащие значительное количество загрязняющих элементов и соединений. Протекающие в течение длительного времени процессы выветривания отвалов обуславливают ускорение естественного выщелачивания рудных компонентов и значительное загрязнение ими водных объектов.

По минеральному и фазовому составу соединений металлов складированных руд и пород можно определить степень их опасности путем сравнения данных об отвале с данными таблицы [5, с. 54], в которой нами предложена классификация руд и пород, объединяющая их по степени опасности для окружающей среды.

**Химическая и минералогическая характеристика
отвалных руд и пород цветной металлургии и химической промышленности
для оценки их класса опасности**

Класс опасности руд в отвале	Основные минералы главных металлов-загрязнителей	Вмещающие породы	Содержание оксидов металлов-загрязнителей в минералах, %	Содержание в рудах, %	
				пород основного состава	глинистых пород
Класс 1	Малахит, брошантит, азурит, халькозин, ковеллин, борнит, цинкит, гослерит, сфалерит	Кислые и средние изверженные породы, вторичные кварциты, песчаники	20–60	1–5	1–5
Класс 2	Малахит, псевдомалахит, гётит, магнетит, сфалерит, смитсонит	Габбро, средние и основные эффузивы	5–35	7–10	5–10
Класс 3	Малахит, хризоколла, лимонит, гётит, ковеллин, тенорит	Измененные сиенито-диориты, моноциты, средние и основные эффузивы	20–35	2–5	5–20
Класс 4	Халькопирит и сфалерит с высокой дефектностью кристаллической структуры	Кислые эффузивы (порфиры, кератофиры, альбитофиры)	15	5–7	1–5
Класс 5	Смитсонит, церуссит, пирит, сфалерит, галенит, в меньшей степени халькопирит, блеклая руда, свинцовые охры, ковеллин, малахит, госларит и халькантит	Кварцево-серицитовые сланцы, кварцевые кератофиры, алевропелиты, туфы и лавы кислого и среднего состава, микроклин-плагиоклазовые граниты, альбитофиры, граниты	20–60	5–15	5–10
Класс 6	Пирит, сфалерит, галенит, халькопирит, ковеллин, смитсонит, церуссит, ангизит	Кварц, калиевый полевой шпат, серицит, карбонат, биотит измененный, гидроксиды железа, ярозит	20–30	7–15	5–8
Класс 7	Повелит, ферримолибдит, вульфенит, малахит, азурит	Серицитизированные, слабокалинизированные, хлоритизированные, ожелезненные, биотитовые граниты, гранодиориты	18–25	3–10	5–13
Класс 8	Молибденит, халькопирит, в меньшей степени ферримолибдит, марказит, борнит, малахит, повелит	Биотитовые граниты, мелкозернистые граниты, гранодиориты, липариты, кварцесерицитовые метасоматиты, кварц, полевой шпат, биотит	5–12	4–8	5–8

Руды и породы в таблице объединены в классы в порядке убывания степени опасности для окружающей среды и человека (первый класс – самый опасный):

- 1) медные и медно-цинковые руды, залегающие в кислых породах;
- 2) медные и медно-цинковые, залегающие в основных и карбонатных породах;

- 3) медные, залегающие в глинистых породах;
- 4) медно-цинковые метакolloидные;
- 5) свинцово-цинковые, залегающие в породах кислого состава;
- 6) свинцово-цинковые, залегающие в породах основного состава;
- 7) окисленные молибденовые и медно-молибденовые;
- 8) окисленные молибденовые и медно-молибденовые.

Применяемые в настоящее время методы очистки стока, сформированного на этих техногенных образованиях, направлены на борьбу со следствием, а не с причиной загрязнения, заложенной в самих отвалах. В то же время одним из самых радикальных способов борьбы с загрязнением стока, сформированного на отвалах горных пород, является их рекультивация. Однако, по причине наличия значительного количества легкорастворимых загрязнителей, эти образования не отвечают ГОСТ для биологической рекультивации.

Стратегия защиты водных объектов и почв от загрязнения стоком [8], сформированным на техногенных образованиях, должна быть следующей. Необходимо как можно быстрее снизить содержание в них легкорастворимых соединений, а последующая биологическая рекультивация отвалов практически исключит угрозу загрязнения водных объектов, почв и воздуха. При этом для большинства техногенных образований необходимо осуществить три этапа рекультивации: горнотехническую, химическую и биологическую. Химическую рекультивацию можно осуществить с применением приемов и методов кучного выщелачивания, которое позволит не только защитить почвы и водные объекты от загрязненного стока с отвалов, но и извлечь из них цветные металлы в товарную продукцию и подготовить отвал к биологической рекультивации. Оптимальный способ рекультивации может быть рекомендован только после опробования этих отвалов, определения современного состояния вещественного состава, а также проведения исследований по их химической рекультивации.

Библиографический список

1. Ревель П., Ревель Ч. Здоровье и среда, в которой мы живем. М. : Мир, 1995.
2. Тетерева Л. И., Головкин В. П., Толкачев А. Н. Экология внутренней среды (проблемы обеспечения безопасности пищевых продуктов) // Инженерная экология. 2007. № 5.
3. Кирюшин В. И. Экологические основы земледелия. М. : Колос, 1996.
4. Мудрый И. В. Тяжелые металлы в системе почва-растение-человек // Гигиена и санитария. 1997. № 1.
5. Рыбаков Ю. С., Рыбаков А. Ю., Овсянников А. Ю. Организационно-экономический механизм и инвестиционные проекты рекультивации техногенных образований. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2011.
6. Халезов Б. Д. Кучное выщелачивание медных и медно-цинковых руд. Екатеринбург : РИО УрО РАН, 2013.
7. *Пределно допустимые* концентрации химических элементов в окружающей среде : справочник / [сост. Г. П. Беспямятов, Н. А. Кротов]. Л. : Химия, 1985.
8. *Водные ресурсы Свердловской области* / под науч. ред. Н. Б. Прохоровой. Екатеринбург : Изд-во «АМБ», 2004.
9. *Вода России. Социально-экологические водные проблемы* / под науч. ред. А. М. Черняева. Екатеринбург : Изд-во «АКВА-ПРЕСС», 2000.
10. *Вода России. Водно-ресурсный потенциал* / под науч. ред. А. М. Черняева. Екатеринбург : Изд-во «АКВА-ПРЕСС», 2000.

Сервисная экономика и туризм

Е. А. Ивлиева

доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Теоретические основы анализа туристской деятельности

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы организации туристической деятельности на основе воспроизводственного подхода. Выделены следующие воспроизводственные циклы: воспроизводство трудовых ресурсов, кредитно-денежных ресурсов, инвестиционных ресурсов; воспроизводство производственных услуг и природных ресурсов. Каждый рассматриваемый цикл включает в себя анализ производства, распределения, обмена и потребления конечных результатов туристской деятельности. Сформулированы положения о важнейших факторах производства; определены пропорции распределения, особенности обмена потребительскими товарами (туристскими продуктами) и средствами производства; показаны перспективы потребления и развития потребностей населения.

Ключевые слова: туристская деятельность; воспроизводственные циклы; производство; распределение; обмен; потребление.

Воспроизводственные циклы в экономике туристской деятельности – основа комплексного исследования связей, существующих в производстве туристского продукта и при его использовании.

К воспроизводственным циклам в туризме можно отнести воспроизводство: трудовых ресурсов; кредитно-денежных ресурсов; инвестиционного процесса; природных ресурсов; производственных и социально-бытовых услуг; услуг рыночной инфраструктуры, информационных услуг.

Воспроизводственные циклы составляют единую систему и находятся в постоянном взаимодействии. Они представляют собой основу социально-экономического развития туризма, обеспечивая условия взаимодействия всех субъектов национальной экономики.

Для каждого уровня экономики туризма характерна своя совокупность воспроизводственных циклов, которые замыкаются в границах территориальных образований. В свою очередь, каждый воспроизводственный цикл можно рассматривать как относительно самостоятельную подсистему со своими особенностями воспроизводства.

Рассмотрим наиболее важные воспроизводственные циклы туристской деятельности.

1. *Воспроизводство трудовых ресурсов* – процесс восстановления и развития наиболее активной части населения [1, с. 476] – осуществляется под воздействием демографических, природно-климатических, социально-экономических, экологических, научно-технических и других факторов. Демографическая ситуация в национальной экономике определяет динамику населения, его трудоспособную и самостоятельную часть в рассматриваемой сфере. Производственная структура страны во многом определяет структуру занятости населения на рынке туристских услуг. Более того, изменения в структуре национального хозяйства непосредственно сказываются на формировании спроса на рабочую силу, занятости и безработице в новом для современной России бизнесе. Коренная реорганизация предприятий туризма в процессе смены формы собственности ведет к сокращению аппарата управления, к появлению и развитию новых рыночных структур – сферы малого бизнеса и т. д. Все это существенно меняет структуру спроса на рабочую силу. Конкуренция становится серьезным стимулом внедрения достижений научно-технического прогресса, перевода про-

изводственных процессов на трудосберегающие технологии, что ведет к высвобождению рабочей силы, но одновременно предъявляет высокие требования к ее квалификационному уровню.

Воспроизводство трудовых ресурсов находится в тесном взаимодействии с воспроизводством инвестиционных ресурсов, поскольку последние выступают источником создания новых рабочих мест, с воспроизводством информации и знаний, которые играют особую роль в подготовке и переподготовке квалифицированных кадров, с воспроизводством кредитно-денежных ресурсов, поскольку они выступают фактором, стимулирующим вовлечение трудовых ресурсов в сферу бизнеса.

2. Воспроизводство кредитно-денежных ресурсов туристской деятельности представляет собой относительно обособленную сферу отношений по поводу формирования, купли, продажи и размещения свободных кредитно-денежных средств, регулирования потоков этих средств в соответствии с изменением спроса и предложения.

Воспроизводство кредитно-денежных ресурсов в туристской деятельности предполагает наличие временно свободных денежных средств субъектов национальной экономики, потребности в денежных средствах для развития хозяйственной деятельности субъектов, систему финансово-кредитных институтов, занимающихся аккумуляцией и размещением денежных средств.

Субъектами воспроизводства финансово-кредитных ресурсов выступают коммерческие банки, страховые компании, инвестиционные фонды и другие финансовые институты, главной функцией которых для этого рынка, как впрочем и для других рынков, является обеспечение процессов перелива капиталов как в межсегментном, так и в межрегиональном аспекте [3, с. 42].

Финансово-кредитные институты служат не просто посредниками в туристской деятельности, а играют ведущую роль в обороте финансово-кредитных ресурсов посредством рыночных отношений, являясь катализаторами всей коммерческой деятельности в национальной экономике.

При переходе к рынку роль воспроизводства финансово-кредитных ресурсов в воспроизводственном процессе сферы туризма усиливается. Его основные задачи – осуществление распределительных функций и финансовое обеспечение решения задач комплексного социально-экономического развития; регулирование распределительных отношений между предприятиями, повышение эффективности использования денежных и финансовых ресурсов в процессе кредитования и обращения [2, с. 126].

3. Инвестиционный цикл воспроизводства в туризме отражает процесс наращивания основной части производственного потенциала – капитала. С макроэкономических позиций он представляет собой процесс трансформации сбережений в накопления и капиталовложения. На микроэкономическом уровне это – взаимодействие проектно-изыскательских работ, подрядных работ, объема и структуры инвестиций.

Воспроизводственный инвестиционный цикл тесно связан с воспроизводством основного капитала и финансово-кредитных ресурсов. Формирование характера инвестиционного процесса во многом зависит от соотношения спроса на финансово-кредитные ресурсы и их предложения, действующего экономического механизма регулирования инвестиционной деятельности, создания рыночных структур, способствующих проведению национальной инвестиционной политики.

Факторы динамики инвестиционного цикла можно представить следующим образом: наибольшее влияние на инвестиционный цикл оказывает структура инвестиций, в том числе соотношение между инвестициями в простое и расширенное воспроизводство, а также технологическая структура инвестиций [4, с. 132].

4. *Воспроизводство производственных услуг.* Оказанием производственных услуг туризму заняты отрасли производственной инфраструктуры, к которым относятся транспорт всех видов, связь и коммуникационное обслуживание, организации, занимающиеся продвижением товаров и услуг от производителя до потребителя.

Особенностью сферы оказания производственных услуг является их «немобильность», т. е. совпадение места и времени их производства и потребления, поэтому правомерно выделение этих услуг в особый воспроизводственный цикл в рамках национальной экономики.

Рыночная экономика предъявляет особые требования к производству услуг производственной инфраструктуры, поскольку от этого во многом зависят экономическая деятельность предприятий и организаций туристской сферы, уровень жизни занятых в ней людей [10, с. 171].

5. *Воспроизводство природных ресурсов* включает в себя вовлечение в хозяйственный оборот и использование на рассматриваемом рынке всего набора природных ресурсов: земельных угодий, лесов, воды, воздуха, недр.

В отношении недр вовлечение в хозяйственный оборот означает разведку запасов полезных ископаемых, подготовку их к использованию, добычу, а также операции, связанные с восстановлением нарушенных природных связей [6, с. 96].

Характеристика каждого воспроизводственного цикла предполагает рассмотрение стадий производства, распределения, обмена и потребления в туристской деятельности. Предметом исследования в общей схеме воспроизводственного процесса является экономический оборот (как в целом, так и по отдельным группам экономических агентов и экономических операций) и результаты экономической деятельности. При изучении туризма как экономического феномена возникает возможность охарактеризовать воспроизводственный процесс этого вида деятельности как источник дополнительного спроса на товары и услуги со стороны визитеров. Подобный спрос порождает дополнительное предложение, т. е. стимулирует экономический рост определенных видов деятельности, характерных для туризма. Можно сказать, что туризм выступает в качестве источника дополнительных доходов государства, стимулирует создание дополнительных рабочих мест, инвестиции.

Фаза производства выполняет главную роль в рыночном выпуске этого вида деятельности – определяет формы и характер финансово-денежных, трудовых и информационных связей по распределению, обмену и потреблению доли ВВП рассматриваемого вида деятельности.

Производственная функция представляет собой формализованную интерпретацию результатов и факторов общественного производства в национальной экономике. В качестве важнейших факторов производства должны быть учтены как традиционно учитываемые факторы на стороне предложения (трудовые затраты, объем применяемого капитала, природные ресурсы, научно-технические достижения), так и факторы на стороне спроса (уровень платежеспособного спроса на туристический продукт, эластичность потребления данного продукта в зависимости от уровня доходов, цен, импорта и пр.) [9, с. 641].

Процесс распределения в анализируемой деятельности означает: определение пропорций распределения произведенной добавленной стоимости на различные нужды; движение финансовых и материально-вещественных потоков, возникающих между субъектами экономической системы: потоки добавленной стоимости по каналам распределения; процесс трансформации факторных доходов в элементы конечного спроса.

Следует выделить два взаимосвязанных аспекта распределительных отношений рассматриваемой деятельности: распределение чистой продукции, созданной в регионе; распределение ресурсов национального дохода страны, направленных в регион.

В условиях рыночной экономики складывается новый механизм распределения валового выпуска по видам деятельности, который предусматривает усиление экономической мотивации предприятий и организаций туристской деятельности в формировании и эффективном распределении добавленной стоимости [5, с. 90].

Процесс обмена означает обмен продуктами туристских услуг и ресурсами как внутри региона, так и с другими регионами страны, а также с границей.

Здесь следует выделить две относительно самостоятельные подсистемы: сферу обращения потребительских товаров (туристических продуктов) и сферу обращения средств производства.

В современных условиях границы сферы обмена потребительскими товарами рассматриваемой деятельности расширяются, поскольку в сферу обращения, наряду с туристическими продуктами, включаются всевозможные виды услуг жилищного хозяйства, сферы обслуживания и т. д., как правило, на основе аутсорсинга. Сфера обращения товаров в данном виде деятельности неоднородна и должна рассматриваться с учетом особенностей различных товарных групп [7, с. 141]. Можно сказать, что развитие сферы обращения товаров туристской деятельности происходит, с одной стороны, под влиянием платежеспособного спроса населения, а с другой – под влиянием возможностей местного производства.

Анализ сферы обращения средств производства предполагает изучение сегментов рынка туристических услуг и пространственной структуры потребностей в средствах производства, а также изучение потенциальных ресурсов и производственных возможностей товарного предложения средств производства в регионе, межрегиональных и международных экономических связей.

Сфера потребления анализируемой деятельности имеет свои особенности, так как в каждом регионе, в каждой области, наряду с общими факторами, влияющими на формирование потребностей населения всех районов страны, действуют факторы регионального характера, связанные с природно-климатическими, национальными, этнографическими факторами.

К народнохозяйственным факторам, определяющим характер сферы потребления туристских продуктов, относятся: уровень развития производства, характер распределения и перераспределения ВВП, уровень реальных доходов на душу населения, объем сбережений и инвестиций, размер товарной массы в обращении, уровень жизни населения страны.

Вышеперечисленные факторы позволяют составить портрет целевого потребителя туристских услуг. Формирование и анализ клиентской базы можно проводить как своими силами, так и с привлечением сторонних специалистов. Основная проблема потребления туристских услуг связана с разработкой процедуры оптимизации клиентской базы. Эта процедура создает условия, при которых прибыль может быть максимальной (максимальное удобство расчетов, электронные продажи, программы лояльности, системы скидок и пр.). С точки зрения воспроизводственного процесса в туризме необходимо сосредоточиться на ключевых направлениях деятельности, особенно в кризисные периоды. При этом воспроизводственные циклы, как показывают наши исследования, могут приобретать различные количественные и качественные характеристики.

Характер и степень влияния каждого из этих факторов зависят от экономической политики, проводимой властью. Необходимо отметить, что основу современных социально-экономических отношений составляют частно-государственные отношения собственности на средства производства. Они характеризуют более прогрессивное по сравнению с частно-индивидуальными отношениями использование прибавочного фонда: абсолютного, относительного и избыточного [8, с. 456].

Рассмотренные выше воспроизводственные циклы позволяют определить важнейшие факторы производства, пропорции распределения, особенности обмена потребительскими товарами (туристскими продуктами) и средствами производства, перспективы потребления и развития потребностей населения в сфере туристской деятельности.

Практическая значимость сформулированных положений о роли циклов воспроизводства нашла свое отражение при разработке конспекта лекций по дисциплине «Туристско-рекреационное проектирование». При этом особенности воспроизводственного процесса туристской деятельности анализируются в соответствии с сателлитными счетами туризма (ССТ), которые полностью соответствуют методологическим требованиям системы национальных счетов (СНС). Таким образом, появляется возможность проследить последовательность создания и использования добавленной стоимости в сфере туризма, определить перспективы капитализации отрасли.

Библиографический список

1. Акьюлова Е. И., Акьюлов Р. И. Экономико-демографический анализ воспроизводства трудового потенциала России // Инновационное развитие экономики России : междисциплинарное взаимодействие : сб. ст. XII Междунар. науч. конф. (Москва, 16–18 апреля 2014 г.). М. : Проспект, 2014.
2. Стайнер Б. Ключевые рыночные концепции. Настольная книга для операций на рынках денег, капитала и валют / пер. с англ. под ред. В. Н. Шавшукова. СПб. : Изд. дом «Нева», 2004.
3. Веретенникова О. Б., Панов Е. Э. Особенности оценки банком кредитного рынка при финансировании холдинговых компаний // Известия Уральского государственного экономического университета. 2013. № 2(46).
4. Иваницкий В. П., Привалов Н. Г., Привалова С. Г., Токарева И. В. Управление инвестиционной деятельностью предприятия : [монография]. Екатеринбург, 2009.
5. Иелиев И. В. Индексы стратегии опережающего развития как основа прикладной макроэкономики // Аграрный вестник Урала. 2014. № 8(126).
6. Мезенина О. Б. Основы экономического механизма управления землями лесного фонда // Аграрный вестник Урала. 2012. № 7(99).
7. Мохова Ю., Мохов Т. Турфирма : с чего начать – как преуспеть. СПб. : Питер, 2009.
8. Скулкин М. Р. Оптимальная модель рыночной экономики. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2012.
9. Экономика предприятия : [пер. с нем.]. М. : ИНФРА-М, 1999.
10. Ямароне Р. Э. Основные экономические индикаторы / пер. с англ. Н. Запарович. М. : SmartBuk, 2010.

Е. В. Курилова

кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Повышение конкурентоспособности и развитие экотуристических дестинаций в Свердловской области

Аннотация. В статье рассмотрены понятия «экотуризм» и «экотуристическая дестинация». Проанализирован потенциал Свердловской области для экологического туризма, выявлены основные трудности организации и реализации экотуров на ее территории. Раскрыты специфические проблемы российских экотуристических дестинаций и природных парков (в частности, выделены их особенности в Свердловской области) и предложен алгоритм расширения ассортимента туров на территориях экотуристических дестинаций. Алгоритм разрабатывается для территорий, функционирующих как экотуристические дестинации и имеющих некоторый ассортимент классических экотуров. Автор рекомендует введение дополнительных туров в случае необходимости увеличения туристических потоков или изменения их структуры, в целях получения прибыли, впоследствии инвестируемой в развитие дестинации и сохранение ее природных ресурсов.

Ключевые слова: экотуризм; дестинация; тур; природный парк; туристский поток.

Экотуризм – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового туризма. Несмотря на то, что экотуризм как явление возник еще в 1960-х годах, эта отрасль до сих пор не имеет четких границ и достаточно размыта. В последние годы, благодаря успехам экологического просвещения, а также росту спроса искушенных туристов и жителей больших городов на «нетронутые» места, экотуризм завоевывает все большие доли рынка.

К сожалению, экологичность на туристическом рынке, как и на других, превратилась в некий условный бренд. Предлагаемые экотуры зачастую носят такое название лишь потому, что каким-либо образом связаны с посещением природы. Большинство этих туров оздоровительные, приключенческие либо агротуристические.

Свердловская область обладает большим потенциалом для экологического туризма. Несмотря на то, что большинство природных парков и других особо охраняемых территорий включают туризм в концепции своего развития, отсутствует единый методологический подход, применимый к любой из дестинаций данного типа. В данный момент мы наблюдаем «нецелевое» использование природных парков как унифицированных дестинаций для отдыха на свежем воздухе, что приводит к разрушению их уникальных экосистем. В рамках решения этой проблемы мы предлагаем расширить ассортимент предлагаемых туров в качестве средства развития экотуристической дестинации.

Согласно определению родоначальника направления Эктора Себальоса-Ласкурьена, экотуризм – это «путешествие с ответственностью перед окружающей средой по относительно ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает мягкое воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности» [4, с. 23].

По нашему мнению, цель туров не является столь же важным фактором, как их экологическое и экономическое воздействие. Поэтому в целях данной работы определим экотуризм как любые виды туризма, осуществляемые на экологически чистых, в том числе особо охраняемых территориях, с соблюдением ряда жестких правил, обеспечивающих минимальное вмешательство в природные экосистемы и, по возможности, способствующих их дальнейшему сохранению или восстановлению.

При этом цель тура может быть любой (за некоторыми исключениями). Из приведенного определения ясно, что целью экологических туров не могут быть охота, рыбалка, целенаправленный сбор ягод и грибов. Эти виды активности более подходят агротуризму.

Мы считаем нужным отойти от ошибочного противопоставления традиционного массового туриста экотуристу. При соблюдении вышеприведенных требований даже традиционный пляжный тур может быть экологическим.

В Свердловской области развивается ряд природных парков, обладающих огромным потенциалом, в том числе «Оленьи ручьи», «Река Чусовая», «Припышминские боры», «Бажовские места», «Денежкин камень» и многие другие. Именно они являются предположительными объектами внедрения результатов, полученных автором статьи.

Мы определяем дестинацию как любую объединенную конкретной целью данного путешествия туриста совокупность территорий, доступную для посещения и выделим экотуристические дестинации как дестинации, привлекательность которых для туристов обусловлена состоянием экологии на данной территории или связана с ней.

Своеобразие экотуристических дестинаций состоит, прежде всего, в приоритете сохранения природы, что создает ряд ограничений:

на виды туров, так как необходимо исключить все виды, подразумевающие повреждение существующих экосистем (охота, рыбалка, самодеятельный туризм с разведением костров и вырубанием леса, применением загрязняющих среду и шумных видов транспорта);

на поведение туристов в течение тура, так как необходимо свести к минимуму нарушение экосистем. Это повлечет запрет на несанкционированный сбор трав, цветов (особенно редких), выброс мусора, интенсивный шум, хождение вне троп и т. д.;

на количество туристов, которое дестинация может принять без ущерба для себя в единицу времени. Это ограничение требует организации регулирования туристских потоков на территории дестинации, жесткого планирования графика туров;

на инфраструктуру дестинации: если типовая туристическая дестинация стремится к развитию инфраструктуры внутри города или курорта, то экотуристическая дестинация должна быть сохранена по возможности в своем первоначальном виде, поэтому все строительство, дороги и иная инфраструктура должны быть вынесены за пределы природного парка или заповедника на необходимое для сохранения экосистемы расстояние.

Отметим специфические проблемы российских экотуристических дестинаций и природных парков Свердловской области, в частности:

во-первых, дисбаланс видов туризма, не отвечающий концепции и смыслу экотуристических дестинаций;

во-вторых, актуальность проблемы контроля поведения туристов и борьбы с варварским отношением к окружающей среде. К сожалению, мы вынуждены констатировать, что меры просветительского и пропагандистского характера малоэффективны и могут носить лишь вспомогательный характер. Опыт европейских, североамериканских и других стран свидетельствует о том, что наиболее действенной мерой пока является система штрафов и наказаний. Возможно, благодаря этим мерам у будущих поколений сформируется привычка бережного отношения к окружающей среде. Проблема контроля в российских природных парках и заповедниках усугубляется тем, что согласно действующему законодательству все штрафы и санкции, введенные администрациями парков, нелегальны, также как и взимание платы за вход. Для защиты природных территорий от варварского обращения существует гл. 26 Уголовного кодекса РФ «Экологические преступления», в частности ст. 262 «Нарушение режима особо

охраняемых природных территорий и природных объектов» [1]. Применение этой статьи затруднено тем, что работники парков не имеют права самостоятельно задерживать правонарушителей, что делает неизбежным сотрудничество с полицией. Второе слабое место этой статьи – причинение значительного ущерба охраняемой территории. Это условие делает невозможным наказание за небольшие нарушения, как, например, хождение вне троп, шум, брошенный мусор, несанкционированный сбор диких растений, т. е. фактически оставляет все правила природного парка незащищенными законом;

в-третьих, проблемой уральских природных парков является слабость сопутствующей транспортной и туристической инфраструктуры.

Мы не будем рассматривать все вопросы формирования стратегии туристических и экотуристических дестинаций. Наша задача – создать краткий алгоритм расширения ассортимента предлагаемых туров на территориях экотуристических дестинаций.

Алгоритм разрабатывается для территорий, функционирующих как экотуристические дестинации и имеющих некоторый ассортимент классических экотуров. Автор рекомендует введение дополнительных туров в случае необходимости увеличения туристических потоков или изменения их структуры в целях получения прибыли, впоследствии инвестируемой в развитие дестинации и сохранение ее природных ресурсов. Подобные цели уже поставлены, например, в Концепции развития СОГУ «Природный парк „Оленьи ручьи“» до 2020 г. [3].

Предлагаем следующий алгоритм расширения ассортимента туров в природном парке.

Первый шаг – определение пропускной способности и ограничений данной территории силами специалистов природного парка.

Второй шаг – определение целевой группы туристов. Для природного парка предпочтительно формирование специфической группы посетителей, связанное, прежде всего, с его ограничениями. Предложение природного парка должно привлекать в первую очередь людей, стремящихся посетить именно такую дестинацию, для которых ценными будут экологическая чистота и красота территории.

Третий шаг – определение подходящих видов туризма для предложения целевой группе на территории природного парка. Мы предлагаем рассматривать в качестве возможных вариантов различные спортивные, учебные, оздоровительные и корпоративные туры с условием строгого соблюдения всех экологических требований парка. Примерный перечень рекомендуемых нами туров для природных парков Уральского региона:

спортивно-экологические: велотуры, лыжные, йога-туры, скандинавская ходьба, выездные тренировки спортсменов, водный спорт, трекинг;

мероприятия делового и обучающего характера: выездные семинары, тимбилдинг, мастер-классы и иные мероприятия, имеющие экологическую или смежную тематику;

детский экологический туризм: маршруты для семей и детских групп, общение с животными (в специально выделенных местах), новогодние маршруты, туры для школьных коллективов, выездные уроки и т. д.;

экологический отдых: туры с ненасыщенной программой, предполагающие расслабление и наслаждение природой, могут включать дополнительные услуги (урок медитации, массаж и т. п.); при наличии пляжей – пляжный отдых с соблюдением всех требований парка; релакс-туры, оздоровительные туры с пешими прогулками и т. п.;

туры для иностранцев: особые маршруты с переводчиками, специализированные туры для наблюдения за птицами (бердвотчинг) и т. д.

Четвертый шаг – предварительное определение туристских потоков. На этом этапе специалисты особо охраняемого объекта должны для каждого тура определить допустимый график его проведения и количество туристов в группе, а также рекомендуем провести исследование потребительского спроса, применяя методы анкетирования, опросов, охватывая как можно более широкий круг целевой аудитории.

Пятый шаг – формирование требований к партнерам. Мы считаем, что для развития экотуризма в природных парках Свердловской области обязательно привлечение бизнеса, в первую очередь профессионалов туристической сферы. Существуют два распространенных заблуждения на этот счет: а) турагентства и туроператоры не станут этим заниматься либо не будут уделять должного внимания «дешевым» турам; б) такие туры находятся в сфере интересов и компетенций исключительно предпринимателей внутреннего туризма. Практика современного туристического рынка показывает, что это неверно. Во-первых, туристические организации могут получать от таких туров ощутимую прибыль; во-вторых, для них это – продвижение и расширение клиентской базы. Четкое разделение туристов на покупателей туров по России и туров за рубеж давно ушло в прошлое, сейчас это – одни те же люди. Поэтому для туристических фирм реализация таких туров – не только способ зарабатывать, но и вид продвижения на рынке.

Шестой этап – формирование требований к цене. Мы рекомендуем предварительно оценить себестоимость и уровень желаемой прибыли от выбранных туров традиционными методами, в результате чего может быть получена примерная цена каждого тура. Цена должна обеспечивать получение прибыли природным парком и партнерскими организациями, но при этом оставаться конкурентоспособной. Процесс ценообразования при реализации туров должен быть в компетенции туристической организации, но окончательные цены должны согласовываться с администрацией парка, и это должно быть зафиксировано в договоре.

На седьмом, завершающем, этапе рекомендуем проанализировать экономическую эффективность выбранных вариантов, исключить экономически неэффективные и приступить к установлению контактов с партнерами и реализации планов.

В заключение приведем основные выводы и рекомендации, обозначим дальнейшее направление научного поиска.

Основные выводы:

экотуризм – любые виды туризма, осуществляемые на экологически чистых, в том числе и особо охраняемых территориях, с соблюдением ряда жестких правил, обеспечивающих минимальное вмешательство в природные экосистемы и, по возможности, способствующие их дальнейшему сохранению или восстановлению;

экотуристические дестинации – это дестинации, привлекательность которых для туристов обусловлена состоянием экологии на данной территории или связана с ней.

специфическими проблемами уральских экотуристических дестинаций являются смещение целевой группы туристов, слабость сопутствующей инфраструктуры и затрудненность контроля соблюдения туристами экологических требований территории;

расширение ассортимента предлагаемых туров может способствовать увеличению туристических потоков и формированию нужной целевой группы посетителей природных парков, что позволит получить прибыли для инвестирования в сохранение и развитие дестинации.

Рекомендации для природных парков и иных экотуристических дестинаций Свердловской области:

жестко соблюдать приоритет сохранения природных ресурсов при формировании туристического предложения и разработке правил поведения на территории природных парков;

постепенно формировать нужные по количеству и качеству туристические потоки на территориях особо охраняемых объектов;
ограничить предложение экологически совместимыми видами туризма;
максимально эффективно использовать существующие маршруты, ресурсы, оборудование парков;
жестко контролировать соблюдение туристами правил, защищающих природу;
способствовать развитию традиционной туристской инфраструктуры вблизи природных парков, но не на их территориях;
привлекать к формированию и реализации туров бизнес, в том числе мелкий и средний.

Практическая значимость проделанной работы состоит в том, что данный алгоритм может быть применен в природных парках Свердловской области.

Библиографический список

1. Уголовный кодекс Российской Федерации (УК РФ) : федер. закон РФ от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 25.
2. *Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт* / [ред.-сост. : Е. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева, А. В. Дроздов]. Тула, 2002.
3. *Основные положения Концепции развития СОГУ «Природный парк „Оленьи ручьи“ до 2020 г.* 10 февраля 2010 г. [Электронный ресурс]. URL : <http://www olen.ur.ru/perspektiv.htm>.
4. *Ceballos-Lascurian H. Tourism, ecotourism, and protected areas* / J. Kusler ed. // *Ecotourism and Resource Conservation : A Collection of Papers. Vol. 1. Madison, WI : Ecotourism and Resource Conservation Project, 1991.*
5. *Althof W. Incoming-Tourismus (Muenchen). Wien : Oldenbourg, 1996.*
6. *Kaspar C. Die Tourismuslehre im Grundriss. 5., ueberarb. und erg. Aufl. Bern (Stuttgart) Wien : Haupt, 1996.*
7. *The German Ecotourism Market (UNWTO Publication) / World Tourist Organization. Madrid, 2002.*
8. *Коныгина О. В., Курилова Е. В. Расширение ассортимента предлагаемых туров как средство повышения конкурентоспособности и развития экотуристических дестинаций в Свердловской области // Конкурентоспособность территорий : материалы XV Всерос. форума молодых ученых с междунар. участием (Екатеринбург, 17–18 мая 2012 г.). Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2012.*

Н. Н. Лобанова

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Социально-экономический и природный ресурсы, роль государства в развитии туризма во Франции

Аннотация. Статья посвящена анализу современного состояния и раскрытию перспектив развития туризма во Франции, занимающей первое место в мире по посещаемости туристами. Анализируются причины привлекательности этой страны, ее туристический потенциал – от природных ресурсов, исторического и культурного наследия до высокотехнологичных объектов современности. Вместе с тем доходность туристического бизнеса Франции уступает некоторым странам. Рассмотрены меры, предпринимаемые государством по наращиванию экономического потенциала туризма как отрасли французской экономики.

Ключевые слова: туристический ресурс; культурное наследие; стандарт качества; маркетинговое планирование маршрутов; круглогодичность; достопримечательности; паломничество; святость; мощи.

Франция – самая посещаемая туристами страна. По данным Всемирной туристической организации (World tourism Organization), Францию с населением 66 млн человек в 2012 г. посетило 83 млн туристов. В 2013 и 2014 гг. это количество несколько снизилось, очевидно, из-за экономического кризиса, разразившегося в Европе. Госу-

дарство оказывает мощную поддержку французскому туристическому сектору, но по доходам от туризма Франция с 7,8% от ВВП занимает только 3-е место, уступая США (11,7%) и Испании (10,2%). Возникает вопрос: как же коррелируются между собой эти показатели и что предпринимает государство, чтобы добиться лидерства Франции в доходности туризма, как отрасли?

Чтобы ответить на вопрос, почему Франция является самой привлекательной для туристов страной, необходимо определить, какими туристическими ресурсами обладает эта страна. Под последними понимается вся совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристического продукта, т. е. туристической индустрии [1]. Франции удивительно повезло с природными ресурсами. В мире немного стран с такой пестрой палитрой ландшафтов, климатом, богатством культурного наследия. Страна имеет 5,5 тыс. км песчаной береговой линии – самый большой в мире пляж. Море-солнце-пляж – эта формула обеспечивает приток туристов в летнее время. 680 километров трасс горнолыжных курортов в Альпах и Пиринеях, а также многочисленные термальные источники и мягкий климат определяют круглогодичность спортивного и лечебно-оздоровительного туризма.

Во Франции насчитывается 40 тыс. памятников культуры, 6 тыс. музеев. Лувр в Париже и Гора Святого Михаила в Нормандии (Le Mon St Michel) – самые посещаемые объекты. Французы умеют предложить туристам отдых на любой вкус и кошелек, исходя из природных, экономических и технических ресурсов. Высокотехнологичные производства позволяют Франции создавать туристам проекты любой сложности. В историческом плане это – создание Эйфелевой башни, статуи Свободы, подаренной американскому народу (конец XIX века). Из современных достижений – Евродиснейленд, технопарк «Футуроскоп», создание туннеля под Ла-Маншем, благодаря которому поезд Евростар соединил Париж и Брюссель с Лондоном. Мягкий климат способствует тому, что виноделие является одной из развитых отраслей экономики. Развивается винный туризм (винные маршруты от Шампани до Прованса с дегустацией изысканных вин). Все большее развитие получают гастрономические туры по регионам.

Всегда востребован событийный туризм: Олимпийские игры, авиасалоны в Бурже, кинофестивали в Каннах, карнавалы цветов в Ницце, праздник лимонов в Ментоне [2].

В связи с превращением города Страсбург в центр Европейского Союза получил дополнительный импульс деловой туризм.

Париж – признанная столица моды, поэтому шопинг становится одним из ресурсов туристической индустрии.

Таким образом, любой житель планеты, собирающийся посетить Францию, может выбрать любой вид отдыха – от культурно-познавательного, пляжного, горнолыжного, лечебно-оздоровительного до событийного. Кроме того, Франция – это самое романтическое государство в мире, манящее ароматом духов, модными нарядами, звуками шансона, изысканной кухней, дорогими винами и красивым языком, предназначенным, кажется, только для объяснений в любви.

Многих привлекает развитая сеть автомобильных и железных дорог, обеспечивающих доступность, безопасность посещения достопримечательностей. Париж – это перекресток международного сообщения. Он используется для пересадки в другие страны и континенты. Многие транзитные туристы пользуются возможностью познакомиться с некоторыми достопримечательностями столицы. Этот анализ показывает, что умелое сочетание природного ресурса и ресурса, созданного человеком, развитая инфраструктура вывели Францию на первое место по посещаемости.

Почему же Франция, имеющая такие мощные туристические ресурсы, по доходам от турбизнеса уступает некоторым странам? Парадоксальным образом некоторые

плюсы превращаются в минусы. Так, развитие сети автомобильных дорог и железнодорожных направлений приводит к удешевлению поездок. Национальное туристическое управление Парижского региона определило, что 83% туристов приезжают во Францию из стран Западной Европы. Денег они тратят меньше, чем американцы, китайцы или японцы. Они питаются, в основном, продуктами из супермаркетов, редко посещают дорогие кафе и рестораны. Жить они предпочитают в гостиницах от одной до трех звезд, которые предлагают клиентам минимум недорогих услуг. В последнее время появился новый вид туризма – «караванинг», т. е. дом на колесах, требующий минимальных затрат. Этот туризм обеспечивает мобильность, автономность и комфорт для тех, кто выбирает этот вид знакомства со страной. Специалисты подсчитали, что туристы из Европы проводят в Париже, самом дорогом городе Франции, примерно 2,7 ночей, а туристы из Америки и Азии – неделю. В среднем турист, приезжающий во Францию на неделю, тратит на поездку 640 евро, в Германию – 1 253, в Англию – 1 249 евро [3].

Государство стремится переломить эту ситуацию, разрабатывая новые программы, предусматривающие достижение высокого класса гостеприимства, проводятся рекламные кампании, приглашающие туристов внутрь страны. Развивается сельский туризм; речные круизы пользуются все большей популярностью, так как одновременно туристы знакомятся с гастрономическими особенностями регионов [3].

Утверждаются высокие стандарты обслуживания. Рестораны, отели, турфирмы получают марку качества, дающую приоритетное право на получение субсидий, заказов. Уделяется большое внимание подготовке специалистов для работы в туристической индустрии, которые знают национальные особенности туристов.

Так, чтобы сделать более привлекательным Париж для туристов и повысить их мотивированность для увеличения количества дней пребывания в городе, Парижская торгово-промышленная палата совместно с Региональным комитетом по туризму разрабатывает обучающие программы для тех, кто работает в туристическом бизнесе. Одна из программ называется «Do you speak tourist». Согласно этой программе нужно знать, что к англичанам надо обращаться по имени, немцы любят крепкое рукопожатие, с китайцами надо поздороваться на их языке, произнести 2–3 слова, если получится и улыбнуться. Есть еще полезная информация о языке жестов, мимики и телодвижений человека, – это то, что называется «боди лэнгвидж». Для деловых встреч, переговоров очень важно владеть искусством общения с людьми не только вербально. Психологи установили, что в процессе взаимодействия людей от 60 до 80% коммуникации осуществляются за счет невербальных средств выражения, и только 20–40% информации передается с помощью речи. Исследователи отмечают, например, что во время деловых разговоров американец держится на расстоянии 70 см от собеседника, пространство для общения японца составляет 25–35 см. Организаторы делового туризма подчеркивают значимость такой информации, так как Франция становится одним из лидеров делового туризма в Европе. Значительную роль в этом сыграл город Страсбург, который наряду с Брюсселем стал по сути столицей Европейского Союза. Международная ассоциация конгрессов и конференций подтвердила высокий рейтинг Франции в сегменте делового туризма. В 2014 г. Франция провела 214 больших международных конгрессов и встреч.

Для создания привлекательного образа Франции на мировом рынке путешествий государство создает специальные организации. Одной из таких организаций является Национальный туристический дом Франции (La maison de la France) [4]. Этот дом был создан в 1987 г. Офис его открыли в Москве в 2002 г. Эта организация с участием государства объединяет всех, кто заинтересован в продвижении туристических маршру-

тов Франции. Она отражает стремление к партнерству между государством, туристическим бизнесом и крупными отраслями экономики. Центральное бюро находится в Париже. Оно координирует работу 33 бюро в 27 странах. Во всех странах, где есть представительства, НТДФ осуществляет важные мероприятия: анализ рынков, проведение информационных кампаний, коммерческие продвижения, организация выставок, семинаров, работа с прессой. В 1998 г. создан Web-сайт, ставший официальным порталом по продвижению французского туризма. В гиде по сайту есть специальная рубрика «Молодежь», где размещена ценная информация о том, как попасть во Францию, где учить французский язык, где работать, питаться, жить и т. д. Вы вернетесь из увлекательного и насыщенного виртуального путешествия по Франции, познакомившись с ее главными достопримечательностями.

Кроме государственных учреждений, занимающихся туризмом, есть организации, обеспечивающие «особый» вид знакомства со страной людей, приезжающих по паломническим турам.

Несмотря на кажущуюся внешнюю схожесть паломничества с экскурсионным туризмом, внутренняя их суть весьма различна: экскурсионный туризм предполагает знакомство с достопримечательностями, бытом, культурой, гастрономическими пристрастиями, а паломничество – предварительную духовную работу «очищения души» перед посещением святыни [5].

По данным Всемирной туристической организации ООН, из почти 90 млн человек, ежегодно посещающих Францию, 20 млн совершают свои поездки по религиозным соображениям или находясь в духовных поисках.

Как сообщила глава ассоциации «Святые города Франции» Жералдин Балло на конференции епископата Франции, наши современники, каким бы ни было их отношение к религии, иногда нуждаются в том, чтобы сделать передышку в потреблении и вернуться к истокам бытия. Религиозная жизнь страны напрямую связана с ее историческим прошлым. Паломнические туры позволяют узнать и посмотреть на события, происходившие много столетий назад, по-новому [5].

Паломничество – одна из древних форм путешествий. Хождение людей к святым местам известно еще с глубокой древности. Люди покидали свои дома, свою обычную жизнь, семью, работу, чтобы приблизиться к богу. Это всегда личная встреча человека, которая происходит от имени религии, и одна из практик сообща идти к богу [6].

Центрами паломничества были храмы в Фивах, Апполона в Дельфах. У христиан паломничество началось с IV века в Палестину. В Средине века, наряду с Палестиной, паломники ходили в Константинополь, на гору Афон в Греции, католики посещали Рим и Лурд (во Франции).

В последние годы, как отмечает глава ассоциации «Святые города Франции», изменился национальный состав паломников, приезжающих из-за рубежа. Реже стали ездить британские паломники, но увеличилось число гостей из Германии, Индии, Китая, из стран бывшего СССР и из России.

Что же привлекает туристов и наших соотечественников во Францию именно по паломническим маршрутам? Все места, которые посещают паломники, связаны с разными событиями или персонами, которые таят в себе какую-то загадочность и святость. Именно к этим местам и устремляются путешественники, в том числе и наши соотечественники. Разработано множество маршрутов, главными из них являются 9 городов и селений: Лурд, Лезье, Шартр, Мон-Сен-Мишель, Рокамадур, Невер, Паре ле Мониаль, Париж.

Первым пунктом посещений может стать Лурд – главный центр паломничества. В середине XIX века в этом городке, затерянном в Пиренеях, произошло «явление Де-

вы Марии» четырнадцатилетней девочке Бернадетте. В гроте, где это случилось, по просьбе Девы Марии была поставлена ее скульптура, и вскоре начались «чудесные» исцеления людей. Святая вода из источника вселяет надежду даже неизлечимым больным. Недавно Лурд отметил 150-летие со дня официального признания католической церковью чудесных явлений Богородицы. Ежегодно в Лурд приезжает свыше 6 млн человек из 70 стран мира [7].

Одним из популярных мест является селение Скалетт, расположенное на высоте около двух тысяч метров над уровнем моря. Это место во французских Альпах, где в 1846 г. двум юным пастушкам явилась Пресвятая Дева. С тех пор это место почитания для многих верующих. В базилике невероятной красоты можно загадать желание. До 500 паломников посещают ежедневно это святое место.

Различные чудеса совершаются в городе Рокамадур (провинция Дордонь), где покоятся мощи Святого Амадура, и тоже происходят чудесные исцеления. Бургундское аббатство в городе Везле с мощами Марии Магдалины потрясает своим величественным храмом в честь этой святой. Ее считают покровительницей браков, хотя она никогда не была замужем. В Париже тоже есть собор в ее честь, где любят венчаться парижские аристократы.

Город Шартр известен своим великолепным собором и несравненными по красоте витражами. Для паломников это место, где хранится плащаница, или плат (платок) Пресвятой Богородицы. По преданию, именно в нем она была в ночь рождения младенца Христа.

Гора Святого Михаила (Мон-Сен-Мишель). Это аббатство снискало известность не только своими христианскими реликвиями, но и удивительной географической особенностью. Во время прилива это аббатство (монастырь и все селения вокруг него) превращаются на несколько часов в остров. В остальное время гости этого аббатства свободно, не замочив ног, добираются до этого удивительного создания природы и человеческого труда.

Затем можно отправиться в небольшой нормандский городок Лезье, где почитают Младенца Иисуса Христа, Святую Терезу и монахиню, посвятившую свою жизнь служению Господу. Решением Ватикана она была канонизирована в 1925 г. Святая Тереза, также жившая в Кармелитском монастыре в Лезье – одна из трех женщин, удостоенных Ватиканом титула «Учитель церкви».

Известная героиня Столетней войны Жанна д'Арк была сожжена инквизицией по обвинению в колдовстве, но была канонизирована Папой Бенедиктом XV в XX веке. Паломнический тур предусматривает посещение ее дома в деревне Домреми и романской базилики «Святое Сердце», куда приезжают люди помолиться о благополучном браке, о рождении и здоровье детей.

Одним из известных паломнических маршрутов Европы остается «Путь Святого Иакова» к городу Сантьяго-де-Компостелла на западе Испании, берущий свое начало во Франции. Ежегодно к мощам Святого Иакова приходят до 150–180 тыс. человек. Быт и устройство паломников обеспечивают благотворительные фонды и ассоциации обеих стран.

В Париже заканчиваются паломнические маршруты. Здесь тоже много святых мест. В Соборе Парижской Богоматери происходят молебны у Тернового венца Иисуса Христа. Эту святыню привез в Париж Людовик IX. На площади Согласия находится церковь Мадлен. Исторические документы, с которыми знакомят гостей, гласят, что в храме находятся мощи Святой Елены. Во время Французской революции церковь была разрушена, но мощи Святой Елены были спасены монахом, который хранил их у себя дома более 30 лет. Когда церковь была восстановлена, мощи снова обрели свое место в ней [8].

Как показывает анализ, паломничество становится одним из популярных маршрутов посещения Франции наряду с такими турами, как Париж, замки Луары, Лазурный берег. По прогнозам, которые делают социологи и экономисты, туристический бум ожидается к 2020 г., который Франция встретит во всеоружии и займет лидирующее положение по экономическому вкладу туризма как отрасли.

Библиографический список

1. Анטיפина О. А., Лобанова Н. Н. Почему Франция – самая посещаемая страна в мире? // Конкурентоспособность территорий : материалы XVII Всерос. форума молодых ученых с междунар. участием в рамках V Евразийского экономического форума молодежи (Екатеринбург, 21–22 апреля 2014 г.) : [в 10 ч.] Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2014. Ч. 9.
2. Все дороги ведут во Францию. URL : <http://www.tourprom.ru>.
3. Самые популярные страны для отдыха на сегодняшний день. URL : <http://www.infoniac.ru/news/Samyepopulyarnye-strany-dlya-otdyha-na-segodnyashnii-den.html>.
4. Национальный туристический дом Франции // Официальный портал туризма во Франции. URL : <http://ru.rendezvousenfrance.com>.
5. Паломничество в святые места Франции // Официальный портал туризма во Франции. URL : <http://ru.rendezvousenfrance.com>.
6. Святые места Франции // Официальный портал туризма во Франции. URL : <http://ru.rendezvousenfrance.com>.
7. История паломничества. URL : <http://www.tourstars.ru/stat/199.html>.
8. Интересные факты о паломничестве. URL : <http://xc-tour.ru/interesnyie-faktyi-o-palomnichestve.php>.

Н. В. Махинова

кандидат экономических наук, доцент кафедры сервисной экономики
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Методические подходы к формированию требований к подбору и оценке управленческого персонала медицинского учреждения

Аннотация. Учитывая отраслевые особенности медицины, автор рассматривает вопрос о сбалансированности компетентности медицинских работников и степени их ответственности. В статье представлены критерии отбора, которые формируют портфель требований к управленческому работнику медицинского учреждения (МУ) – его профессиональные компетенции, с течением времени изменяющиеся в зависимости от организационной структуры медицинского учреждения и возможностей роста. Особенность деятельности руководителя МУ заключается в сочетании удовлетворения интересов трудового коллектива и выполнения миссии учреждения, которая состоит в сохранении и укреплении здоровья населения, росте конкурентоспособности на рынке медицинских услуг, финансовой устойчивости медицинского учреждения. Рассмотрена система аналитических компетенций как инструмент управления медицинским персоналом, позволяющий напрямую связать организацию управления человеческими ресурсами с целями хозяйствующего субъекта посредством оценки профессионального потенциала персонала, анализа его соответствия профессиональных компетенций и индивидуальной результативности, мониторинга изменений.

Ключевые слова: управленческий персонал; критерии оценки деятельности; медицинское учреждение; анализ профессиональных компетенций; методические подходы к оценке деятельности персонала.

В деятельности каждого медицинского учреждения особое место отводится персоналу организации. Наличие определенной устойчивой структуры персонала гарантирует стабильность функционирования самого медицинского учреждения. Профессиональные знания, опыт, творческие и предпринимательские способности сотрудников, наряду с другими ресурсами, формируют имидж медицинской организации¹.

¹ Ендовицкий Д. А., Беленова Н. Н. Комплексный экономический анализ деятельности управленческого персонала. М. : КноРус, 2011.

Для процветания медицинского учреждения подход к персоналу как к ключевому стратегическому ресурсу означает признание необходимости инвестиций в их развитие. Насколько правильно подобрана и согласована в действиях команда руководителя медицинского учреждения, настолько продуктивно и бесконфликтно осуществляется управление медицинской, финансово-хозяйственной деятельностью организации.

В деятельности медицинского учреждения остро стоит вопрос о сбалансированности профессионализма, компетентности работника и степени ответственности в иерархии системы управления. Чем выше уровень медицинского учреждения, тем выше должны быть профессионализм и компетентность руководителя. Именно с учетом этого следует устанавливать базовые требования к руководителям, определяющие соответствующий образовательный уровень, общий стаж работы и опыт работы в руководящей должности.

Понятие «трудовые ресурсы» используется для характеристики трудоспособного населения в масштабах страны, региона, отрасли экономики или в рамках какой-либо профессиональной группы. В отечественной и зарубежной экономической литературе для определения управленческого персонала наиболее часто используются понятия «кадры» и «персонал». Так, под кадрами понимают всех работников учреждений, имеющих различия в квалификации и должностной принадлежности.

Управление персоналом подразумевает комплекс взаимосвязанных блоков, координацией действий внутри каждого из которых занят управленческий персонал, поэтому предметом управления персонала выступают собственно персонал и отношения работников в процессе хозяйственной деятельности с точки зрения наиболее полного и эффективного развития и использования их потенциала для достижения стратегических целей учреждений. В свою очередь, администрирование (точное ведение деловых бумаг и документальное оформление действий) и линейное руководство (направление деятельности кого-либо в соответствии с целями учреждения) – функциональные обязанности управленческого персонала.

К отличительным признакам управленческого персонала относятся: квалификация, наличие людей в подчинении, опыт работы в управленческой деятельности и необходимость принятия управленческих решений. Учреждению-работодателю при найме управленческого персонала необходимо учитывать ряд требований к социально-психологическим критериям человека (см. таблицу).

Требования к управленческому персоналу

Критерий оценки	Комментарий
Социально-психологический	Формирование атмосферы доверия и взаимовыручки, социального взаимодействия на рабочем месте
Психический	Способность концентрироваться, мимика, жестикуляция, манеры, речь, надежность, коммуникабельность, умение приспосабливаться, организаторские способности, способность к руководству, способность принимать решения в критической ситуации
Профессиональный	Образование, опыт работы, специальность, квалификация, компетентность
Целевой	Обеспечение достижения целей организации путем постановки адекватных задач персоналу
Правовой	Оформление договорно-правовых отношений
Физический	Выносливость, физиология высшей нервной деятельности личности, анатомо-физиологические особенности личности, задатки

Перечисленные критерии отбора формируют портфель требований к управленческому работнику – его профессиональные компетенции, которые с течением времени могут изменяться в зависимости от организационной структуры медицинского учреждения и возможностей ее роста.

Для того чтобы определить уровень возложенной на управленческий персонал ответственности, оценить производственную нагрузку, уровень компетенций, степень влияния сотрудника на результаты работы учреждения, необходимо проводить анализ эффективности деятельности управленческого персонала.

Таким образом, управленческий персонал как объект внутривозвратного экономического анализа представляет собой часть сотрудников учреждений, которым в силу профессиональных компетенций необходимо принимать управленческие решения (в рамках определенного центра ответственности), соответствующие корпоративной цели – максимизации благосостояния собственника.

В медицинском учреждении к управленческому персоналу относятся:

главный врач больницы;

заместитель главного врача по лечебной части;

заместитель главного врача по клинико-экспертной работе;

заместитель главного врача по административно-хозяйственной части;

заместитель главного врача по организационно-методической работе;

главная медицинская сестра;

главный бухгалтер; и др.

Управленческий персонал в процессе хозяйственной деятельности учреждения вступает в отношения с прочими категориями персонала. Особенность его функционирования – сочетание удовлетворения интересов трудового коллектива и выполнение миссии учреждения, которая состоит в сохранении и укреплении здоровья населения, росте конкурентоспособности на рынке медицинских услуг, финансовой устойчивости медицинского учреждения.

Анализ профессиональных компетенций позволяет сочетать разобщенные функции – подбор и отбор специалистов, развитие персонала, проведение оценки результатов работы, аттестацию персонала, закрепленные за различными структурными подразделениями учреждения, в едином комплексе оценки эффективности работы управленческого персонала.

Система аналитических компетенций как инструмент управления персоналом позволяет напрямую связать организацию управления человеческими ресурсами с целями хозяйствующего субъекта как в текущем периоде, так и в перспективе и обеспечивает согласованность функционирования всех структурных подразделений медицинского учреждения.

Система аналитических компетенций руководителя включает несколько этапов:

оценку профессионального потенциала персонала (структурно-динамический анализ);

анализ соответствия профессиональных компетенций персонала и индивидуальной результативности (анализ эффективности);

разработка программы развития знаний, умений, навыков и профессионально важных качеств (поиск внутривозвратных резервов);

мониторинг изменений (см. рисунок).

Анализ эффективности системы мотивационного воздействия необходимо сопровождать мониторингом удовлетворения потребностей управленческого персонала через оплату труда, достижение более высокого статуса и результатов деятельности.

Таким образом, оценивать результаты труда управленческого персонала необходимо с учетом способности оказывать непосредственное влияние на деятельность какого-либо структурного подразделения или учреждения в целом. При этом огромное значение имеет правильное определение количественных и качественных показателей, отражающих результаты трудовой деятельности персонала для достижения стратегических целей медицинского учреждения.



Этапы анализа профессиональных компетенций
руководящего персонала медицинского учреждения

Ю. Н. Огурцова

кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)

Проблемы развития российского туризма в современный период

Аннотация. В статье рассмотрены тенденции, имеющие место на рынке российского туризма с 2000 г. по наши дни; выявлены факторы, влияющие на туристические потоки на рынке въездного и выездного туризма. Приведен рейтинг России на международном уровне в туристической сфере; определены проблемы и перспективы развития российского туристического рынка.

Ключевые слова: туризм; туристический поток; рынок туризма; государственная поддержка туризма; въездной и выездной туризм.

Развитие российского туризма в XXI веке происходит под мощным воздействием целого ряда факторов, как внешних, так и внутренних. За последние 15 лет, с начала двухтысячных, туризм стал в России активно развивающейся отраслью.

Исследуя тенденции развития туризма в современной России, необходимо, прежде всего, выделить общемировые факторы: глобализация, информатизация, технологизация, геополитические и т. п. Наиболее заметно сказывается на развитии туризма фактор глобализации, под воздействием которой туристская деятельность принимает глобальные масштабы. Глобализация означает усиливающуюся взаимозависимость государств и отдельных регионов мирового сообщества, их постепенную интеграцию в общую систему с едиными для всех правилами и нормами экономического, политического и культурного поведения [10, с. 180]. С начала двухтысячных наблюдается активизация в сфере туризма во всем мире. Количество туристов по всему миру превысило все ожидания. В течение последних лет сфера туризма стала более гибкой.

Несмотря на нестабильность внешней среды, с 2000 по 2007 г. количество международных туристов, посетивших места отдыха по всему миру, в основном увеличилось [7, с. 11]. Та же ситуация наблюдалась и в России, где период с 2000 по 2007 г. ознаменовался активизацией всех видов туризма, причем в наибольшей степени увеличилось число зарубежных поездок. В табл. 1 показана динамика роста поездок по годам. Налицо устойчивый рост турпоездок россиян за рубеж.

Выезд российских граждан за границу с 2000 по 2007 г., тыс. поездок

Направление	2000	2003	2004	2005	2006	2007
Все страны	4 485	5 640	6 557	6 785	7 753	9 368
Страны дальнего зарубежья	4 252	4 615	5 791	6 405	7 132	9 039

Примечание. Составлено по: Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL : <http://www.russiatourism.ru>.

В процентах динамика показана на рис. 1. За исходное значение приняты показатели 2000 г.

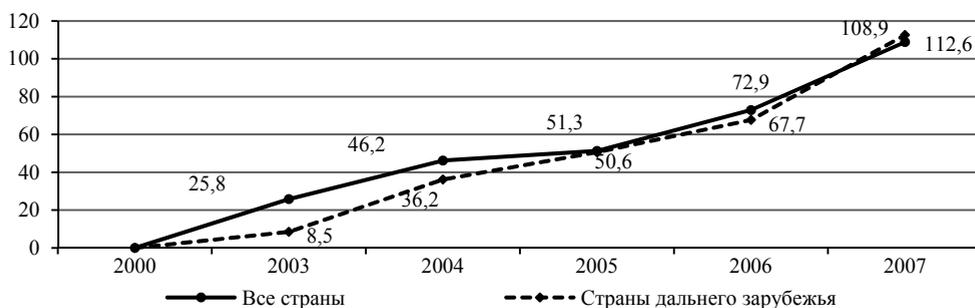


Рис. 1. Динамика роста показателя выезда туристов РФ за рубеж с 2000 по 2007 г., %¹

Как видим, с 2000 по 2007 г. рост зарубежных поездок россиян составил 108,9%, а в страны дальнего зарубежья – 112,6%. Вырос уровень доходов граждан, снизился уровень безработицы, появились перспективы в жизни. Россияне начали активно открывать для себя мир, путешествовать, осваивать ведущие мировые курорты и культурно-исторические центры.

В 2007 г. наблюдался наибольший рост зарубежных поездок, хотя именно этот год был предкризисным. Экономический кризис 2008 г. охватил большинство стран и поручил определение «мировой». Серьезные испытания претерпели практически все сферы экономики и, конечно, сфера туризма.

Индустрия туризма и путешествий – один из наиболее быстро растущих секторов мировой экономика и важный двигатель экономического развития. При этом индустрия туризма чрезвычайно чувствительна к экономическим и политическим потрясениям, и кризис 2008 г. не стал исключением.

Некоторые негативные последствия кризиса 2008 г. для сферы туризма отдельных стран Европы можно видеть в представленной ниже табл. 2.

Спрос на туристические услуги тесно связан с экономической ситуацией в конкретной стране. Отрицательные последствия мирового экономического кризиса 2008 г. сократили спрос на туристические поездки [9, с. 13].

В России негативные последствия кризиса 2008 г. для туризма были более значительными, чем в других странах. С наступлением кризиса рынок туруслуг в России рухнул на 20–30%. Больше всего (почти на 80%) просел корпоративный туризм, по-

¹ Составлено по: Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL : <http://www.russiatourism.ru>.

скольку обороты предприятий уменьшились быстрее платежеспособности населения. Следом сократился рынок выездного туризма. Горнолыжный спрос переместился с фешенебельных курортов Австрии на более скромные базы Восточной Европы и России. Ощутимо пострадал рынок массового выездного туризма, большая доля отечественных туркомпаний зарабатывала на нем. В кризис россияне обратились к дешевому неорганизованному туризму, а многие вообще вернулись на дачу [5].

Таблица 2

Изменение рынка туризма стран Европы в 2008 г. [6, с. 13]

Показатель		Франция	Германия	Италия	Великобритания	Испания
Количество туристов, млн человек	2008	79,6	25,0	43	30,5	58,9
	Изменение к 2007, %	-2,8	+2,6	-1,4	-1,1	-2,6
Общий доход от туризма, млн евро	2008	39,8	28,6	33,5	36,1	48,8
	Изменение к 2007, %	-6,3	+2,2	+1,2	+3,8	+0,8

В табл. 3 приведены данные по динамике выездного туризма россиян за последние 8 лет (за исходное значение приняты показатели 2007 г.).

Таблица 3

Сравнение показателей выезда туристов за рубеж в 2007–2014 гг.

Показатель	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Количество выездов за рубеж, тыс. чел.	9 368,9	11 313,7	9 542,1	11 402,7	13 239,4	13 785,1	16 352,5	13 801,1
Изменение последующего года к предыдущему, %	–	21,0	-15,7	31,0	16,0	4,0	18,6	-15,6
Изменение последующего года к исходному, %	–	21,0	1,9	21,7	41,3	47,1	74,5	51,7

Примечание. Составлено по: Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL : <http://www.russiatourism.ru>.

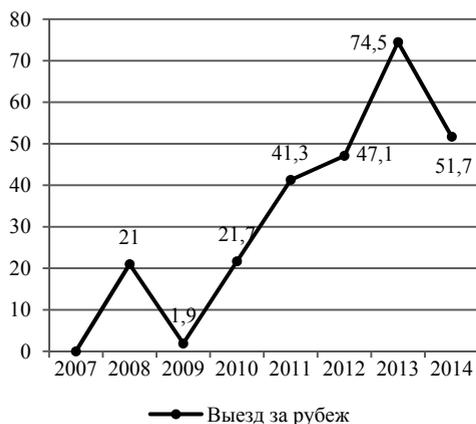


Рис. 2. Динамика показателя роста выезда туристов Российской Федерации в зарубежные страны с 2007 по 2014 г., %

Негативное влияние кризиса 2008 г. на выезд туристов из России в зарубежные страны продемонстрировано на рис. 2.

Как известно, мировой экономический кризис, в основном, разразился осенью 2008 г., в том числе в нашей стране. Судя по рисунку, активный рост числа зарубежных поездок россиян затронул частично и 2008 г., летний период которого многие граждане нашей страны еще успели провести за границей. Затем, как видно на представленном рисунке, произошло значительное падение спроса на зарубежные поездки. Вновь упал, как в 1990-е годы, уровень доходов населения и, соответственно, уровень платежеспособности.

Уже с 2010 г. в России начал расти спрос на туристические услуги, и в начале

лета 2010 г. отечественный туристический рынок вырос на 20% по сравнению с сезоном 2009 г. Довольно быстро восстановились все сегменты, но динамичнее всего – выездной туризм. Наблюдается бум на рынке пляжного отдыха, спрос на который

вырос на 50%. А продажи самых популярных для россиян направлений – Турция, Черногория, Болгария, Кипр – увеличились на 100%.

Оживился и резко снизившийся во время кризиса спрос на дальние поездки, на экзотические острова – на Кубу, в Доминиканскую Республику, на Бали, Маврикий. Спрос на услуги внутреннего туризма по сравнению с 2008 г. тоже увеличился на 1,5%. В целом по ключевым показателям (таким, как динамика и емкость) российский рынок туризма в 2010 г. приблизился к уровню начала 2008 г. [5]. Затем год за годом спрос на услуги туризма все увеличивался. Например, с 2010 по 2013 г. число зарубежных поездок россиян выросло по сравнению с сокращением в 2008–2009 гг. и даже по сравнению с благополучным 2007 г. более чем на 70%.

Можно отметить, что вновь предкризисный, 2013-й, год оказался самым насыщенным по спросу на туристские услуги и самым массовым по выезду россиян за границу.

2014-й год ознаменовался очередным экономическим кризисом. Правда, в этот раз он не именуется «мировым» официально, но, по сути, является таковым: во многих странах мира наблюдается экономическая и политическая нестабильность. В нашей стране явления кризиса связаны, прежде всего, с резким падением курса рубля по отношению к доллару и евро – в 1,5–2 раза. Эти процессы самым негативным образом отразились на индустрии туризма.

Но необходимо отметить, что отрицательные явления произошли в самой сфере туризма еще до осеннего падения курса рубля. Речь идет о разорении и прекращении деятельности нескольких крупных российских туроператоров в самый разгар курортного сезона, что принесло немало неудобств, проблем, денежных потерь десяткам тысяч российских туристов.

Данные по выездному туризму по итогам 2014 г. можно видеть в табл. 4.

Общее количество посетивших зарубежье российских граждан за 2014 г. снизилось на 15%, а на некоторые направления – на 30% и более.

По многим массовым направлениям произошло заметное снижение спроса: Китай – на 28%; Мальта – на 23; Греция, Тунис, Чехия, Хорватия, Австрия, Словакия – 13–20%. По падению спроса лидирует Финляндия – на 58%. В качестве причин, помимо падения рубля, сказались и рост популярности самостоятельного туризма.

По росту турпотока лидируют Турция (на 7%) и Египет (на 34%). Данные направления являются малобюджетными и доступными. Из других набравших популярность стран можно отметить Венгрию, которую по путевкам посетили на 54% больше россиян, и Румынию – количество посещений этой страны с целью туризма выросло на 159%.

Как было указано выше, ситуацию в туризме усугубило резкое падение курса рубля. При этом следует отметить, что не весь 2014 г. был для туристической индустрии кризисным, поскольку проблемы в туристической отрасли начались в середине года, а изменение курса основных иностранных валют – уже ближе к концу года.

Таблица 4

**Изменение численности
российских граждан,
выехавших за рубеж в 2014 г., %**

Страны	Изменение показателя 2014 г. по сравнению с 2013 г. (+/-)
Австрия	-16
Греция	-14
Венгрия	+54
Египет	+34
Израиль	-6
Испания	-3
Кипр	-5
Китай	-28
Мальта	-23
ОАЭ	-9
Румыния	+159
Словакия	-20
Таиланд	-10
Тунис	-14
Турция	+7
Финляндия	-58
Франция	-4
Хорватия	-14
Чехия	-13

Примечание. Составлено по: Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской Федерации. URL : <http://www.russia-tourism.ru>.

В связи с резким удорожанием зарубежных поездок для удовлетворения потребностей российских граждан в организованном отдыхе, а также в привлечении финансовых потоков от туристической деятельности в российские регионы необходимо усилить деятельность по развитию внутреннего и въездного туризма. Несмотря на активное развитие индустрии туризма в России, рано ставить нашу страну в этом смысле в один ряд с развитыми странами мира. Имея колоссальный туристический потенциал, Россия занимает пока скромное место на рынке туристических услуг. По данным Всемирного экономического форума (WEF), в 2010 г. Россия занимала 59-е место среди 133 стран по конкурентоспособности туристического сектора экономики. Первые пять мест в рейтинге занимали Швейцария, Австрия, Германия, Франция и Канада.

У России в этом рейтинге:

5-е место из 133 стран – по «наличию природных туристских ресурсов мирового значения»;

9-е место – по «культурным туристским ресурсам мирового значения»;

127-е место – по показателю «приоритета сектора туризма для государства» (одно из последних мест);

83-е место – по «государственным расходам на туризм» [1, с. 7].

Хотя туристские ресурсы и возможности России оцениваются очень высоко, но по многим инфраструктурным показателям Россия занимает одно из последних мест. Среди основных причин такого положения следует выделить состояние и уровень развития туристской инфраструктуры.

Созданная в 1960–1980-е годы материально-техническая база размещения туристов и инфраструктурный сектор в 1990-е годы во многом морально и физически устарели, частично разрушились или поменяли свои функции. Новая волна развития носила точечный характер и происходила в регионах-донорах российского бюджета или в рамках проектов, представляющих несомненный инвестиционный интерес. В целом обеспеченность материальной базы туризма в России остается пока одной из самых низких среди развитых стран и тем более среди стран с ярко выраженной туристской ориентацией.

Отсутствие должного разнообразия организационных форм охраны и использования объектов культурного наследия также можно отнести к числу сдерживающих факторов развития туризма [8].

К негативным факторам отнесена низкая ценовая конкурентоспособность, проблемы с доступностью человеческих ресурсов, слабая эффективность туристской политики, а среда регулирования сектора путешествий и туризма охарактеризована как неблагоприятная [8].

Сильными сторонами России в сфере туризма были названы богатые рекреационные ресурсы. Отмечено, что в последние годы улучшена инфраструктура воздушного транспорта, но инфраструктура наземного транспорта осталась неудовлетворительной.

Россия, обладающая большими возможностями для развития туризма, в настоящее время не получает и десятой доли того, что могла бы получать при надлежащей организации и наличии необходимой материальной базы. Всего 0,001% составляет вклад сферы туризма в валовой национальный продукт (ВНП) России, что свидетельствует о невысоком уровне развития туризма, а также является показателем невнимания государства к этой сфере деятельности [2, с. 7]. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. (Концепция-2020) туризм не выделен как стратегическое направление развития страны [3, с. 56].

Несмотря на подобное отношение правительства к туризму, туристский рынок России растет быстрее, чем экономика страны в целом. Это говорит о том, что российский туризм обладает высоким потенциалом для повышения своего вклада в повышение экономического роста, занятости населения и др. [2, с. 8].

По данным Ростуризма, в Единый федеральный реестр туроператоров на 1 апреля 2015 г. включено 3 860 компаний.

На рынке туруслуг России на сегодняшний день действует от 20 до 30 тыс. турагентств [6]. Это свидетельствует о том, что туризм является очень привлекательным и прибыльным видом бизнеса.

Ряд нормативно-правовых актов способствует эффективному развитию туристической индустрии России, общее количество таких действующих актов – более 230.

В разных регионах России создано 113 туристско-информационных центров и Центров развития туризма. Их задачи – продвижение въездного и внутреннего туризма, формирование комфортной информационной среды: информация об интересных местах и достопримечательностях, об экскурсиях и турах по региону, сведения по вопросам проживания, питания и транспорта. На официальном сайте Федерального агентства по туризму создан Реестр туристско-информационных центров РФ.

В России во всех сферах туристической деятельности, как на уровне государственных структур, так и в области турбизнеса, ведется поиск новых форм работы, расширяется сфера предложения и углубляется его специализация [4].

При последовательной поддержке со стороны государства, грамотном поведении туркомпаний при условии использования ими всех факторов, влияющих на повышение устойчивости фирм, можно прогнозировать дальнейшее повышение спроса на туруслуги, расширение спектра турпредложений, развитие всей отрасли, что позволит преодолеть отставание РФ от развитых туристических стран. По оценкам экспертов Всемирной туристской организации, к 2020 г. Россия станет одной из самых посещаемых стран мира.

Библиографический список

1. Барзыкин Ю. А. Актуальные проблемы и основные направления развития туристской индустрии в России // Вестник Национальной академии туризма. 2010. № 2.
2. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме : учеб. пособие. М. : Изд. центр «Академия», 2007.
3. Богданов И. Я. Экономическая безопасность России: теория и практика. М. : ИНФРА, 2010.
4. В России начал расти спрос на туристические услуги // Информационное интернет-издание «Эксперт-online». URL : <http://expert.ru>.
5. В России создадут реестр турагентств // Интернет-портал независимого информационного агентства «Интерфакс». URL : <http://www.interfax.ru>.
6. Воробьев В. И. Туризм на пути в лучший мир // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009. № 5.
7. Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2007.
8. Морозова Н. С. Теория и методология формирования и развития конкуренции в туризме // Учебный портал «Do.gendocs.ru». URL : <http://do.gendocs.ru>.
9. Скобкин С. С. Стратегии развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие. М. : Магистр; ИНФРА-М, 2014.
10. Щеглов С. Е. Динамика и тенденции развития туризма в России // Социальная политика и социология. 2004. № 2.

А. А. Ошкоргина*кандидат экономических наук, доцент кафедры сервисной экономики
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Особенности оценки эффективности социально ориентированных услуг здравоохранения в сервисной экономике

Аннотация. Целью статьи является обзор источников и выявление особенностей применения отечественных и международных инструментов оценки эффективности системы здравоохранения в современных социально-экономических условиях развития сервисной экономики в России. Оценка результативности и эффективности здравоохранения произведена с помощью данных официальной статистики, что позволяет оценить основные показатели состояния и развития отрасли на уровне Российской Федерации в целом, отдельных регионов, муниципальных образований и конкретных лечебно-профилактических учреждений.

Ключевые слова: услуги здравоохранения, экономический эффект; социальная и экономическая эффективность; результативность; затраты; ущерб; качество и доступность медицинской помощи.

К первым попыткам определения экономического ущерба от заболеваемости относятся исследования конца XIX столетия В. В. Фавра, определившего расходы на лечение больных малярией и экономический ущерб от потери рабочего времени вследствие болезни.

Значительный вклад в развитие теории и практики решения экономических проблем в области здравоохранения внесли первые организаторы и теоретики в области здравоохранения Н. А. Семашко, З. П. Соловьев, М. Ф. Владимирский, С. А. Томилин и др. Так, С. А. Томилин является «отцом» современной экономики здравоохранения, им сформулированы ее основные положения, введено понятие «народно-хозяйственная ценность человеческой жизни».

Возрождая и развивая основные понятия и направления оценки социально-экономической эффективности услуг здравоохранения, исследователи отмечают, что получение экономического эффекта не является определяющим критерием, так как здравоохранение и медицинская наука представляют собой специфическую отрасль народного хозяйства [1–3; 6–9; 11].

Попытки найти экономическую эффективность здравоохранения не должны быть самоцелью, прежде всего, потому, что результаты осуществляемых мероприятий или программ могут проявиться не сразу, и, во-вторых, потому, что высшим критерием эффективности в здравоохранении является социальный результат, характеризующий степень удовлетворения потребности в здоровье [4; 5; 10; 11]. Другими словами, экономические результаты затрат должны рассматриваться лишь как дополнительные к основным социальным результатам (Г. А. Попов, 1976).

Социальный эффект здравоохранения, по своему содержанию, очень близок к медицинскому эффекту. Вместе с тем их следует условно разграничивать: если медицинский эффект измеряется результатом непосредственного медицинского вмешательства, то социальный эффект – такими показателями, как продолжительность жизни, демографические сдвиги (рождаемость, смертность, естественный прирост населения и т. д.). Понятно, что социальный эффект здравоохранения связан с удовлетворением потребности населения в здоровье и одновременно зависит от изменения многих социально-экономических факторов.

Кроме того, рассматривая результаты деятельности здравоохранения с позиций медицинской, социальной и экономической эффективности, зачастую не представляется возможным провести четкую грань между ними. Как правило, возможно лишь условное разделение указанных позиций при различной степени их приоритетности.

Определить экономический эффект здравоохранения – значит найти количественные показатели взаимосвязи между экономическим развитием страны и здоровьем людей.

В настоящее время разработан ряд методик определения экономической эффективности мероприятий здравоохранения:

расчет экономического эффекта от уменьшения и снижения заболеваний;
расчет экономического эффекта от сокращения временной нетрудоспособности;
расчет экономического эффекта от снижения инвалидности и преждевременной смертности;

оценка экономического эффекта от сохранения жизни;

расчет экономической эффективности затрат на проведение лечебных и оздоровительных мероприятий;

расчет экономических потерь от простоя коек;

расчет условной экономии бюджетных средств в результате сокращения сроков лечения; и др.

Вместе с тем методики расчета экономической эффективности от снижения заболеваемости и смертности при всем разнообразии формул и способов расчета сводятся к произведению сбереженных дней нетрудоспособности на величину чистого продукта, производимого работником в день; к нему приплюсовываются сбереженная сумма выплат по социальному страхованию и сумма экономии затрат на лечение. Изменение способов расчета этих слагаемых не имеет принципиального значения. Основной результат деятельности здравоохранения оценивается по предотвращенному ущербу производства национального дохода вследствие сокращения заболеваемости или смертности.

Необходимо учитывать и тот факт, что без оценки результатов медицинского и социального эффекта не может быть определена экономическая эффективность.

По мнению А. И. Вялкова, под медицинским эффектом следует понимать степень (эффект) достижения поставленных задач в области профилактики, диагностики и лечения заболеваний с учетом критериев качества, адекватности и результативности. Величина медицинского эффекта может быть определена путем сравнения продолжительности лечения больного, например в специализированном стационаре с высокой степенью интенсивности лечения и неспециализированном отделении с включением в первом и во втором случае времени последующего лечения амбулаторно и на дому до выздоровления и восстановления трудоспособности.

За единицу измерения социального ущерба (по методике А. И. Вялкова) принимается частота возникновения отрицательных сдвигов в состоянии здоровья, характеризующих, с одной стороны, наличие болезненных состояний (степень пораженности заболеванием), а с другой – степень тяжести болезни и ее исход. Социальный эффект будет проявляться в улучшении показателей уровня здоровья в результате проводимых медицинских и социальных мероприятий, обеспечивающих профилактику и лечение заболеваний и продление активного долголетия.

При определении экономических потерь от инвалидности, а также при определении экономического эффекта от снижения инвалидности в представленной А. И. Вялковым методике учитывается сумма предотвращенных экономических потерь. На наш взгляд, данную методику можно использовать в целях сопоставительного анализа и других равноценных показателей: качественной диагностики, сроков госпитализации, исхода лечения и т. д. Вместе с тем данная методика определения качества медицинского, социального и экономического эффектов не отражает комплексный подход к определению результативности лечебно-диагностического и реабилитационного процесса, касающегося детей с ортопедической патологией.

Как считают Л. Ф. Молчанова и Е. А. Кадурина (Ижевская государственная медицинская академия), социально-экономическая эффективность может выражаться в сумме предотвращенного экономического ущерба, который включает выплаты по больничным листам и стоимость недоданной продукции работником.

По мнению В. В. Шевченко, В. В. Улатова и А. С. Ямщикова, одним из основных результатов экономического эффекта проведенных мероприятий внутри отрасли является снижение средней длительности пребывания больного в стационаре.

В Оренбургской области применена методика, разработанная А. К. Екимовым и Н. Ю. Перепелкиной, определения прямых затрат лечебно-профилактических учреждений и косвенных потерь общества, связанных с болезнями мочевой системы у детей. Данная методика отличается универсальностью и может использоваться в любом медицинском учреждении. При оценке экономических потерь, которые несет общество по причине болезней органов мочевой системы у детей, учитывались следующие исходные данные:

- средняя длительность лечения одного больного (поликлинике и стационаре);
- доля детей, родственникам которых выдавался больничный лист по уходу (в поликлинике и стационаре);
- средняя длительность пребывания на больничном листе (в поликлинике и стационаре).

Н. Ю. Перепелкиной и С. Б. Чолоян (Муниципальная детская городская клиническая больница, Оренбург) предложена экономическая оценка заболеваемости и ее последствий на популяционном уровне, которая включает в себя как размер среднегодового ущерба, вызванного временной нетрудоспособностью взрослого, так и определение экономического ущерба, связанного с последующей инвалидностью ребенка. В результате представленных расчетов установлена величина всех компонентов экономического ущерба, принесенного Оренбургу одним «стандартным» случаем нефрологического заболевания ребенка и его последствиями.

Таким образом, разработан ряд методических подходов к определению суммарного ущерба, нанесенного всеми случаями детской нефрологической заболеваемости и ее последствиями (временной нетрудоспособности взрослого, осуществляющего уход; инвалидностью и смертностью детей вследствие нефрологических болезней). Алгоритм представленной методики предполагается использовать при расчете нанесенного экономического ущерба вследствие детских ортопедических патологий.

Профессором Ф. Н. Кадыровым в 2004 г. разработана и опубликована методика оценки экономической эффективности мероприятий по снижению уровня госпитализации. К числу мероприятий, направленных на снижение госпитализации, могут относиться как лечебно-профилактические мероприятия, в том числе и реабилитационные, так и организационные. Для оценки экономического эффекта, достигаемого за счет снижения уровня госпитализации, могут применяться различные подходы, различающиеся в зависимости от целей исследования.

Под снижением госпитализации могут пониматься следующие показатели рационального использования коечного фонда: снижение количества госпитализаций; снижение количества проведенных в стационаре койко-дней. Данную методику можно использовать при сравнительном анализе результатов госпитализации двумя альтернативными методами лечебно-диагностических мероприятий. Вместе с тем для оценки показателей экономической эффективности необходимо сопоставить полученные результаты с затратами на осуществление мер по снижению показателей госпитализаций как медицинского, так и организационно-экономического характера.

Методические подходы к определению экономического ущерба населения Российской Федерации от потерь здоровья, разработанные Б. Б. Прохоровым и Д. И. Шма-

ковым, отражают определение стоимости статистической жизни в Российской Федерации, на основе которой рассчитывается экономический ущерб от потерь здоровья населения на общегосударственном уровне.

Таким образом, проведенные исследования свидетельствуют о широком диапазоне денежной оценки человеческой жизни в России и за рубежом и зависят от методики расчета и уровня социально-экономического развития страны. Так, американские ученые, определяя экономический ущерб здоровью населения от аварии на Чернобыльской АЭС, оценили стоимость жизни в 1,5–3,0 млн дол., их коллеги из ФРГ – в 0,5–1,0 млн дол., а специалисты Московского института проблем безопасности развития атомной энергии РАН – в 0,09–0,19 млн дол.

По А. В. Кондрашову, статистическая жизнь человека в России обходится примерно в 370 тыс. дол. По оценке А. А. Афанасьева, стоимость статистической жизни в Российской Федерации в начале двухтысячных годов выражалась 400–530 тыс. дол., таких же значений придерживаются Б. Б. Прохоров и Д. И. Шмаков, исходя из очерченного ими перечня затрат, учитываемых при оценке экономического ущерба от потерь здоровья населения.

При определении количественных оценок стоимости (цены) человеческой жизни разработано несколько методических подходов (В. П. Корчагин, В. Л. Нарожная). Эти методы, в основном, отражают расчет экономических потерь стоимости человеческой жизни вследствие чрезвычайных ситуаций, не учитывая стоимости жизни человека с врожденной патологией.

С. А. Мартынчиком предложена методика оценки здоровья и эффективности медицинской помощи на примере добровольного страхования. В целях повышения эффективности деятельности медицинских учреждений разработаны методы экспертной оценки уровня здоровья граждан, оценки объема страхового риска, оценки эффективности и качества медицинской помощи. Представленная автором методика содержит алгоритм интегральной оценки уровня здоровья и определяется как сумма оценок по каждой диагностической категории, умноженных на удельный вес соответствующего профиля патологии. Предложенная оценка служит основой построения ранжированных оценок всего контингента обследованных. Данная методика позволяет определить уровень здоровья населения с учетом не только основного заболевания, но и с учетом сочетанной и сопутствующей патологии. Представленная методика, на наш взгляд, имеет существенный недостаток – она отражает только относительные величины интегральной оценки уровня здоровья населения без их увязки с абсолютными значениями данного показателя, выражающимися в денежном выражении, без чего невозможен расчет экономического ущерба или эффекта от тех или иных внедряемых медицинских технологий и новых методов лечебно-диагностического процесса.

На разных стадиях макро- и микроэкономического планирования здравоохранения возможны разные подходы к оптимизации его деятельности. Так, на макроэкономическом уровне в условиях ограниченных ресурсов С. И. Савашинским предложен подход, при котором в качестве основного критерия оптимальной деятельности лечебно-профилактических учреждений, выражаемого целевой функцией, является минимум расходуемых ресурсов. Предложенный подход, по нашему мнению, успешно реализуется в настоящее время на микроэкономическом уровне (уровне медицинских учреждений). Однако он не отражает приоритетной в здравоохранении медико-социальной эффективности деятельности лечебно-профилактических учреждений на региональном и муниципальном уровнях.

Таким образом, сложившаяся демографическая ситуация в России и декларируемое правительством намерение сделать главным приоритетом внутренней политики социальные преобразования в обществе требуют пристального внимания к проблемам

определения стоимости жизнеобеспечения людей и обязательного учета «цены груза болезней» при разработке различных медико-профилактических, реабилитационных и иных социальных программ федерального и регионального уровня. Кроме того, необходимо учитывать пролонгацию экономических эффектов в здравоохранении.

Библиографический список

1. *Бойцов С. А., Кривonos О. В., Ощепкова Е. В., Дмитриев В. А., Довгалевский П. Я., Гриднев В. И., Мясников А. О.* Оценка эффективности реализации мероприятий, направленных на снижение смертности от сосудистых заболеваний, по данным мониторинга Минздравсоцразвития России и регистра ОКС. Часть 2 // Менеджер здравоохранения. 2010. № 6.
2. *Галкин В. В.* Медицинский бизнес : учеб. пособие. М. : КноРус, 2010.
3. *Галкин В. В.* Медицинский бизнес: учеб. пособие для студентов. М. : КноРус, 2012.
4. *Здоровье и системы здравоохранения* : материалы доклада ВОЗ о состоянии здравоохранения в Европе – 2009 г. // Менеджер здравоохранения. 2010. № 10.
5. *Обухова О. В.* Международные статистические инструменты в оценке эффективности отечественной системы здравоохранения // Социальные аспекты здоровья населения : электрон. науч. журнал. 2012. № 2(24).
6. *Основы экономики здравоохранения*: учеб. пособие / [Н. И. Вишняков, В. А. Миняев, Н. Г. Петрова и др.]; под ред. Н. И. Вишнякова. 2-е изд., доп. и перераб. М. : МЕДпресс-информ, 2012.
7. *Стародубов В. И., Сон И. М., Леонов С. А., Стерликов С. А.* Оценка эффективности деятельности региональных систем здравоохранения // Менеджер здравоохранения. 2010. № 3.
8. *Стародубов В. И., Флек В. О., Сон И. М., Леонов С. А., Титова И. А., Матвеев Э. Н. Мирсков Ю. А.* Дифференцированные нормативы объемов медицинской помощи в разрезе субъектов РФ // Менеджер здравоохранения. 2011. № 4.
9. *Сунгатов Р. Ш.* Роль современных управленческих технологий в повышении социально-экономической эффективности системы здравоохранения // Российское предпринимательство. 2008. Т. 12, № 2(125).
10. *Томская А. Г., Гаврилова С. В., Иванова-Щвец Л. Н.* Нормирование и оплата труда : учеб.-метод. комплекс М. : [ЕАОИ], 2011.
11. *Туренко Т. А.* Методические подходы к оценке результативности и эффективности здравоохранения на основе данных официальной статистики // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2013. № 4.

Экономическая теория, теоретическая экономика

А. Л. Анисимов

*кандидат экономических наук, доцент кафедры публичного права
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

К вопросу о неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях

Аннотация. В статье рассмотрена возможность применения термина «механизм» для характеристики социальных и производственных процессов в их взаимодействии, а также с учетом возможности и необходимости получения положительного эффекта при использовании экономических ресурсов. В экономической литературе под механизмом понимается совокупность процессов, организационных структур, конкретных форм и методов управления, правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процессы воспроизводства. Кроме того, понятие «механизм» является одной из категорий управления, включающей в себя ряд элементов: субъект и объект управления, цель, критерии и факторы управления, их связи, методы воздействия на данные факторы и ресурсы управления – материальные и финансовые средства, социальный и организационный потенциал, при использовании которых реализуется избранный метод управления, обеспечивается решение соответствующих задач и достижение поставленной цели.

Ключевые слова: механизм; процесс; элемент; инструмент; функция; система.

Использование технического термина «механизм» в экономике вызвано потребностью описания социальных и производственных процессов при их осуществлении и взаимодействии. В данной аналогии важной является возможность получения положительного эффекта при использовании экономических ресурсов. Технические устройства, получившие распространение в механике (например, «рычаг»), в экономической науке образовали группу так называемых инструментов (экономических инструментов), которые входят в состав механизма [5].

В научных трудах термин «механизм» стал достаточно широко использоваться со второй половины 1960-х годов [14]. В качестве важнейших структурных элементов этого понятия выделялись [1]:

- 1) формы организации общественного производства (разделение труда, специализация производства, его размещение и др., с помощью которых можно влиять на развитие производительных сил и обеспечить рост эффективности их использования);
- 2) формы хозяйственных связей, благодаря которым осуществляется взаимодействие в экономике;
- 3) структура, формы, методы планирования и регулирования;
- 4) совокупность экономических и иных стимулов влияния на производство и участников хозяйственной деятельности.

Приведенная выше формулировка обладает расширенными признаками. Следуя ей, в понятие механизма можно включить любой экономический или организационный процесс в системе общественного производства.

В современных экономических исследованиях используются такие понятия, как «финансовый механизм», «механизм управления», «хозяйственный механизм», «механизм социально-экономического развития». При этом в одних случаях под механизмом понимают совокупность состояний системы, например: «финансовый механизм» – совокупность состояний финансовой системы; «механизм социально-

экономического развития» – совокупность социально-экономических состояний хозяйственной системы, в других – главный элемент развития [11].

Существуют и иные взгляды на содержание понятия «механизм». Например, «хозяйственный механизм» представляет собой систему взаимосвязанных, взаимообусловленных форм и методов управления общественным производством и его структурными составными частями. При этом считается, что, с одной стороны, механизм выступает как специфическая объективная форма проявления производственных отношений (планирование, нормативы, стандарты, цена, прибыль, себестоимость), а с другой – используется на практике как метод хозяйствования [15].

Некоторые авторы представляют хозяйственный механизм как «способ функционирования хозяйственной системы, в основе которого лежит определенная совокупность производственных отношений» [2]. При этом речь может идти как о механизме государственного хозяйства в целом, так и о хозяйственном механизме субъектов предпринимательской деятельности в частности.

В современной экономической литературе под механизмом также понимается «совокупность процессов, организационных структур, конкретных форм и методов управления, а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процесс воспроизводства» [9]. Следуя данной логике, ряд ученых представляет экономический механизм как «совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, их регулирование» [10], а например, финансовый механизм понимается как «элемент хозяйственного механизма, совокупность финансовых инструментов, рычагов и способов регулирования экономических процессов» [12]. В данном случае интересно проанализировать применение заимствованного из механики понятия «рычаг». Так, к «финансовым рычагам» некоторые авторы относят факторы, не всегда связанные логически, а именно: «прибыль, доходы, амортизационные отчисления, экономические фонды целевого назначения, финансовые санкции, арендную плату, процентные ставки по кредитам, депозитам, облигациям» [13].

В целом ряде источников определения экономического механизма и всего хозяйственного механизма даются без должной опоры на необходимый понятийный аппарат. Так, в источниках [4; 9; 18] отсутствует однозначное толкование сущности «экономического механизма», в его понятие вложено разное сочетание объектных и субъектных факторов развития производительных сил и производственных отношений. При этом в административно-плановой системе экономическому механизму отводились исполнительские хозяйственные функции, в результате чего его классифицировали как «совокупность форм социалистического расширенного воспроизводства», как «выражение взаимодействия людей, организованных в предприятия, ведомства», как «совокупность взаимосвязанных рычагов и методов планового воздействия на производство, обмен, распределение и потребление продуктов» [6].

В современных научных исследованиях экономический механизм рассматривается как рыночный, сочетающий саморегулирование деятельности хозяйствующих субъектов наряду с обязательными регулирующими функциями государства [7]. Некоторые авторы пишут об экономическом механизме в том случае, когда некое исходное экономическое явление влечет за собой ряд других, причем для их возникновения не требуется дополнительного импульса – они (экономические явления) следуют одно за другим в определенной последовательности и ведут к неким очевидным результатам [16]. Ведущие ученые определяют экономический механизм не простым набором экономических рычагов и инструментов, а как их систему, т. е. взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание конкретных экономических регуляторов [17].

Как известно, Нобелевская премия по экономике 2007 г. вручена Л. Гурвицу, Р. Майерсону и Э. Маскину за «основополагающий вклад в теорию экономических механизмов». Согласно их представлениям самое общее определение, которое можно применить к любому взаимодействию между экономическими субъектами, рассматривает такое взаимодействие, как стратегическая игра, и называет механизмом саму форму игры.

Более строгая формулировка, предложенная Л. Гурвицем, определяет механизм как «взаимодействие между субъектами и центром, состоящее из последовательности стадий: каждый субъект в частном порядке посылает центру сообщение, центр, получив все сообщения, вычисляет предполагаемый результат, после чего, при необходимости, претворяет его в жизнь» [3].

Экономическая деятельность, со всеми взаимосвязями и взаимодействиями, представляет собой определенную последовательность процессов в организации. Описание последовательности процессов, составляющих деятельность организации – сложная организационно-техническая задача, для решения которой требуются специальные средства описания и анализа. В середине 1970-х годов при реализации комплексных проектов по заказам ВВС США была предложена и реализована программа комплексной компьютерной поддержки производства (ICAM – Integrated Computer-Aided Manufacturing), в рамках которой применялась методология структурного анализа систем [7]. В процессе практической реализации участники программы ICAM столкнулись с необходимостью разработки новых методов анализа процессов взаимодействия в промышленных системах, которые должны были обеспечить групповую работу над созданием модели с непосредственным участием всех специалистов, занятых в проекте. Позже на базе этого подхода была разработана методология функционального моделирования IDEF0, которая в 1993 г. была принята в качестве федерального стандарта США. В документах, посвященных толкованию процессного подхода, предлагаются различные варианты определения процессов [7].

По методологии IDEF0 процесс представляется в виде функционального блока, который преобразует входы в выходы при наличии необходимых механизмов (ресурсов) в управляемых условиях [7]. Таким образом, механизм рассматривается как ресурсное обеспечение процесса, его вещественная часть, как составляющий элемент процесса (рис. 1) и включает в себя совокупность взаимосвязанных элементов, настроенных на выполнение функции процесса.

Рассмотрение вопроса по существу показало, что понятие «механизм» с позиций процессного подхода является достаточно точным и адекватным в отношении реальной экономической системы, наиболее предпочтительным для научных исследований и решения задач моделирования экономических процессов.

Следует еще раз подчеркнуть, что понятие «механизм» является достаточно сложной категорией, включающей в себя ряд элементов: субъект и объект управления, цель управления, критерии управления, а также факторы управления и их связи, на которые осуществляется воздействие в интересах достижения поставленных целей; методы воздействия на данные факторы и ресурсы управления – материальные и финансовые средства, социальный и организационный потенциал, при использовании которых реализуется избранный метод управления и обеспечивается достижение поставленной цели. Вышеизложенное можно представить следующим образом:

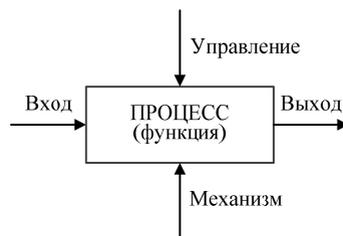


Рис. 1. Механизм как составляющий элемент процесса [6]

МЕХАНИЗМ = $f(\text{СУ}, \text{ОУ}, \text{ЦУ}, \text{КУ}, \text{ФУ}, \text{МУ}, \text{РУ})$,

где СУ – субъект управления; ОУ – объект управления; ЦУ – цель управления; КУ – критерии управления; ФУ – факторы управления; МУ – методы управления; РУ – ресурсы управления.

Реальный механизм всегда *конкретен* (курсив автора), так как направлен на достижение *конкретных* целей путем воздействия на *конкретные* факторы, обеспечивающие достижение *конкретной* цели, и это воздействие осуществляется путем использования конкретных ресурсов или потенциалов. Он формируется каждый раз, когда принимается управленческое решение путем согласования всех элементов механизма управления (рис. 2).

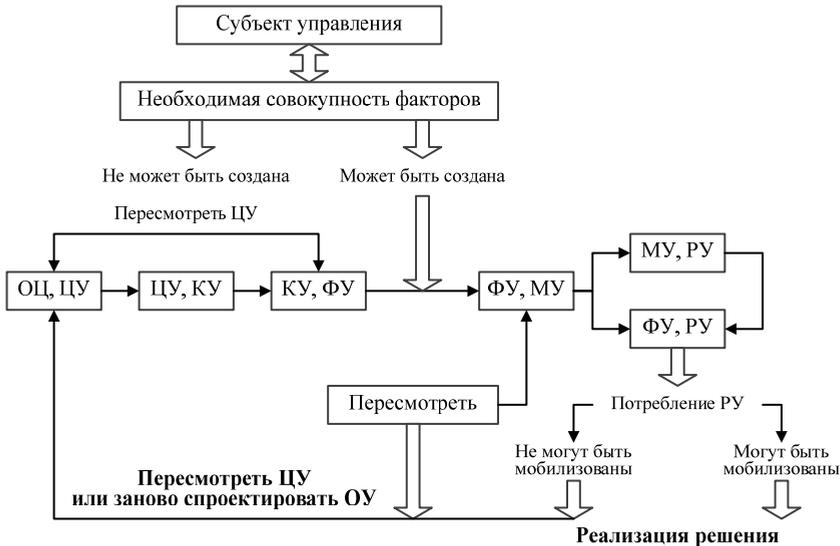


Рис. 2. Формирование структуры механизма:

ОУ – объект управления; ЦУ – цель управления; МУ – метод управления;
 ФУ – факторы управления; РУ – ресурсы управления; КУ – критерии управления

Создание эффективно действующего механизма управления предполагает сочетание оптимальным способом его составных элементов. Выделение таких элементов по принципу однородности их природы возможно по наличию в них определенных ведущих признаков. Каждый элемент имеет собственные механизм и природу – экономическую, организационную, мотивационную, правовую, социальную и др. Очевидно, в целом затруднительно выделить «чистые» механизмы, которые были бы лишь экономическими или только организационными. Так, стандартизацию продукции (использование государственных стандартов) можно рассматривать как механизм координации деятельности субъектов хозяйствования в процессах жизненного цикла продукции, т. е. как организационно-правовой механизм. В свою очередь, эти требования должны устанавливаться на основе экономически обоснованных решений, и, следовательно, стандартизация представляет собой, в определенной степени, и экономический механизм в части согласования экономических интересов соответствующих субъектов.

Как отмечалось выше, под термином «механизм» можно понимать совокупность процессов, организационных структур, конкретных форм и методов управления, а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных

условиях экономические законы, процесс воспроизводства [9]. Соответственно, механизм может быть представлен как комплекс различных взаимосвязанных и взаимодействующих прямо или косвенно элементов, взаимосвязь и взаимодействие которых обеспечивают решение необходимых задач и достижение поставленных в процессе управления целей. Отсюда вытекает понятие «комплексный механизм» как совокупность экономического, мотивационного, организационного, социального, правового и, в принципе, механизмов иной природы, каждый из которых, в свою очередь, состоит из отдельных элементов и решает конкретные задачи. Например, в составе экономического механизма можно выделить бюджетное и внебюджетное финансирование, государственное управление, регулирование и контроль, ценообразование, ряд других элементов. К основным задачам этого механизма можно отнести, в частности, экономическую поддержку объекта управления, привлечение дополнительных источников финансирования, управление собственностью, формирование и рациональное использование финансовых ресурсов.

На основе представленных выше рассуждений автором разработана *концептуальная модель механизма комплексного управления* (рис. 3).

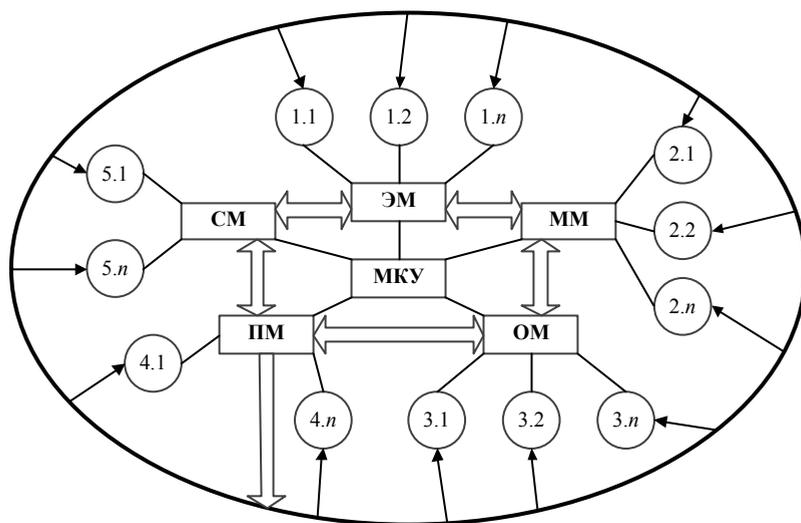


Рис. 3. Концептуальная модель механизма комплексного управления:
 МКУ – механизм комплексного управления; ЭМ – экономический механизм;
 ММ – мотивационный механизм; ОМ – организационный механизм; ПМ – правовой механизм;
 СМ – социальный механизм; 1.1, 1.2 и т.п. – элементы указанных механизмов

Такой подход к пониманию термина «механизм» как к совокупности процессов, организационных структур, конкретных форм и методов управления, а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процесс воспроизводства [9], должен обеспечивать: определение основных целей и задач управления; проведение мероприятий по управлению и использованию материальных, трудовых и финансовых ресурсов, по повышению качества выпускаемой продукции, по совершенствованию управления процессом производства, его научно-техническому развитию, по социальному развитию коллектива, повышению трудовой и творческой активности.

Библиографический список

1. *Абалкин Л. И.* На пути к реформе. Хозяйственный механизм развитого социалистического общества. Новый тип экономического мышления. Перестройка : пути и проблемы. М.: Экономика, 2000.
2. *Дервянко О. В.* Организационно-экономический механизм планирования бизнес-процессов предпринимательских структур : автореф. дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2004.
3. *Измаков С. Б., Сонин К. И., Юдкевич М. М.* Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г. Часть № 1. URL : <http://institutions.com/theories/259-2007-1.html>.
4. *Механизм обеспечения экономической безопасности // Экономическая теория (политэкономика) : учебник / под общ. ред. В. И. Видякина.* 4-е изд. М. : ИНФРА-М, 2007.
5. *О неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях.* URL : <http://www.capital-rus.ru>.
6. *Опеньшев С. П.* Экономический механизм районного АПК в условиях перехода к рынку : дис. ... канд. экон. наук. М., 1998.
7. *Основные понятия методологии и языка IDEF0 : Госстандарт России. Руководящий документ IDEF0-2000. Методология функционального моделирования IDEF0.* URL : <http://www.management.com.ua>
8. *Полянский А. И., Соловьев М. М.* Систематизация механизмов государственного регулирования на рынках недвижимости // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. 2001. № 4(9).
9. *Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. В.* Современный экономический словарь. М. : ИНФРА-М, 2006.
10. *Столяров В. Ф., Васечко Л. И.* Экономический механизм социального страхования // Вестник Сумского государственного университета. 2012. № 2.
11. *Финансовые рычаги.* URL : <http://www.ural.ru>.
12. *Финансовый механизм // Энциклопедический словарь экономики и права.* URL : <http://www.dic.academic.ru>.
13. *Финансовый механизм.* URL : <http://www.refine.org.ua>.
14. *Хозяйственный механизм // Экономический словарь.* URL : <http://abc.informbureau.com>.
15. *Хозяйственный механизм рыночной экономики : краткий курс лекций.* Новосибирск: СГТА, 2011.
16. *Хозяйственный механизм.* URL : <http://www.stroy-spravka.ru>.
17. *Экономический механизм // Биржевик. Словарь терминов.* URL : <http://www.birzhevik.ru/tesaurus/221/12065>.
18. *Якимкина Н. В.* Экономический механизм антикризисного управления // Справочник экономиста. 2007. № 1.

Инновационность, нововведения, стратегия экономического развития

П. А. Авгеев

*старший преподаватель кафедры государственных и муниципальных финансов
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Методические подходы к совершенствованию системы стратегического планирования (на примере национальной инновационной системы)

Аннотация. На основе анализа взглядов современных ученых на сущность инновационной политики страны и взаимодействие федерального, регионального и местного уровней национальной инновационной системы исследуется ключевой механизм их реализации – стратегическое планирование. Указано на необходимость расширительного подхода к пониманию принципов стратегического планирования и дифференциации его стадий на различных уровнях. Предложены направления совершенствования системы стратегического планирования в инновационной сфере, основанные на упорядочении этапов планирования и приоритетов национальной безопасности страны на разных стадиях инновационного процесса. Представлена авторская модель стратегического планирования, включающая четыре этапа планирования, учитывающая отраслевой и межотраслевой аспекты и основанная на взаимодействии уровней государственной власти и местного самоуправления.

Ключевые слова: стратегическое планирование; национальная инновационная система; инновационная политика; импортозамещение; национальная безопасность.

Взаимодействие федеральных и региональных органов власти в вопросах инновационной политики в России многие ученые оценивают как неэффективное. Так, директор Института нового индустриального развития, доктор экономических наук, профессор, первый вице-президент Санкт-Петербургского Союза промышленников и предпринимателей С. Д. Бордунов в своем научном докладе «Новое индустриальное развитие России в условиях ВТО: экспертиза принятых концепций инновационного развития России» констатирует: «Из 100 млрд р., выделенных за последние годы на модернизацию промышленности Свердловской области, 90% израсходовано на приобретение импортных технологий и оборудования, при этом на территории области работает свыше 30 тыс. ученых и исследователей. Таким образом, государство де-факто финансирует иностранную науку и производство не только в гражданской, но и военной сфере в ущерб развитию собственной науки и промышленности» [1, с. 6].

М. А. Коляда, П. В. Акинин считают, что «для эффективного инновационного развития экономики страны Россия должна развиваться по индивидуальному пути, используя при этом опыт иностранных государств» [4, с. 147].

Субъекты РФ самостоятельно разрабатывают и реализуют свои инновационные стратегии. Анализ разработки отечественных региональных инновационных стратегий содержится в работе В. В. Казакова, в которой он констатирует: «Эффективность процесса выработки и проведения инновационной политики на региональном уровне практически полностью зависит от текущего экономического положения региона, его исторически сложившегося научного и промышленного потенциала и понимания региональными политическими лидерами современных требований инновационной стратегии. Однако, когда речь идет об оценке инновационной политики, опыт даже лучших регионов не очень впечатляет» [3, с. 159].

Анализ концепций инновационного развития регионов также содержится в публикации Е. В. Петрухиной, где формулируется необходимость «создания концепций интегрированного регионального развития, участие в которой базируется на тесном взаимодействии внутри системы „федеральный – региональный – муниципальный уровень“ и обсуждении собственных проблем и выдвигании стратегий их устранения на основе межуровневого и внутриуровневого консенсуса» [9, с. 712].

Губернатор, Председатель Правительства Ульяновской области С. И. Морозов отмечает: «Что касается инновационной стратегии региона, то здесь практического опыта применения методологической базы стратегического планирования еще меньше, а проблем больше. Фундаментальной проблемой в данной области является отсутствие системы управления инновационными процессами, из которой вытекает ряд других проблем: отсутствие в России апробированных моделей национальной и региональных инновационных систем; отсутствие четкого разделения функций между федеральной и региональной властями относительно совместного стратегического развития региональной и национальной инновационных систем; отсутствие развитой инновационной инфраструктуры, ясных долгосрочных целей инновационного развития» [7].

Необходимость активного включения муниципальных образований в инновационную деятельность подтверждается появляющимися в последнее время исследованиями. Так, председатель Комитета Государственной думы по вопросам местного самоуправления В. Тимченко и советник аппарата Комитета Государственной думы по вопросам местного самоуправления Л. Пронина констатируют, что «роль муниципальных образований в обеспечении инновационного развития экономики связана с несколькими направлениями. Главное из них – формирование предпосылок для широкой экономической активности, поддержка инновационной политики больших и малых предприятий, развитие инфраструктуры экономики, обеспечивающей растущий спрос со стороны новых производств (транспорт, связь, жилищно-коммунальный комплекс, энергоресурсы и т. д.). Только при проведении системной инновационной государственной политики принимаемые меры и расходование средств бюджетов всех уровней бюджетной системы приведут к желаемому росту инновационной активности» [11].

В условиях недостаточности методических разработок по инновационному развитию муниципальных образований появляются муниципальные инициативы. Так, Союз малых и средних городов России в 2013 г. издал «Концепцию национальной общественно-государственной программы модернизации, инновационного и технологического развития малых городов (районов) РФ» [5]. В данном документе подчеркивается, что в настоящее время «отсутствует необходимый механизм обратной связи, в соответствии с которым муниципалитеты смогли бы взаимодействовать с федеральным уровнем управления» [5, с. 12]; кроме того, имеет место «отказ от координирующей роли государства в развитии промышленности и, в частности, от сопряжения научно-технического потенциала небольшого города (территориальный фактор) и его промышленно-производственного потенциала (отраслевой фактор), что препятствует решению задачи построения инновационной модели развития экономики в каждом конкретном городе» [5, с. 13].

По нашему мнению, данные направления не в полной мере отражают социально-экономическое значение инновационной политики Российской Федерации на современном этапе. Инновационная политика должна охватывать большинство сфер жизни общества, и в первую очередь обеспечить экономическую безопасность государства [2].

Стоит отметить, что несмотря на пересечение сфер науки и инноваций, научно-техническая политика, «которая выражает отношение государства к научной и научно-

технической деятельности, определяет цели, направления, формы деятельности органов государственной власти Российской Федерации в области науки, техники и реализации достижений науки и техники» [6, с. 186], по нашему мнению, является фактором, формирующим инновационную политику страны.

Набирающие популярность в последнее время тенденции разработки программ и стратегий импортозамещения в целях развития собственных производств являются, по нашему мнению, неприменимыми к высокотехнологичным, наукоемким и инновационным производствам, поскольку импортозамещение в данном аспекте следует рассматривать не как основной инструмент внешней государственной политики в сфере инноваций, а лишь как следствие реализации принципов национальной безопасности по отношению к открытой национальной инновационной системе.

В настоящее время в России наблюдается отрицательный баланс по показателям торговли технологиями с зарубежными странами. Незначительные положительные тенденции отмечаются только в государственном секторе (+145 млн дол.) [13, с. 510]. Это означает, что на современном этапе развития открытая национальная инновационная система России негативно воспримет любые инициативные, непродуманные протекционистские меры в силу высокой зависимости от импорта высоких технологий и инновационных продуктов.

Однако концепция открытых инноваций Г. Чесбро [12] позволяет рассматривать национальную инновационную систему, в которой существуют отдельные подсистемы, отрасли экономики и/или хозяйствующие субъекты как открытую, так и закрытую. Инновации, по Чесбро, проходят следующие стадии развития: исследования, разработки и рыночную реализацию. Рыночная реализация инновационной продукции (товаров, услуг) в закрытой концепции национальной инновационной системы возможна только в рамках существующего рынка согласно бизнес-модели реализующей его фирмы, тогда как для открытой национальной инновационной системы будут доступны:

возможности выхода на новый (ранее не существовавший) рынок и/или реализация по новой бизнес-модели для реализующего их предприятия;

реализация другими фирмами (соответственно их бизнес-моделям) и/или реализация на других рынках (существовавших ранее).

Рассмотрев взаимосвязь приоритетов национальной безопасности и стадий развития инноваций, можно определить возможность или необходимость применения мер государственной поддержки и/или защиты отдельных видов инноваций по стадиям развития.

1. На этапе исследований возможно использование активной политики государства, так как именно на этой стадии осуществляются фундаментальные и прикладные исследования, которые могут стать платформой для разработки инновационных технологий. При этом особое внимание стоит уделить «Приоритетным направлениям развития науки, технологий и техники в Российской Федерации» [14]. Ключевая концепция данной стадии инноваций – «ограничение экспорта, поощрение импорта».

2. На этапе разработок необходимо умеренное вмешательство государства, направленное в первую очередь на поддержание баланса экспортно-импортных операций в высокотехнологичной и инновационной сферах. На этой стадии инновационного процесса органам государственной власти стоит уделить особое внимание поддержке технологий, указанных в «Перечне критических технологий Российской Федерации» [14]. Концепция данной стадии инноваций – «поддержание нейтрального внешнеторгового баланса».

3. На этапе рыночной реализации недопустима изоляция отечественных производств от возможности выхода на новые рынки, так как уже было сказано о более широких возможностях рыночной реализации открытых инноваций по сравнению

с закрытыми. На данной стадии инновационного процесса не выделяются конкретные виды инноваций, поскольку, коммерциализуясь они могут проявляться в различных формах и разных отраслях экономики. Концепция данной стадии инноваций – «поддержка экспорта, создание условий приоритетности применения собственных технологий импортируемым».

Таким образом, вопросы обеспечения национальной безопасности в сфере высоких технологий и инноваций решаются посредством тех видов государственной политики, которые входят в международный блок предложенной авторской трактовки места инновационной политики в государственной политике России. При этом реализация популярных стратегии и программ импортозамещения в отдельных отраслях и сферах деятельности либо реализация протекционистской политики к отдельным видам продукции являются лишь возможными стратегиями на отдельных этапах инновационного процесса.

Инновационная политика РФ реализуется на государственном (федеральном и региональном) и муниципальном уровнях в рамках концептуальных и стратегических документов, долго- и среднесрочных программ инновационного развития.

Разработка указанных ключевых нормативных правовых актов, регламентирующих развитие национальной инновационной системы, ведется согласно общим принципам стратегического планирования. В настоящее время в Российской Федерации действует Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ закона «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [15] (далее – Закон).

Во-первых, изложенные в ст. 7 Закона основные принципы организации и функционирования системы стратегического планирования перекликаются с принципами бюджетной системы РФ, отраженными в ст. 28 Бюджетного кодекса РФ (см. таблицу).

Сравнительная характеристика принципов бюджетной системы РФ и принципов стратегического планирования

Принципы	
бюджетной системы РФ (по Бюджетному кодексу РФ)	стратегического планирования (по ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»)
Единства бюджетной системы РФ	Единства и целостности
Разграничения доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов между бюджетами бюджетной системы Российской Федерации	Разграничение полномочий
Самостоятельности бюджетов	
Равенства бюджетных прав субъектов Российской Федерации, муниципальных образований	
Полноты отражения доходов, расходов и источников финансирования дефицитов бюджетов	Ресурсной обеспеченности
Сбалансированности бюджета	Сбалансированности системы стратегического планирования
Эффективности использования бюджетных средств	Результативности и эффективности стратегического планирования
Общего (совокупного) покрытия расходов бюджетов	
Прозрачности (открытости)	Прозрачности (открытости) стратегического планирования
Достоверности бюджета	Реалистичности
Адресности и целевого характера бюджетных средств	Соответствия показателей целям
Подведомственности расходов бюджетов	Ответственности участников стратегического планирования; преемственности и непрерывности
Единства кассы	
	Измеримости целей
	Программно-целевой принцип

Примечание. Составлено по: [16].

По нашему мнению, перечень принципов организации и функционирования системы стратегического планирования необходимо дополнить:

принципом научности, который предполагает, что «плановые документы разрабатываются на основе глубокого познания и использования законов общественного развития, прежде всего экономических законов, макроэкономических теорий, математики, кибернетики и других наук» [10, с. 34];

принципом самостоятельности, предусматривающим законодательно утвержденное право органов государственной власти и местного самоуправления самостоятельно разрабатывать комплекс документов по стратегическому планированию.

Во-вторых, система стратегического планирования не декларирует четкого разграничения этапов планирования и их документального обеспечения; имеются различия в равнозначности отраслевого и межотраслевого планирования, в принципе преемственности и непрерывности, отсутствует муниципальный уровень управления.

Для эффективного функционирования и развития национальной инновационной системы необходимо обеспечить доступность информации, оформленной в виде основных стратегических документов государства для всех ее участников.

Направления изменений в системе стратегического планирования в аспекте оформления соответствующих нормативных правовых актов представлены на рис. 1.

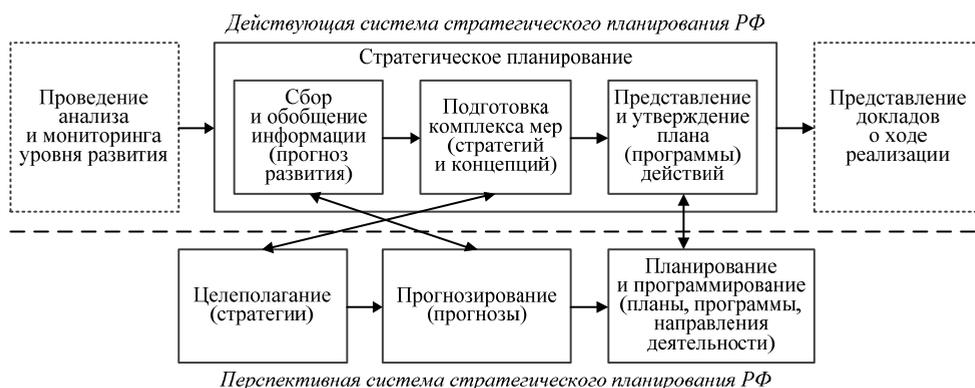


Рис. 1. Действующая и перспективная модели стратегического планирования в РФ¹

На основании анализа положений Закона [17] можно выделить следующие этапы: сбор и обобщение информации (формирование прогноза развития), подготовка комплекса мер (разработка стратегий и концепций развития), представление и утверждение планов (программ) действий. Помимо стратегического планирования система подразумевает проведение анализа и мониторинг уровня развития и представления докладов о ходе реализации.

Разрабатываемая система стратегического планирования включает в себя три основных этапа: целеполагание; прогнозирование, планирование и программирование. По мнению разработчиков, по порядку этапов формирование стратегических документов, т. е. целеполагание, предшествует разработке прогнозов, этапу прогнозирования. Таким образом, формулирование целей не предполагает анализа социально-экономической ситуации, а предполагаемое состояние управляемой системы прогнозируется исходя из желаемого, что не соответствует как действующей системе, так и логической последовательности этапов.

¹ Составлено по: [17].

Отдельно стоит отметить сокращение уровней в перспективной системе стратегического планирования до федерального, регионального и местного. При этом действующая система подразумевает планирование на федеральном, региональном (федеральные округа и субъекты Федерации), межрегиональном (межрегиональные территориально-производственные комплексы), межотраслевом и отраслевом уровнях. Включение муниципалитетов в систему стратегического планирования повлекло исключение из системы планирования в разрезе надрегиональных территориальных систем / отраслевых и межотраслевых связей.

Считаем, что существующая система стратегического планирования имеет определенные недостатки: неравномерность отраслевого и межотраслевого планирования, отсутствие этапности и муниципального уровня управления.

С целью обеспечения преемственности подходов к стратегическому планированию развития национальной инновационной системы и обеспечению доступности информации, закреплённой в нормативных правовых актах для всех субъектов инновационной деятельности, предлагается авторская модель стратегического планирования в инновационной сфере (рис. 2).

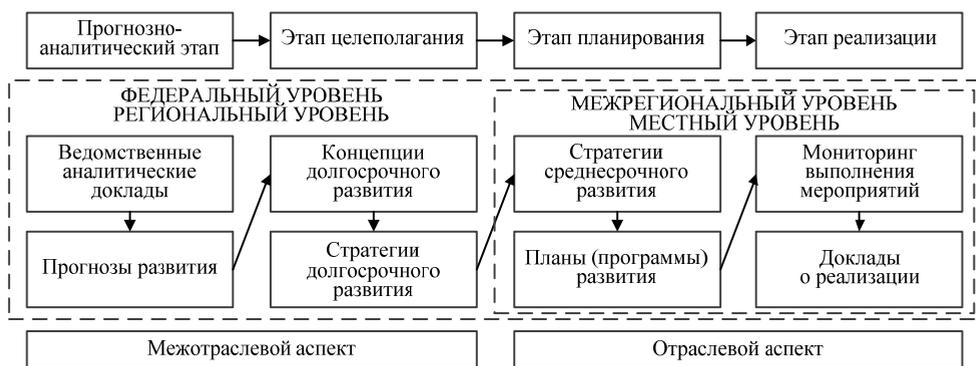


Рис. 2. Модель стратегического планирования в рамках национальной инновационной системы [8, с. 146]

Предлагаемая модель содержит четыре этапа стратегического планирования развития национальной инновационной системы.

Прогнозно-аналитический этап, включающий подготовку ведомственных аналитических докладов, на основании которых прорабатываются прогнозы долгосрочного инновационного и социально-экономического развития. На данном этапе формируется информационная база, необходимая для выявления диспропорций в национальной инновационной системе, в уровне развития отдельных территориальных или отраслевых субъектов и их объединений.

На этапе целеполагания стратегического планирования в рамках национальной инновационной системы формулируются цели и задачи, расставляются приоритеты развития – описывается перспективное состояние системы. Этап целеполагания включает разработку концепций и стратегий долгосрочного развития.

Разработка основополагающих документов в инновационной сфере на двух данных этапах должна вестись в межотраслевом аспекте, учитывающем взаимодействие групп отраслей, что обусловлено высокой неопределенностью, связанной с длительностью периода планирования. Межотраслевой аспект позволяет отразить глубинные внутренние связи по экономическим системам в целом, без учета специфики отдельных отраслей, концентрируясь на их взаимосвязи и структуре.

Этап планирования включает в себя разработку стратегии среднесрочного развития, которая базируется на стратегических документах предыдущих этапов, и формирование планов (программ) развития, содержащих конкретные мероприятия, сроки их реализации и ресурсное обеспечение. Данный этап характеризуется полной детерминированностью в пространственной, хронологической и отраслевой составляющей, что позволяет всем субъектам национальной инновационной системы на основании разработанных программных документов формировать собственные среднесрочные планы развития с низкой долей неопределенности.

На этапе реализации модель стратегического планирования национальной инновационной системы реализует важную функцию любого процесса планирования – контрольную. Поэтому данный этап включает: мониторинг осуществляемых мероприятий (планов) развития (текущий контроль), позволяющий оценить эффективность управления и необходимость принятия тактических административных мер; представление докладов о реализации (завершающий контроль), которые позволяют сопоставить достигнутые результаты с поставленными целями и произвести корректировку стратегических документов более высокого уровня.

Этапы планирования и реализации отличаются своим отраслевым аспектом – высокой долей конкретики в планировании развития конкретных отраслей и производственных комплексов, вплоть до отдельных субъектов экономической деятельности.

В предложенной модели приоритетными являются федеральный и региональный уровни, включающие как субъекты Федерации, так и федеральные округа, поскольку в их масштабе возможны все этапы стратегического планирования национальной инновационной системы. Межрегиональный и отраслевой уровни, в силу соподчинения вышестоящим территориальным единицам, могут в рамках своих полномочий осуществлять только этапы планирования и реализации.

Таким образом, можно сделать вывод о существующих неточностях Закона «О стратегическом планировании в РФ»: в принципах организации и функционирования системы стратегического планирования, разграничения этапов планирования и их документального обеспечения, в равнозначности отраслевого и межотраслевого планирования, в принципе преемственности и непрерывности отсутствует муниципальный уровень управления. На основании этого принципы организации и функционирования системы стратегического планирования дополнены принципами научности и самостоятельности; предложена модель стратегического планирования в рамках национальной инновационной системы.

Библиографический список

1. *Бордунов С. Д.* Новое индустриальное развитие России в условиях ВТО : экспертиза принятых концепций инновационного развития России. СПб., 2012.
2. *Гончаренко Л. П., Кесян В. Г., Акулинин Ф. В.* Вопросы обеспечения экономической безопасности государства // Транспортное дело России. 2009. № 9.
3. *Казаков В. В.* Отечественный опыт разработки региональных инновационных стратегий // Вестник Томского государственного университета. Сер. Экономика. 2013. № 3(23).
4. *Коляда М. А., Акинин П. В.* Зарубежный опыт организационного регулирования банковских инноваций // Управление инновациями : теория, методология, практика. 2012. № 3.
5. *Концепция национальной общественно-государственной программы модернизации, инновационного и технологического развития малых городов (районов) РФ.* М., 2013. URL : <http://tomsktpp.ru/news/3516>.
6. *Круглова Н. Ю.* Хозяйственное право. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Проспект ; КноРус, 2013.
7. *Морозов С. И.* Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. 2011. № 2(38).
8. *Пешина Э. В., Авдеев П. А.* Национальная инновационная система : эволюция, измерение, регулирование. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2014.

9. *Петрухина Е. В.* Особенности и закономерности стратегического планирования инновационного развития регионов // *Фундаментальные исследования*. 2013. № 4.
10. *Пешина Э. В., Долганова Ю. С.* Механизм бюджетирования, ориентированного на результат, в системе бюджетного планирования. Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2009.
11. *Тимченко В., Пронина Л.* Роль муниципальных образований в инновационной деятельности // *Инновации*. 2009. № 10. URL : <http://bujet.ru/article/64356.php>.
12. *Chesbrough H. W.* Open innovation : the new imperative for creating and profiting from technology. Harvard Business Press, 2003.
13. *Российский статистический ежегодник*. 2013 : стат. сб. // Росстат. М., 2013.
14. *Об утверждении* приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации и перечня критических технологий Российской Федерации : указ Президента РФ от 7 июля 2011 г. № 899 // СПС «КонсультантПлюс». URL : <http://www.consultant.ru>.
15. *О стратегическом планировании* в Российской Федерации : федер. закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». URL : <http://www.consultant.ru>.
16. *Бюджетный кодекс* Российской Федерации : федер. закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ (в ред. от 28 декабря 2013 г., с изм. от 3 февраля 2014г.) // СПС «КонсультантПлюс». URL : <http://www.consultant.ru>.
17. *О стратегическом планировании* в Российской Федерации : федер. закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». URL : <http://www.consultant.ru>.

Е. В. Буценко

*кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики, эконометрики и информатики
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Практика применения сетевого моделирования для оптимизации управления инвестиционным проектированием на предприятии

Аннотация. Статья посвящена вопросам оптимального управления инвестиционным проектированием для хозяйствующего субъекта. В качестве методов оптимизации автор предлагает использовать методы сетевого экономико-математического моделирования. На основе выделенных проектных процессов управления сформирована сетевая модель, которая может быть положена в основу процесса оптимизации инвестиционного проектирования.

Ключевые слова: инвестиции; инвестиционное проектирование; управление инвестициями; оптимизация; оптимальное управление; сетевая модель; сетевой график; экономико-математическое моделирование.

В меняющихся условиях деловой среды необходим соответствующий инструментарий для обоснования привлекательности инвестиционных проектов [1]. Новые модели требуется формировать на основе методов, которые ранее не применялись для процесса инвестиционного проектирования. Автор статьи для оптимизации управления инвестиционным проектированием предлагает использовать модели и методы сетевого экономико-математического моделирования, которые применяют для комплексного изучения таких сложных систем, как экономические системы, в том числе связанные с деятельностью по вложению средств на развитие, инновации, производство новой продукции.

Под оптимизацией будем понимать достижение наилучшего значения целевой функции при оценке качества реализации процесса управления. Оптимизацию процесса принятия решений при инвестиционном проектировании проиллюстрируем на практическом примере. Полученные автором результаты основываются на работах [2; 9].

Отрасль общественного питания/ресторанного бизнеса всегда привлекала инвесторов. Для принятия ими положительного решения по необходимому объему капиталовложений требуется адекватное обоснование инвестиционного проекта. Оптимизация управления предприятием общественного питания является актуальной задачей, требующей для решения подробного анализа и описания управленческих процессов.

Как было отмечено выше, в качестве методов оптимизации будем использовать методы и модели сетевого моделирования, которые широко применяются на промышленных предприятиях в таких отраслях народного хозяйства как строительство, металлургия, транспорт, связь и др. [3; 4; 8].

Рассмотрим процессы управления на предприятии ресторанного бизнеса [5], необходимые при открытии предприятия. Основные действия по осуществлению процесса управления следующие: предпроектная подготовка, проектные работы, строительство, ввод в эксплуатацию, маркетинговые мероприятия, открытие. Таким образом, на начальном этапе применения технологии оптимизации требуется определить все необходимые действия/работы рассматриваемого процесса и провести их анализ. В зависимости от того, какие работы необходимо выполнить, кто является их исполнителем, количества исполнителей, происходит формирование набора всех работ инвестиционного проекта.

Важным показателем построения сетевого графика выполнения работ является их продолжительность. От длительности выделенных в процессе управления работ зависит срок выполнения проекта в целом. Далее определяют работы, продолжительностью которых можно варьировать [7]. Определение возможности параллельного выполнения работ и степени изменения условий реализации проекта покажет зависимость объема затрат и вложений в инвестиционный проект от продолжительности работ. Отметим также, что по срокам выполнения работ удобно контролировать выделенные мероприятия, а построение графика Ганта позволяет визуализировать эти сроки [6].

Приведем информацию для построения сетевой модели этапа открытия предприятия. Исходные данные по необходимым работам этапа, их кодировке и продолжительности представлены в таблице. Также используем информацию о санитарных условиях, системах вентиляции и безопасности, охране труда, руководстве по эксплуатации оборудования, приобретении МБП, входных условиях и прилегающей территории, складских условиях и т. д. После проведения анализа и упорядочения работ получаем данные о продолжительности работ.

Исходные данные

№ п/п	Код работы	Содержание работы	Продолжительность, дней
1	F ₂₀	Утверждение команды запуска	30
2	F ₂₁	Составление штатного расписания	30
3	F ₂₂	Определение потребности в персонале	30
4	F ₂₃	Размещение объявления о наборе сотрудников	30
5	F ₂₄	Графики проведения собеседований	21
6	F ₂₅	Отбор персонала	21
7	F ₄₉	Обучение (не руководящего состава)	8
8	F ₄₆	График проведения обучения	10
9	F ₄₇	Место и материалы для обучения	10
10	F ₆₃	Трудоустройство персонала	3
11	F ₄₈	Организация стажировки персонала	10
12	F ₅₀	Установка офисной программы	7
13	F ₅₁	Установка Парус	7
14	F ₅₂	Установка R-keeper	7
15	F ₅₃	Поиск и заключение договора с провайдером	7
16	F ₅₄	Установка интернета, настройка удаленного доступа	7
17	F ₅₅	Заключение договора на установку банковского терминала	7
18	F ₅₆	Установка банковского терминала	7
19	F ₅₇	Заключение договора на установку телефона	7
20	F ₅₈	Установка телефонного номера	7
21	F ₅₉	Инсталляция системы скидок в K-keeper	7

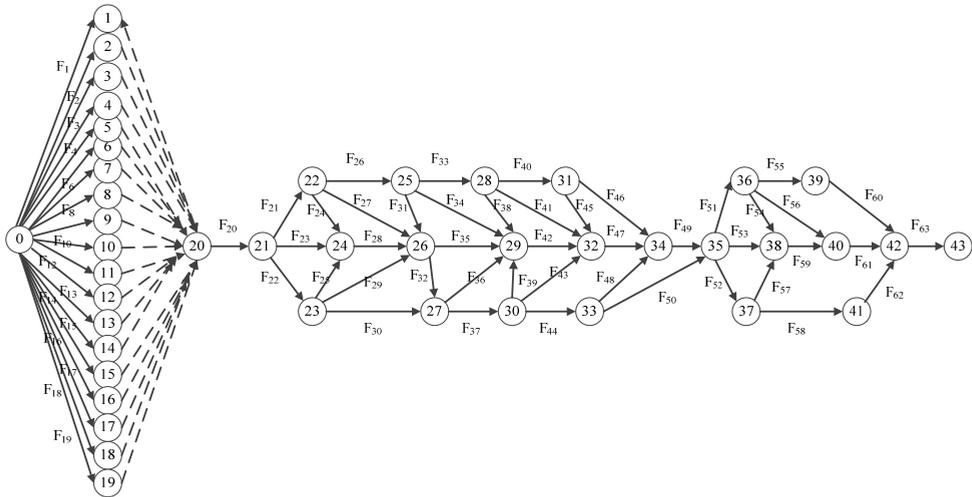
№ п/п	Код работы	Содержание работы	Продолжительность, дней
22	F ₆₀	Установка паролей	7
23	F ₆₁	Ввод меню в R-keeper	7
24	F ₆₂	Установка музыкального оборудования	7
25	F ₂₆	Установка охранной сигнализации	14
26	F ₁	Контракт на поставку кондитерских изделий	44
27	F ₂	Контракт на поставку Кока-Колы	44
28	F ₃	Контракт на поставку кофе	44
29	F ₄	Контракт на поставку химикатов	44
30	F ₅	Контракт на поставку мороженого	44
31	F ₆	Заключить договор на инкассирование выручки	44
32	F ₇	Заключение договора на уборку территории	44
33	F ₈	Заключение договора на вывоз снега	44
34	F ₉	Заключение договора на охранные услуги	44
35	F ₁₀	Заключение договора на водоснабжение	44
36	F ₁₁	Заключение договора на электроснабжение	44
37	F ₁₂	Заключение договора на теплоснабжение	44
38	F ₁₃	Заключение договора на коммунальные услуги	44
39	F ₁₄	Заключение договора на дератизацию помещений	44
40	F ₁₅	Заключение договора на медосмотр сотрудников	44
41	F ₁₆	Заключение договора на обслуживание вентиляции и кондиционирования	44
42	F ₁₇	Заключение договора на обслуживание холодильного оборудования	44
43	F ₁₈	Заключение договора на услуги по развозу сотрудников	44
44	F ₁₉	Заключение договора на страхование имущества	44
45	F ₂₇	Справка о регистрации компании	14
46	F ₂₈	Справка о регистрации СП	14
47	F ₂₉	Устав компании	14
48	F ₃₀	Справка о регистрации в Финансовом управлении	14
49	F ₃₁	Регистрация в фонде занятости	14
50	F ₃₂	Регистрация в фонде социального страхования	14
51	F ₃₃	Регистрация в фонде медицинского страхования	14
52	F ₃₄	Регистрация в пенсионном фонде	14
53	F ₃₅	Регистрация в налоговой инспекции (необходимо регистрировать кассы)	14
54	F ₃₆	Справка на соответствие	14
55	F ₃₇	Справка из Санэпиднадзора	14
56	F ₃₈	Справка из Пожарной инспекции	14
57	F ₃₉	Разрешение на соответствие фасада	14
58	F ₄₀	Спецификация технического оборудования	14
59	F ₄₁	Противопожарная сигнализация	14
60	F ₄₂	Архитектурные и строительные планы	14
61	F ₄₃	Ветеринарное свидетельство органических продуктов	14
62	F ₄₄	Выверка весов	14
63	F ₄₅	Договор с банком (зарплата)	14

Далее на основе имеющейся информации строим сетевой график, задающий структуру и взаимосвязи этапа открытия предприятия (см. рисунок). Стрелками обозначены работы на этапе (F₁–F₆₃); стрелками со штриховкой – фиктивные работы, которые необходимы для правильного построения графика и не оказывают влияния на расчетные показатели модели; кругами – события (0–43).

Затем по сетевому графику рассчитывают временные показатели, проводят их анализ и определяют, насколько построение сетевой модели позволило оптимизировать процесс управления.

Таким образом, для реализации технологии оптимизации системы управления на предприятии ресторанный бизнес необходимо проанализировать и упорядочить вы-

деленные работы, построить сетевую модель, рассчитать временные и стоимостные параметры построенной модели, а также сформировать график выделенных работ.



Сетевой график этапа открытия предприятия

Приведенное описание необходимых управленческих процессов этапа открытия предприятия общественного питания и построения соответствующей сетевой модели являются важным шагом в разработке технологии оптимизации системы управления предприятием, которая способствует повышению эффективности управления и ведет к росту конкурентоспособности предприятия.

Библиографический список

1. Баев И. А., Алябушев Д. Б. Экономическая оценка инновационных проектов по методу реальных опционов // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Экономика и менеджмент. 2010. № 39(215).
2. Буценко Е. В. Совершенствование модели инвестиционного проектирования на основе сетевого моделирования // Управленец. 2015. № 1(53).
3. Гельфер Л. Г. Стратегии организации инвестиций для финансирования проектов // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2013. № 1.
4. Кремер Н. Ш., Путко Б. А., Трицин И. М., Фридман М. Н. Исследование операций в экономике. М. : Юнити, 2002.
5. Милл Р. К. Управление рестораном. М. : Юнити-Дана, 2009.
6. Новиков Д., Кузнецов О. Сетевые модели в управлении. М. : Эгвес, 2011.
7. Таха Хемди А. Введение в исследование операций : [пер. с англ.]. 7-е изд. М. : Изд. дом «Вильямс», 2005.
8. Ушанов И. Г. Экономическое содержание инвестиционной деятельности с точки зрения проектного управления // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2009. № 7(10).
9. Шориков А. Ф., Буценко Е. В. Методика оптимизации маркетинговой деятельности хозяйствующего субъекта на основе сетевого моделирования // Социально-экономическое развитие России : возможности, проблемы, перспективы : материалы XXXI Междунар. науч.-практ. конф. Челябинск : УрСЭИ (ф) ОУП ВПО «АТиСО», 2014.

Е. А. Ляшенко

*старший преподаватель кафедры экономики и права
ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Технопарковые структуры как форма организации и стимулирования инновационной деятельности: оценка зарубежного опыта¹

Аннотация. В статье проанализирован зарубежный опыт развития технопарковых структур; рассмотрены условия их функционирования. Исследование основано на анализе статистических данных, представленных Международной ассоциацией научных парков и территорий инноваций (International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP)). IASP является учредителем и членом Всемирного альянса по инновациям – WAINOVA, который включает в себя 26 ассоциаций и союзов технопарковых структур по странам. В ходе исследования выявлены тенденции развития зарубежных технопарковых структур.

Ключевые слова: технопарк; технопарковая структура; ассоциация технопарков; IASP; WAINOVA.

В настоящее время в мировой науке отсутствует единое, общепризнанное понятие технопарковых структур. Поскольку историческое развитие инновационной инфраструктуры и, соответственно, ее элементов отличается по странам, то существует и разнообразие основной технопарковой терминологии.

Согласно исследованиям А. Линдхольма и Х. Лоутона наиболее часто используемыми в классификациях технопарковых структур являются шесть дефиниций: бизнес-парк, бизнес-инкубатор, инновационный центр, научно-исследовательский парк, научный парк и технологический парк. В ряде стран один и тот же термин имеет разное значение. Например, в Германии понятия «технологический центр» и «научный парк» эквивалентны, тогда как в других странах второе определение шире [1]. Если говорить об основных видах парков, то в США и Канаде наиболее распространена дефиниция «исследовательский парк» (research park), так как базой их формирования являются научно-исследовательские центры; в Европе – «научный парк» (science park), здесь площадкой является университет; в Азии – «технологический парк» (technology park), который создается промышленными организациями. Также в мировой практике используется аббревиатура R-S-T park (исследовательский – научный – технологический парк) [2; 3; 9]. Кроме того, терминология технопарковых структур включает понятия «технополис», «научный центр», «бизнес-инновационный центр», «центр передовых технологий» и др.

Функционирует множество региональных ассоциаций, объединяющих технопарковые структуры и действующих в странах, где активно развивается инновационная инфраструктура. На глобальном уровне функционирует крупнейшее интеграционное объединение – Международная ассоциация научных парков и территорий инноваций (International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP)), которая является неправительственной, некоммерческой организацией, имеющей специальный консультативный статус при Экономическом и Социальном Совете ООН. По данным IASP, членами данной организации являются 409 участников из 74 государств, т. е. 38,1% общего количества независимых государств (194) и 28,2% общего числа стран мира (262), включающих непризнанные территории. Общая совокупность компаний в составе технопарковых структур – более 128 000. Штаб-квартира расположена в городе Малага (Испания). Филиал находится в Пекине (КНР). Работают 6 региональных подразделений.

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РФНФ № 13-32-01214.

Миссия IASP – создание и развитие глобальной сети научных парков и инновационных направлений с целью стимулирования экономического роста и повышения эффективности деятельности участников IASP. Ассоциация дает возможность участникам воспользоваться координатами менеджеров в сфере управления инновациями, предоставляет новые бизнес-возможности для компаний и научных организаций, содействует развитию новых технопарковых структур и организует площадку для венчурных инвесторов.

Технопарковым структурам, входящим в Ассоциацию, может быть присвоен один из двух статусов: действительный или аффилированный член IASP. Статус действительного члена присваивается, если выполняются два условия:

- 1) функционирование в рамках технопарковой структуры организаций и учреждений;
- 2) управление осуществляет специально подготовленная, квалифицированная команда.

Аффилированными членами считаются организации, если они находятся на стадии создания или на начальной стадии своей деятельности. Также в рамках IASP присваивается статус ассоциированного участника. Ассоциированными членами являются организации, не признанные технопарковыми структурами, а именно: университеты, ассоциации, консалтинговые, брокерские, инжиниринговые и других компании, а также физические лица (исследователи, эксперты, академики и т. д.). Структура участников представлена на рис. 1.

Как видно на рисунке, действительным статусом обладают 269, или 66%, участников IASP; аффилированными являются 61, или 15%; ассоциированными – 79, или 19%. Таким образом, технопарковые структуры составляют 81%, или 330, общего числа членов IASP.

Функционирование IASP осуществляется на основе ежегодных членских взносов: для действительных участников предусмотрена оплата в размере 1 700 евро, для аффилированных – 1 135, для ассоциированных – 390 евро.

IASP является учредителем и членом Всемирного альянса по инновациям – WAINOVA, который включает в себя 26 ассоциаций и союзов технопарковых структур по странам.

Оценка проведена на основе официальных сайтов ассоциаций, входящих в состав Всемирного альянса по инновациям WAINOVA. Проведем выборочное сопоставление общего количества технопарковых структур в стране и числа названных организаций, являющихся членами IASP. Отбор проводился из общего количества членов представленных ассоциаций в соответствии с критерием принадлежности к технопарковой структуре.

Как видно из табл. 1, в мире насчитывается более 2 700 технопарковых структур, включающих R-S-T парки, бизнес-инкубаторы, инновационные центры, центры трансфера технологий и т. п. По нашему мнению, эта цифра не окончательная, так как не существует единого источника информации, в котором происходил бы сбор информации обо всех технопарковых структурах мира. Трудности сбора данных также обу-

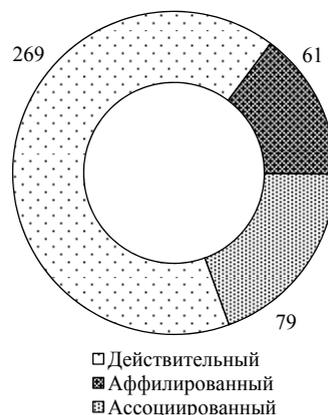


Рис. 1. Структура участников IASP по статусу в 2014 г.¹

¹ Составлено по: [4].

словлены отсутствием единой для всего мира терминологии. Кроме того, данные таблицы показывают небольшую долю организаций-членов IASP от общего числа технопарков в стране – не более 20%, за исключением Канады и Португалии. Это объясняется наличием в странах своих ассоциаций и союзов, а также, по нашему мнению, наличием некоторых обязательств (в частности, финансовых) перед IASP, которые могут себя не окупать.

Таблица 1

Количество технопарковых структур в мире

Аббревиатура	Полное название	Страна	Количество технопарковых структур	
			в данной ассоциации	в IASP от страны
APTE	Ассоциация научных и технологических парков Испании (Association of Science and Technology Parks of Spain)	Испания	64	30
RPTE	Баскская сеть технологических парков (Basque Country Network of Technology Parks)		4	
Madrid Network	Мадридская сеть (Madrid Network)		5	
RETA	Андалузская технологическая сеть (Andalusian Technology Network)		82	
XPCAT	Сеть научных и технологических парков Каталонии (Xarxa de Parcs Científics i Tecnològics de Catalunya)		20	
EBN	Сеть бизнес и инновационных центров (European Business & Innovation Centre Network)	Европа	160	–
SPoW	Научные парки Валлонии (Science Parks of Wallonia)	Бельгия	7	2
AURP	Ассоциация университетских исследовательских парков (Association of University Research Parks)	США	46	9
ZQI	Зона инноваций Квебека (Zones Québec Innovation)	Канада	12	11
ADT	Немецкая ассоциация инновационных, технологических и бизнес-инкубационных центров (Association of Innovation, Technology and Business Incubation Centres)	Германия	116	6
AIPyPT	Аргентинская ассоциация бизнес-инкубаторов, научных парков и технополисов (Argentinean Association of Business Incubators, Science Parks and Technopols)	Аргентина	9	1
ANPROTEC	Бразильская ассоциация технологических парков и бизнес-инкубаторов (Brazilian Association of Technology Parks and Business Incubators)	Бразилия	384	16
APSTI	Итальянская ассоциация научных и технологических парков (Italian Association of Science and Technology Parks)	Италия	58	10
ASPA	Ассоциация азиатских научных парков (Asian Science Park Association)	Азиатский регион/ Южная Корея	507	6
BBIA	Пекинская ассоциация бизнес-инкубации (Beijing Business Incubation Association)	Китай	60	31
PERUINCUBA	Перуанская ассоциация бизнес-инкубаторов (Peruvian Association of Business Incubators)	Перу	28	1
RETIS	Технополисы и инновации Франции (France Technopoles Entreprises Innovation)	Франция	91	8
RUITC	Российский союз инновационных и технологических центров (Russian Union of Innovation and Technology Centres)	Россия	25 (723 – по данным МИИРИС, всего в РФ)	36

Аббревиатура	Полное название	Страна	Количество технопарковых структур	
			в данной ассоциации	в IASP от страны
SISP	Шведские инкубаторы и научные парки (Swedish Incubators & Science Parks)	Швеция	66	12
TECPARQUES	Португальская ассоциация научных и технологических парков (Portuguese Association of Science and Technology Parks)	Португалия	16	8
TGBD	Турецкая ассоциация технологических парков (Turkish Association of Technology Parks)	Турция	34	14
TPANZ	Технологические парки Австралии и Новой Зеландии (Technology Parks Australia and New Zealand)	Австралия, Новая Зеландия	10	0
Thai-BISPA	Таиландская ассоциация бизнес-инкубаторов и научных парков (Thai Business Incubators and Science Parks Association)	Таиланд	26	2
UKSPA	Ассоциация научных парков Великобритании (The United Kingdom Science Park Association)	Великобритания	87	6
URUNOVA	Уругвайская ассоциация инкубаторов, технологических и промышленных парков (Asociación Uruguaya de Incubadoras de Empresa, Polos, Parques Tecnológicos y Parques Industriales)	Уругвай	86	1
Всего			2 701	210

Примечание. Составлено по: [4; 5; 6; 7; 8; 10].



Рис. 2. Количество технопарковых структур IASP по отраслям (на 1 октября 2014 г.¹)

¹ Составлено по: [4].

Далее проведем оценку мирового тренда формирования технопарковых структур, используя данные IASP и других организаций, составляющих рейтинги глобального инновационного развития.

Анализ технопарковых структур-членов IASP по отраслям представлен на рис. 2, на котором видно, что их специализация отражает тенденции в мировом развитии, сопровождающемся бурным развитием информационных и коммуникационных технологий, биотехнологий, технологий охраны окружающей среды, здравоохранения, электроники, энергетики. По нашему мнению, названные отрасли наиболее важны для человечества; кроме того, часть их имеют короткие сроки окупаемости.

Деятельность участников Ассоциации сгруппирована по 29 отраслевым направлениям (рис. 2). Структурируем страны по степени широты отраслевой специализации технопарковых структур, т. е. по количеству отраслей, инкубируемых в R-S-T парках. Оценка совокупности стран по данному показателю выявила следующую картину (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Группировка стран по степени широты отраслевой специализации технопарковых структур – членов IASP

Степень широты отраслевой специализации	Страны	Количество отраслей, инкубируемых в R-S-T парках	Доля стран от общего количества стран-участниц IASP (67 стран), %
Низкая	Армения, Болгария, Сирия, Хорватия, Швейцария	1	7,5
	Аргентина, Косово, Нигерия, Норвегия, Тунис	2	7,5
	Кувейт, Македония, ОАЭ, Парагвай, Перу, Чешская Республика	3	8,0
	Австрия, Беларусь, Индия, Катар, Малайзия, Намибия, Пакистан	4	10,5
	Азербайджан, Ботсвана, Колумбия, Люксембург, Марокко	5	7,5
	Литва, Эквадор	6	3,0
	Уругвай	7	1,5
	Латвия, Словакия, Южная Африка	8	4,5
Средняя	Нидерланды	10	1,5
	Вьетнам, Саудовская Аравия, Словения, Таиланд	11	6,0
	Оман, Панама	12	3,0
	Венесуэла, Сингапур	14	3,0
	Дания, Италия, Тайвань, Южная Корея, Япония	15	8,0
	Бельгия, Канада	16	3,0
	Великобритания, Швеция	17	3,0
	Германия, Греция	18	3,0
Высокая	Польша, Россия, США, Финляндия	19	6,0
	Эстония	20	1,5
	Иран, Китай, Мексика, Франция	21	6,0
	Бразилия	22	1,5
	Португалия, Турция	25	3,0
	Испания	27	1,5

Примечание. Составлено по: [4].

Как видно из табл. 2, высокой степенью широты отраслевых специализаций технопарковых структур (более 20 из 29) обладают 13,5% стран; среднюю степень имеют 36,5% (диапазон 10–19 из 29) и 50% – низкую (менее 10 из 29) (рис. 3).

Таким образом, в 13,5% стран технопарковые структуры имеют более универсальную специализацию, в 36,5% – менее универсальную и в 50% – узкую.

Как было отмечено выше, участники IASP представлены 74 странами. По итогам выборки действительными и аффилированными членами являются технопарковые структуры только из 67 стран; участники из 7 стран обладают ассоциированным статусом (Австралия, Бангладеш, Иордания, Кения, Куба, Румыния, Сербия). По количеству технопарковых структур страны-участники Ассоциации имеют рейтинги, приведенные в табл. 3. Самой многочисленной группой являются страны, в которых функционирует 1 технопарковая структура, являющаяся участником IASP. Небольшие доли в общем количестве (от 1,5 до 3,0%) составляют страны с 8 и более технопарковыми структурами.

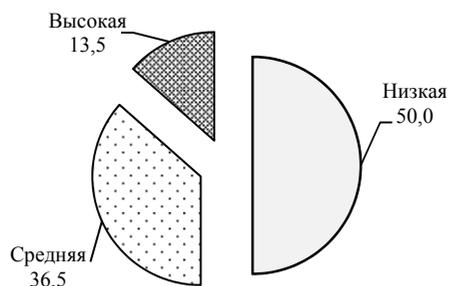


Рис. 3. Структура стран по степени широты отраслевых специализаций технопарковых структур – участников IASP, %¹

Таблица 3

Группировка стран по количеству технопарковых структур – членов IASP

Страна	Количество технопарковых структур – участников IASP	Доля стран от общего количества стран – участников IASP (67 стран), %
Азербайджан, Аргентина, Армения, Беларусь, Болгария, Ботсвана, Венесуэла, Вьетнам, Индия, Катар, Косово, Кувейт, Латвия, Люксембург, Македония, Марокко, Намибия, Норвегия, Объединенные Арабские Эмираты, Пакистан, Парагвай, Перу, Сингапур, Сирия, Уругвай, Хорватия, Чешская Республика, Швейцария, Япония	1	43,3
Бельгия, Колумбия, Нигерия, Оман, Панама, Словения, Таиланд, Эквадор	2	11,9
Литва, Нидерланды, Словакия, Тайвань, Тунис, Эстония, Южная Африка	3	10,4
Австрия, Малайзия	4	3,0
Дания, Мексика, Саудовская Аравия	5	4,5
Германия, Греция, Соединенное Королевство Великобритании, Финляндия, Южная Корея	6	7,5
Португалия, Франция	8	3,0
Соединенные Штаты Америки	9	1,5
Италия	10	1,5
Канада	11	1,5
Польша, Швеция	12	3,0
Иран, Турция	14	3,0
Бразилия	16	1,5
Испания	30	1,5
Китай	31	1,5
Россия	36	1,5

Примечание. Составлено по: [4].

¹ Составлено по: [4].

Анализ технопарковых структур по занимаемой площади, по данным IASP, выявил их определенное соотношение (рис. 4). При этом наибольшую долю (45,4%) составляют ТПС с занимаемой площадью менее 200 тыс. м²; 21,8% – с площадью от 200 тыс. до 600 тыс. м²; 7,6% – от 601 тыс. до 1000 тыс. м²; 25,2% ТПС занимают площадь более 1000 м².

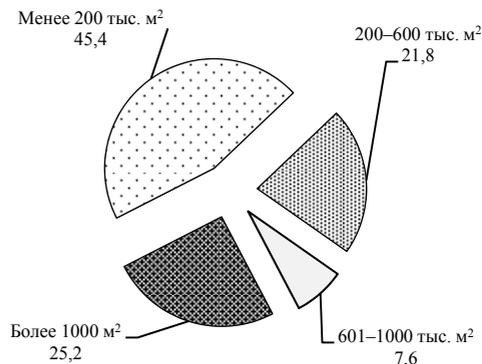


Рис. 4. Структура ТПС – участников IASP по занимаемой площади, %¹

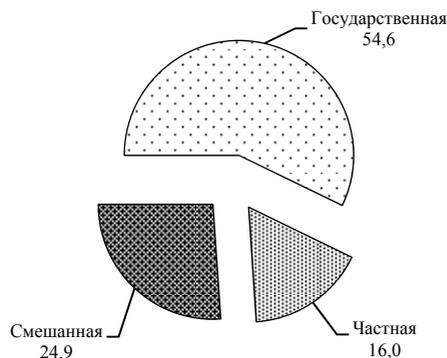


Рис. 5. Структура ТПС по форме собственности, %²

Технопарковые структуры, в основном, принадлежат государству (54,6%); в частной собственности – 16,0%, в смешанной – 29,4% (рис. 5). Это обусловлено тем, что государство всегда играет главную роль в развитии инновационной инфраструктуры и, соответственно, в становлении инновационной экономики страны. Малая доля частной собственности объясняется высокими затратами на создание, развитие и поддержку технопарковой структуры, особенно на начальной стадии.



Рис. 6. Структура ТПС по местоположению, %³

Оценка технопарковых структур по местоположению выявила следующее соотношение: 45,5% ТПС функционируют в малых городах с численностью населения менее 500 тыс. человек; 35,3% ТПС – в мегаполисах с численностью более 1 млн человек; 13,4% – в средних городах. Вне городских территорий расположены 5,9% технопарковых структур (рис. 6). Местоположение на городской территории объясняется наличием части готовой инфраструктуры и близостью к научным и образовательным организациям.

Анализ структурных звеньев выявил, что в подавляющем количестве технопарковых структур (91,6 и 80,7%) присутствуют бизнес-инкубаторы и исследовательские институты. В 59,7% ТПС функционируют объекты досуга для сотрудников; в 42,9% в состав входит университет;

¹ Составлено по: [4].

² То же.

³ То же.

в 21,8% ТПС могут работать и проживать сотрудники, для которых в 42,9% ТПС предоставляются различные виды социальных услуг (рис. 7).

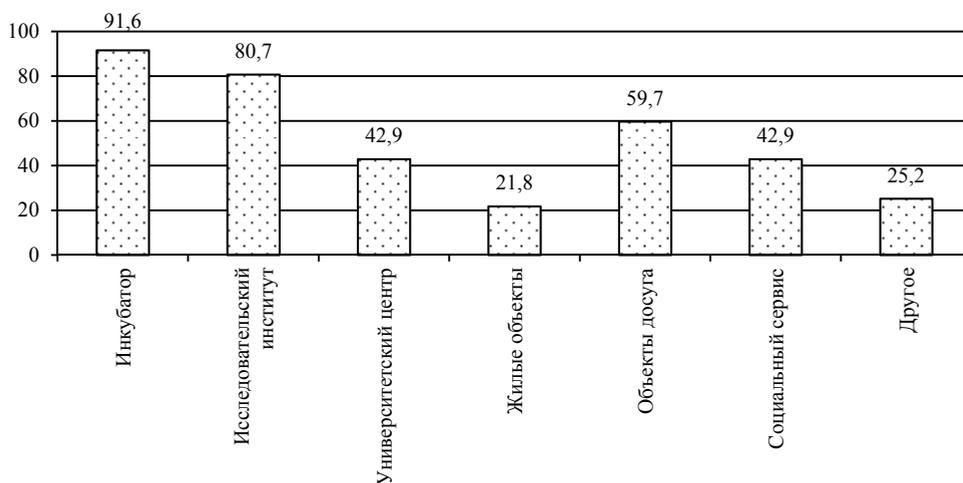


Рис. 7. Доля ТПС, в рамках которых функционируют соответствующие структурные звенья, %¹

Таким образом, анализ состояния и тенденций развития технопарковых структур в мире выявил следующее:

- 1) отсутствует единый источник статистической информации о деятельности технопарковых структур стран мира; самый информативный источник содержит данные только примерно о 15% технопарковых структур мира;
- 2) основными специализациями ТПС являются: информационно-коммуникационные технологии, биотехнологии, здравоохранение, электроника, энергетика;
- 3) высокой степенью универсальности обладают технопарковые структуры 13,5% стран – участниц IASP;
- 4) технопарковые структуры, в основном, сосредоточены в мегаполисах и малых городах;
- 5) государственная собственность является преобладающей в ТПС;
- 6) 45,4% технопарковых структур занимают площадь менее 200 тыс. м².

Библиографический список

1. Lindholm Dahlstrand Åsa, Lawton Smith Helen. Science parks and economic development // Globalization of technology. Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS). URL : <http://www.eolss.net/sample-chapters/c15/e1-31-02-03.pdf>.
2. Мальцева А. А., Чевычелов А. В. Мировые тенденции развития технопарковых структур: выборочный анализ / проблемный анализ и государственное управленческое проектирование политология экономика право // Научный журнал. 2012. Т. 5, № 2(22).
3. Charles W. Wessner Understanding Research, Science and Technology Parks: Global Best Practice: Report of a Symposium. URL : <http://www.nap.edu/catalog/12546.html>.
4. International Association of Science Parks and Areas of Innovation. URL : <http://www.iasp.ws>.
5. World Alliance for Innovation – WAINOVA. URL : <http://www.wainova.org>.
6. НИИЦ МИИРИС. URL : <http://www.miiiris.ru>.
7. Association of University Research Parks. URL : <http://www.aurp.net>.

¹ Составлено по: [4].

8. *The United Kingdom Science Park Association*. URL : <http://www.ukspa.org.uk>.
 9. *Institute characteristics and trends in North American research parks : 21st century direction // Battelle Technology Partnership practice developed in cooperation with Association of University Research parks*. October. 2007. URL : <http://www.urenio.org/2007/10/31/characteristics-and-trends-in-research-parks>.
 10. *The National Business Incubation Association (NBIA)*. URL : <http://www.nbia.org>.

О. В. Плиска

*кандидат экономических наук, доцент кафедры управления качеством
 ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)*

Анализ системы менеджмента качества ООО «Газпром трансгаз Югорск»

Аннотация. Один из важнейших факторов роста эффективности производства – повышение качества выпускаемой продукции, что расценивается в настоящее время как решающее условие ее конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Это достижимо за счет регулярного контроля аналитических данных и необходимой корректировки деятельности, полного устранения дефектов и непроизводственных затрат, четкого выполнения поставленных задач в срок. Система менеджмента качества (СМК), основываясь на процессном подходе к управлению, позволяет постоянно совершенствовать производственный процесс, а также более эффективно использовать имеющийся кадровый, материально-технический, информационный и финансовый потенциал организации.

В статье рассмотрены основные направления деятельности СМК: осуществление активного стратегического управления и использование инновационных подходов в решении некоторых задач; постоянное совершенствование выпускаемой продукции, оказываемых услуг и привлечение сотрудников к деятельности по улучшению качества.

Ключевые слова: качество; система менеджмента качества; стандарты ИСО 9000; удовлетворенность потребителей.

В современных условиях стратегия развития любой страны предполагает использование глобального критерия – качества, нацеленного на удовлетворение личных, производственных и общественных потребностей. С улучшением качества связаны научно-технический прогресс и, как следствие, повышение эффективности общественного производства. Все достижения науки, техники, организации производства, в конечном счете, отражаются на качестве продукции, работ, услуг [3].

Международные стандарты ISO – набор требований к системам управления, которые реализованы в универсальных требованиях к организации работы и руководству системой, необходимости применения известных методик (например, процессный подход, анализ рисков на основе принципов НАССР/ХАССП и др.), наличию объективных доказательств деятельности (например, наличие документации и ведение записей) [2]. Обобщив разные определения, разработанные ISO, можно констатировать: СМК – это система, созданная на предприятии для постоянного формирования политики и целей в области качества, а также для достижения этих целей.

СМК призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей. Ее главная задача – не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг) [5]. Причиной брака всегда являются неправильные действия. Чтобы их избежать, необходимо описать правильные действия для создания качественной продукции или услуг, разработать инструкции по выполнению правильных действий и контролировать эти действия [4].

Основные принципы СМК [1]

Принцип 1 – ориентация на потребителя. Организации зависят от своих потребителей, и поэтому они должны понимать текущие и будущие запросы, выполнять их требования и стремиться превзойти ожидания.

Принцип 2 – лидерство руководителя. Руководители устанавливают единство цели и направления деятельности организации. Они должны создавать и поддерживать такую внутреннюю среду, при которой персонал может быть полностью вовлечен в решение задач организации.

Принцип 3 – вовлечение работников. Работники всех уровней составляют основу организации, и полное вовлечение в работу дает возможность с выгодой использовать их способности.

Принцип 4 – процессный подход (является одним из краеугольных камней стандарта). Процесс следует рассматривать с точки зрения вопроса, что происходит в организации при изготовлении продукции или предоставлении услуги; иными словами, что сделать, чтобы поставить продукцию или услугу потребителю?

Принцип 5 – системный подход к менеджменту. Недостаточно идентифицировать процессы – ими надо управлять. Для этого организации следует понять, насколько процессы взаимосвязаны и как их объединить в систему.

Принцип 6 – постоянное улучшение. Организация не должна «пугаться» требования постоянного улучшения; напротив, его следует рассматривать как долговременную цель.

Принцип 7 – принятие решений, основанное на фактах. Принятие решения, базирующегося на тщательно изученных и представленных в ясной форме фактах, должно быть основой любого бизнеса.

Принцип 8 – взаимовыгодные отношения с поставщиками. В любом бизнесе роль поставщика не менее значима, чем потребителя. Хорошее взаимодействие в интересах обеих сторон – и поставщика, и организации.

ООО «Газпром трансгаз Югорск» – крупнейшее газотранспортное предприятие ОАО «Газпром», осуществляющее транспортировку газа с месторождений Северо-западной Сибири (Медвежьего, Уренгойского, Ямбургского, Заполярного и др.) потребителям Европейской части нашей страны, странам ближнего и дальнего зарубежья. Протяженность магистральных газопроводов ООО «Газпром трансгаз Югорск» в многониточном исчислении составляет 1,5 тыс. км. Ежесуточно газотранспортной системой (ГТС) ООО «Газпром трансгаз Югорск» транспортируется до 1,5 млрд м³ газа.

Краснотурьинское ЛПУ МГ (далее КЛПУ МГ) – филиал ООО «Газпром трансгаз Югорск». Обслуживает магистральные газопроводы: «Игрим – Серов», «Надым – Пунга – Н.Тура III», «Уренгой – Петровский», «Уренгой – Новопсков», «Уренгой – Центр I», «Уренгой – Центр II», «Уренгой – Ужгород», «Ямбург – Елец I».

Система управления и качество услуги по транспортировке газа компании «Газпром трансгаз Югорск» сертифицированы и соответствуют требованиям Международного стандарта ISO 9001:2011, национального ГОСТ Р ИСО 9001-2011 и отраслевого СТО «Газпром 9001-2006 стандартов». Сертификаты о соответствии выданы международной сетью IQNet, национальной системой сертификации ГОСТ Р и системой добровольной сертификации «Газпромсерт».

Анализ СМК выполнен в соответствии с требованиями стандарта организации СТО 177-900.1-2010 «Система менеджмента качества». Анализ системы менеджмента качества со стороны руководства.

Приведем результаты анализа СМК по основным разделам.

Анализ политики в области качества. Политика в области качества утверждена и введена в действие приказом Генерального директора ООО «Газпром трансгаз Югорск».

Реализация обязательств политики осуществляется через результативное функционирование СМК и достижение организацией поставленных целей.

Анализ политики в области качества показал следующие:

- 1) политика за отчетный период реализована по всем направлениям;
- 2) она соответствует стратегическим целям ООО «Газпром трансгаз Югорск»;
- 3) политика создает достаточные условия для разработки и анализа целей в области качества;
- 4) доведена до персонала (методами информирования, обучения и т.д.), понятна и разделяется персоналом ООО «Газпром трансгаз Югорск»;
- 5) включает обязательства высшего руководства по соответствию СМК установленным требованиям, по постоянному улучшению и повышению результативности СМК;
- 6) пригодна и соответствует требованиям и целям ООО «Газпром трансгаз Югорск».

По результатам проведенного анализа политики в области качества на пригодность установлена ее высокая актуальность.

Анализ выполнения основных положений МС ИСО 9001:2011. ООО «Газпром трансгаз Югорск» уделяет особое внимание реализации основных принципов TQM на практике. Вся работа организации построена на них. Особое внимание уделяется реализации следующих основополагающих принципов:

- 1) *акцент на потребителя* – в ООО «Газпром трансгаз Югорск» создан специальный отдел для изучения потребностей потребителя;
- 2) *внимание к процессам* – ООО «Газпром трансгаз Югорск» основывает свою работу на процессном подходе и внимательно следит за их протеканием. Разработана процессная модель системы менеджмента качества, в которой определены процессы управления, основные и вспомогательные процессы;
- 3) большое значение имеет развитие *системы экологического менеджмента (СЭМ)*. На предприятии проводится постоянный экологический контроль с целью обеспечения требований природнадзора в процессе хозяйственной деятельности, выполнения нормативов воздействия на окружающую среду, лимитов использования природных ресурсов, нормативов качества окружающей природной среды в зоне влияния предприятия. Разработана также процессная модель для системы экологического менеджмента на предприятии;
- 4) *постоянное улучшение* – в ООО «Газпром трансгаз Югорск» создана система менеджмента качества, одной из главных задач которой является постоянное улучшение качества услуги. Разрабатываются планы мероприятий по улучшению СМК;
- 5) *базирование решений только на фактах* – руководство ООО «Газпром трансгаз Югорск» ответственно подходит к принятию решений и старается делать окончательные выводы только после тщательного изучения вопросов;
- 6) *подготовка кадров* – ООО «Газпром трансгаз Югорск» выступило инициатором организации учебного центра для повышения квалификации персонала.

Анализ взаимодействия с потребителями. В рамках анализа СМК проведен мониторинг удовлетворенности потребителей – газотранспортных обществ, граничащих с ООО «Трансгаз Югорск». ООО «Газпром трансгаз Чайковский» и ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург».

Согласно расчетной методике анализа удовлетворенности потребителей степень удовлетворенности деятельностью ООО «Газпром трансгаз Югорск» за 2014 г. составила 4,4 балла, что превысило рейтинг прошлого года на 0,5 балла (табл. 1).

Наряду с этим, в 2014 г. с целью мониторинга удовлетворенности потребителя были подготовлены и направлены «Листы анкетирования для оценки удовлетворенности потребителя» в производственные департаменты ОАО «Газпром». Результаты

оценки – 3,8 и 3,5 балла соответственно и предложения по повышению показателей удовлетворенности были предоставлены Департаментом АСУ ТП и отделом защиты от коррозии Департамента по транспортировке, подземному хранению и транспортировке газа.

Таблица 1

**Результаты мониторинга удовлетворенности потребителей –
дочерних газотранспортных предприятий за 2014 г.**

Показатели оценки удовлетворенности потребителей		ООО «Газпром трансгаз Ухта»	ООО «Газпром трансгаз Чайковский»	ООО «Газпром трансгаз Екатеринбург»	Среднее значение удовлетворенности
Соблюдение объемов поставки газа	Вес критерия	1,0	1,0	1,0	
	Оценка	5,0	5,0	5,0	
	Удовлетворенность	5,0	5,0	5,0	5,0
Соблюдение режимов поставки газа	Вес критерия	1,0	1,0	1,0	
	Оценка	5,0	5,0	5,0	
	Удовлетворенность	5,0	5,0	5,0	5,0
Комплексный состав природного газа	Вес критерия	1,0	1,0	1,0	
	Оценка	4,0	4,0	4,0	
	Удовлетворенность	4,0	4,0	4,0	4,0
Значение точки росы газа по воде	Вес критерия	1,0	1,0	1,0	
	Оценка	3,0	4,0	3,0	
	Удовлетворенность	3,0	4,0	4,0	3,7
Значение объемов доли кислорода	Вес критерия	1,0	1,0	1,0	
	Оценка	4,0	4,0	4,0	
	Удовлетворенность	4,0	4,0	4,0	4,0
Взаимодействие между предприятиями	Вес критерия	1,0	1,0	1,0	
	Оценка	5,0	5,0	5,0	
	Удовлетворенность	5,0	5,0	5,0	5,0
Комплексный показатель оценки удовлетворенности потребителей		4,3	4,5	4,5	4,4

Анализ информационных материалов об удовлетворенности деятельности ООО «Газпром трансгаз Югорск» в 2014 г. характеризуется положительной динамикой.

Анализ продукции. Анализ показателей качества услуги по транспортировке газа (температура, точки росы по влаге) был проведен с применением статистических методов. Графическое представление результатов характеризует стабильность и управляемость процесса со стороны предприятия. Однако потенциальный риск на поставку газа несоответствующего качества присутствует, так как осуществляется отбор газа из Пунгинского ПХГ, который не оборудован соответствующей станцией для очистки газа. Температура точки росы отбираемого из ПХГ газа в зимний период составила $-2,4$ °С (в норме -10 °С).

Реализация проекта «Расширение Пунгинского ПХГ» до 3,5 млрд м³ активного газа предусматривает строительство узла подготовки газа. Ввод в эксплуатацию этого объекта предполагается в 2016 г. Это позволит привести качество природного газа к действующим нормативным требованиям.

Анализ выполнения корректирующих и предупреждающих действий. Корректирующие действия в ООО «Газпром трансгаз Югорск» предпринимаются при выявлении работ, не соответствующих установленным требованиям.

На предприятии разработаны мероприятия по обнаружению и устранению несоответствий. Приведем перечень возможных несоответствий и несоответствующей продукции Краснотурьинского ЛПУ МГ (табл. 2).

По результатам анализа СМК на предприятии за 2014 г. система признана результативной.

Перечень возможных несоответствий и несоответствующей продукции в Краснотурьинском ЛПУ МГ

№ п/п	Наименование несоответствующей продукции (несоответствий)	Способы управления несоответствующей продукцией (несоответствий)			Ссылка на регламентирующий документ
		Идентификация (регистрация) несоответствующей продукции и несоответствий	Осуществление действий с целью устранения обнаруженных несоответствий	Осуществление действий с целью предотвращения	
1. Несоответствующая продукция					
1.1	Материально-технические ресурсы: несоответствия НТД ОАО «Газпром»	1. Маркировка оборудования, участков, узлов. 2. Оформление акта приемки ТМЦ		1. Установка информационных табличек на оборудование 2. Ограждение несоответствующего оборудования и участков	1. Положение о проведении входного контроля материалов и оборудования. 2. СТО 00154223-77-2011
1.2	Несоответствия оборудования по: эксплуатации и техническому обслуживанию; безопасности (в том числе экологической); надежности	1. Маркировка оборудования, участков, узлов. 2. Запись в журнал дефектов основного и вспомогательного оборудования. 3. Оформление акта отказа, расследования причин аварии	1. Вывод несоответствующего оборудования из состава действующего оборудования. 2. Замена (ремонт) несоответствующего оборудования	1. Установка информационных табличек на оборудование. 2. Ограждение несоответствующего оборудования и участков. 3. Определение места хранения несоответствующего оборудования	1. СТО Газпром 2-3.5-454-2010. 2. СТО 00154223-59-2011. 3. СТО 00154223-10-2005. 4. Производственные инструкции по эксплуатации оборудования. 5. Эксплуатационная документация на оборудования
1.3	Несоответствие средств измерений: метрологическим характеристикам; повреждение СИ в ходе эксплуатации	1. Маркировка оборудования, участков, узлов. 2. Запись в журнал дефектов основного и вспомогательного оборудования. 3. Оформление акта отказа, расследования причин аварии	1. Вывод несоответствующего оборудования из состава действующих средств измерений. 2. Замена (ремонт) несоответствующих средств измерений	Определение места хранения несоответствующих средств измерения	1. СТО 00154223-59-2011. 2. СТО 00154223-36-2010
2. Несоответствия					
2.1	Нарушение договорных обязательств на поставку газа через ГРС	1. Регистрация в оперативном журнале начальника смены ДС. 2. Доклад по селекторной связи	1. Устранение последствий нарушений согласно плану ликвидации аварий. 2. Восстановление режима поставки газа		План ликвидации возможных аварий
2.2	Нарушение правил технической эксплуатации оборудования	1. Запись в журнал дефектов основного и вспомогательного оборудования. 2. Оформление актов проверок	Разработка и внедрение мероприятий по устранению нарушений		Правила технической эксплуатации оборудования
2.3	Экономическая деятельность филиала	Записи по результатам аудита (акты проверок)	Разработка и внедрение мероприятий по устранению нарушений		Положение о СУПХД
2.4	Административная и юридическая деятельность филиала	То же	То же		Нормативно-правовые акты РФ
2.5	Процессы СМК, не соответствующие требованиям	– // –	– // –		1. Стандарты СТО Газпром серии 9000. 2. СТО ГТЮ по СМК

По результатам разработаны основные направления улучшения СМК на 2015–2016 гг.:

1) обеспечить в филиале внутреннюю систему планирования мероприятий по качеству;

2) обеспечить надлежащее качество технического обучения инженерно-технического персонала требованиям Правил эксплуатации магистральных газопроводов, охраны труда и промышленной безопасности;

3) распространить требования системы менеджмента качества на все подразделения предприятия;

4) разработать и реализовать концепцию интегрированной системы менеджмента с четкими полномочиями и ответственностью предприятия по внедрению современных систем менеджмента.

В ООО «Газпром трансгаз Югорск» ведутся работы по улучшению качества системы менеджмента, для этого разрабатываются соответствующие планы. Курс предприятия направлен на интеграцию систем менеджмента.

Библиографический список

1. *Восемь* принципов менеджмента качества – реализация на практике. URL : <http://quality.eup.ru/GOST/8pr-gr.htm>.
2. *Гличев А. В.* Основы управления качеством продукции. М. : РИА «Стандарты и качество», 2008.
3. *Ильенкова С. Д.* Управление качеством. М.: Банки и биржи ; Юнити, 2008.
4. *Мишин В. М.* Управление качеством : учеб. пособие. М. : Юнити-Дана, 2009.
5. *Что* такое СМК. URL : <http://ecm-journal.ru/docs/Tak-chno-takoe-SMK.aspx>.

Содержание

Проблемы развития интеллектуальных информационных технологий в условиях новой экономики

Банних Г. А. Информационная культура в повседневных практиках городского жителя	3
Царегородцева С. Р. Анализ и перспективы развития консалтингового бизнеса	6
Шитова Т. Ф. Проблемы развития интеллектуальных информационных технологий и их применение на практике	12

Экономическая динамика и социально-экономические последствия

Гаянова В. М., Зиновьева В. Е. Прогноз развития российского рынка недвижимости	17
Курдюмов А. В. Оценка продовольственной защищенности населения России	20

Власть и гражданское общество в России: грани взаимодействия

Трофимов А. В. Коррупция на Урале в середине XX века: исторический контекст	26
---	----

Торговля, общественное питание и потребительский рынок

Агабабаев М. С. Современное состояние и перспективы развития рынка говядины в России	31
Бортник Б. И. Роль естественнонаучных дисциплин в формировании инновационного стиля мышления при подготовке специалистов для пищевых отраслей	36
Борцова Е. Л. Вопросы страхования ответственности исполнителя услуг общественного пи- тания	40
Донскова Л. А. Продовольственные товары как объекты интеллектуальной собственности: состояние, проблемы и перспективы развития	46
Заворохина Н. В. Перспективы использования безалкогольных напитков в качестве основы для придания заданных свойств	51
Зуева О. Н. Сущность и подход к анализу потребительских запасов, потребительских и логи- стических издержек	55
Карх Д. А. Характеристика основных тенденций развития торговой отрасли в Российской Федерации	61
Крюкова Е. В. Целесообразность применения продуктов помола зерна полбы в производ- стве мучных кондитерских изделий	66
Мысаков Д. С., Чугунова О. В. Применение продуктов переработки соевых бобов в произ- водстве продуктов питания	72
Попова И. Н. Современные тенденции развития розничной торговли	76
Скопова Л. В. Использование современных методов коммуникации в торговой деятельности ...	80
Тарасова В. В. Проблемы и перспективы компании «Нестле» в Уральском регионе	85
Тихонов С. Л., Ваганов Е. Г. Особенности мясного сырья с признаками PSE и DFD	89

Тихонова Н. В., Малишевский А. А. Использование БАД «Эрамин» для производства обогащенных продуктов питания	92
Фадеева З. О., Коваль А. И. Пути совершенствования и перспективы развития конъюнктуры российского рынка молочной продукции	97
Феофилактова О. В. Факторы повышения сохраняемости плодоовощной продукции.....	100
Чугунова О. В. Инновационные направления развития сферы общественного питания (на примере безалкогольных напитков)	105
Шахназарян С. А. Основные факторы и критерии оценки состояния процессов реверсивной логистики	110

Науки о Земле и современные биотехнологии

Рыбаков Ю. С. Продовольственная безопасность вблизи техногенной провинции горно-химических и горно-металлургических предприятий.....	115
---	-----

Сервисная экономика и туризм

Ивлиева Е. А. Теоретические основы анализа туристской деятельности.....	119
Курилова Е. В. Повышение конкурентоспособности и развитие экотуристических дестинаций в Свердловской области	124
Лобанова Н. Н. Социально-экономический и природный ресурсы, роль государства в развитии туризма во Франции	128
Махинова Н. В. Методические подходы к формированию требований к подбору и оценке управленческого персонала медицинского учреждения.....	133
Огурцова Ю. Н. Проблемы развития российского туризма в современный период.....	136
Ошкордина А. А. Особенности оценки эффективности социально ориентированных услуг здравоохранения в сервисной экономике.....	142

Экономическая теория, теоретическая экономика

Анисимов А. Л. К вопросу о неопределенности термина «механизм» в экономических исследованиях.....	147
--	-----

Инновационность, нововведения, стратегия экономического развития

Авдеев П. А. Методические подходы к совершенствованию системы стратегического планирования (на примере национальной инновационной системы)	153
Буценко Е. В. Практика применения сетевого моделирования для оптимизации управления инвестиционным проектированием на предприятии.....	160
Ляшенко Е. А. Технопарковые структуры как форма организации и стимулирования инновационной деятельности: оценка зарубежного опыта	164
Плиска О. В. Анализ системы менеджмента качества ООО «Газпром трансгаз Югорск».....	172

Научное издание

**ЭКОНОМИКА, ОБЩЕСТВО, ЧЕЛОВЕК:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ, РЕАЛЬНОСТЬ**

Сборник научных публикаций

Часть 2

Редактор и корректор *М. В. Баусова*

Компьютерная верстка *Н. И. Якимовой*

Поз. 118. Подписано в печать 28.09.2015.

Формат 70 × 100 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 14,1. Усл. печ. л. 14,84. Тираж 500 экз. Заказ 718.

Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета