

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ЕВРАЗИИ:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ,  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА В УСЛОВИЯХ  
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА И ВТО**

**Материалы  
Международной научно-практической конференции**

**(Екатеринбург, 29 ноября 2019 г.)**



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации



Уральский государственный экономический университет

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ЕВРАЗИИ:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ,  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА В УСЛОВИЯХ  
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА И ВТО**

Материалы  
Международной научно-практической конференции  
(Екатеринбург, 29 ноября 2019 г.)

Екатеринбург  
2020

УДК 339.5.062

ББК 65.5я43

П64

**Ответственные за выпуск:**

доктор экономических наук, профессор

*В. М. Каточков,*

доктор экономических наук, доцент

*О. Н. Зуева*

**Научный редактор:**

кандидат экономических наук

*Е. В. Топоркова*

П64 **Потребительский рынок Евразии: современное состояние, теория и практика в условиях Евразийского экономического союза и ВТО** [Текст] : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 29 ноября 2019 г.) / [отв. за вып.: В. М. Каточков, О. Н. Зуева] ; М-во науки и высшего образования Рос. Федерации, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2020. — 199 с.

Материалы международной научно-практической конференции посвящены актуальным проблемам, состоянию, теоретическим и практическим аспектам развития потребительского рынка Евразии в условиях Евразийского экономического союза и ВТО.

В сборнике представлен комплекс научно-исследовательских и практических материалов, отражающих результаты инновационного, интеллектуального, творческого поиска ученых, аспирантов, магистрантов и практических деятелей, полезные в управлении коммерческими и некоммерческими структурами потребительского рынка Евразии, а также для предприятий, формирующих инфраструктуру в рамках регионального, национального и Евразийского экономического союза и ВТО.

Материалы сборника представляют теоретико-прикладной интерес для широкого научного сообщества, аспирантов, соискателей, магистрантов и студентов высших учебных заведений и среднего специального образования по направлениям: торговое дело, коммерция и товароведение.

УДК 339.5.062

ББК 65.5я43

© Авторы, указанные в содержании, 2020

© Уральский государственный  
экономический университет, 2020

## СЕКЦИЯ 1

### Качество, безопасность и конкурентоспособность потребительских товаров: современное состояние, теория и практика в условиях Евразийского экономического союза и ВТО

---

Я. В. Аношко

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

#### Уровень конкуренции в Российской Федерации и пути его повышения на основе маркетинговой логистики

Рассматривается современное состояние рынка конкуренции в России по данным аналитического центра при Правительстве РФ и представлены пути повышения конкурентоспособности с использованием взаимодействия маркетинга и логистики.

**Ключевые слова:** аналитический центр при Правительстве РФ; маркетинг; логистика; маркетинговая логистика; конкурентоспособность; рынок покупателя.

По данным аналитического центра при Правительстве РФ, исследуя представителей российского бизнеса, было выявлено, что 51 % опрошенных считают уровень конкуренции в России в 2019 г. высоким и очень высоким, из них 36 % утверждают, что эта напряженная конкуренция полезна для бизнеса, 25 % не замечают ее положительного влияния, но только 22 % опрошенных не замечают конкуренции в своей области деятельности<sup>1</sup>.

Увеличение конкуренции на российском рынке произошло впервые с 2015 г., и данный показатель заставляет раз в год и чаще принимать меры по повышению конкурентоспособности своей продукции, а также разрабатывать новые способы для сохранения рыночной позиции. На основе проводимого исследования были выявлены распространенные способы повышения конкуренции среди руководителей бизнеса:

- 61 % — снижение затрат на производство и реализацию продукции и услуг (выведение новых продуктов);
- 47 % — обучение персонала;
- 43 % — модернизация маркетинговых стратегий<sup>2</sup>.

Рассмотрим один из методов повышения конкурентоспособности с помощью модернизации маркетинговых стратегий. Под мар-

---

<sup>1</sup> Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. URL: <http://ac.gov.ru>.

<sup>2</sup> Там же.

кетинговой стратегией понимают долгосрочный и перспективный подход к планированию, основанный на конкурентных преимуществах компании.

Современный участник рынка должен иметь в виду, что изменилась манера потребления товаров, увеличилось время разработки нового товара и сократился жизненный цикл самого товара. Поэтому производство не должно ориентироваться на выпуск необходимого товара для рынка только с применением маркетинговых инструментов [1].

Разрабатывая и модернизируя маркетинговые стратегии, производителям следует учитывать интересы логистики, поскольку логистика не только дополняет маркетинг, но и взаимодействует с ним. Логистика сочетает транспорт и поставщика в согласованную систему с единой техникой и технологией [2]. В результате этого не только состояние логистики, но и ее уровень развития оказывают все большее влияние на ориентацию предприятия.

В отличие от маркетинга, логистика предоставляет более успешную координацию различных факторов в широком производственно-отраслевом диапазоне, территориально-географическом районе в условиях динамичности социально-экономической сферы.

С помощью логистической интеграции производство с минимальными затратами осуществляет поставку товара. Правила логистики отвечают на возникающие вопросы маркетинга, рассмотрим их в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительная таблица вопросов маркетинга и 7 правил логистики

Маркетинг	Логистика
Какой товар нужен?	Нужный товар
Где?	В нужном месте
Когда?	В нужное время
В каком количестве?	В необходимом количестве
Качество товара?	Необходимого качества
По какой цене?	С минимальными затратами
Кому?	Соответствующим потребителям

*Примечание.* Логистика: учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. М.: Эксмо, 2016.

Для комплексного управления логистикой предприятия ее необходимо тесно привязывать к организации производства, мар-

кетинга, финансовой деятельности организации. Очень важным критерием является и четкое понимание прерогатив логистики и маркетинга как прикладных наук. С помощью интеграции логистики и маркетинга рассмотрим обобщенную структуру основных управленческих функций на предприятии (табл. 2).

Таблица 2

**Управленческие функции на предприятии при интеграции маркетинга и логистики**

Управленческие функции	Логистика	Маркетинг
Размещение предприятия	+	+
Разработка товара, ассортиментной структуры производства, упаковки	+	+
Управление производственными процессами	+	
Выбор оборудования и разработка технологических процессов	+	
Планирование производственно-хозяйственной деятельности	+	
Планирование транспортно-складской сети	+	+
Управление внутренним и внешним транспортом	+	+
Управление материальными запасами	+	
Управление товарными запасами	+	+
Материально-техническое обеспечение производства	+	
Подготовка продукции к производственному потреблению	+	
Выбор транспортной модели в системе распределения	+	+
Планирование услуг	+	+
Управление системой сервиса	+	+
Диспетчеризация производства	+	+
Диспетчеризация снабжения (закупок)	+	
Диспетчеризация сбыта	+	+
Проектирование производственных и транспортно-складских мощностей	+	+

*Примечание.* Логистика: учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. М.: Эксмо, 2016.

На основе взаимодействия маркетинга и логистики можно выделить совместные функции и процедуры (табл. 3).

Таблица 3

## Совместные функции и процедуры маркетинга и логистики

Функции	Процедуры
Принятие решения о производстве продукта	Разработка нового вида продукции и производства комплектующих для производства или их закупки, производство и модификация продукции
Определение потенциальных источников снабжения	Сбор первичной информации о поставщиках, поиск и оценка их работы по соответствующим критериям, выбор поставщиков
Планирование и организация производственного процесса	Планирование объемов продаж продукции и необходимого материально-технического снабжения, распределение и организация материальных ресурсов и промежуточной продукции в производстве
Принятие решений в сбытовой деятельности	Поиск, сбор первичной и вторичной информации о новых рынках и каналах сбыта, оценка их и выбор рынка и каналов дистрибуции, осуществление доставки продукции до конечного потребителя

*Примечание.* Логистика: учебник / В.В. Дыбская, Е.И. Зайцев, В.И. Сергеев, А.Н. Стерлигова; под ред. В.И. Сергеева. М.: Эксмо, 2016.

В результате тесного взаимодействия появился термин — маркетинговая логистика — это управление материальными потоками на всей цепочке поставок с ориентацией на потребительские предпочтения с минимальными затратами для производства.

Маркетинговая логистика основана на объединении идей маркетинга и логистики и перед ней ставятся такие задачи, как:

- ассортиментный перечень для загрузки производства, основанный на потребительских предпочтениях;
- эффективные технологии применения ресурсов производства;
- перечень требований к упаковке;
- соответствие качеству продукции;
- обнаружение причин потери времени и нерационального распределения ресурсов (как производственных, так и трудовых) [2].

Все задачи маркетинговой логистики связаны с потоками готовой продукцией, и затраты на нее составляют 30–40 % себестоимости товара.

В заключение можно сделать вывод, что по результатам исследования аналитического центра при Правительстве РФ 43 % опрошенных игроков бизнеса применяют такой метод для повышения

конкурентоспособности, как использование новых маркетинговых стратегий.

Но рынок диктует потребность к быстрому реагированию на основе изменения жизненного цикла товаров и потребительских предпочтений. Поэтому инновацией в разработке новых маркетинговых стратегий может стать тесное взаимодействие с логистикой предприятия, тем самым формируя маркетинго-логистическую стратегию, которая будет уделять внимание таким показателям, как: целевой рынок, аудитория, объем продаж, каналы распределения, производственные процессы, виды транспортировки, хранения и качества используемого сырья. Также использование логистики при формировании маркетинговой стратегии будет способствовать сокращению издержек производства.

#### **Библиографический список**

1. Дуровин А. Н. Маркетинг предпринимательской деятельности: учеб. пособие. Минск: НПЖ Финансы и учет, 2014.
2. Логистика: учебник / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова; под ред. В. И. Сергеева. М.: Эксмо, 2016.

**Е. А. Букерт**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

### **Проблемы правового реагирования государства на нарушения интеллектуальной собственности субъектами внешнеэкономической деятельности**

Статья посвящена установлению причин роста объемов выявленной таможенными органами контрафактной продукции. В ходе анализа установлены: неоднозначность правового положения индивидуальных предпринимателей, позволяющая им провозить товары в личном багаже как приобретенные для личного пользования, и снижать уровень ответственности за выявленный провоз контрафакта при условии рассмотрения их как физических лиц; отсутствие у таможенных органов возможности самостоятельного принятия решения об уничтожении контрафактного товара. В итоге сделан вывод о необходимости изменения действующего законодательства.

**Ключевые слова:** интеллектуальная собственность; контрафактная продукция; фальсифицированная продукция; контрабанда интеллектуальной собственности.

Согласно таможенной статистике, после более чем двузначного падения выявленных объемов контрафактной продукции, зарегистрированного в 2017 г., данные 2018 г. показали существенное

увеличение количества контрафактной и фальсифицированной продукции, обнаруженной таможенными органами, в сравнении с аналогичными данными 2017 г. (в 2016 г. таможенными органами было выявлено около 20,4 млн ед. контрафактной продукции<sup>1</sup>, в 2017 г. — 10,1 млн ед., в 2018 г. — 16,2 млн ед.<sup>2</sup>). Это свидетельствует о том, что поставщики контрафактной и фальсифицированной продукции не только раскрыли существующие недостатки таможенного контроля, но и смогли адаптироваться к ним, найти способы ухода от положенной по закону ответственности. Примечательно, что большая часть этих способов обусловлена несовершенством российского законодательства.

Первая из причин проявляется в тех случаях, когда поставщиками контрафактной или фальсифицированной продукции выступают индивидуальные предприниматели. Данная категория субъектов предпринимательства характеризуется неопределенностью правового положения. Так, согласно п. 1 ст. 23 ГК РФ, гражданин, зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя, осуществляет деятельность без образования юридического лица, то есть рассматривается как физическое лицо. Однако п. 3 той же статьи ГК РФ позволяет применять к индивидуальным предпринимателям правила предпринимательской деятельности, «которые регулируют деятельность юридических лиц, являющихся коммерческими организациями, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов или существа правоотношения». Следовательно, с точки зрения регулирования правил ведения предпринимательской деятельности индивидуальные предприниматели могут быть приравнены законом к юридическим лицам. Таким несовершенством правового положения индивидуальных предпринимателей на практике пользуются как сами индивидуальные предприниматели, так и различные органы государственной и судебной власти.

Так, например, индивидуальный предприниматель, пересекающий границу ЕАЭС с небольшой партией товара, может избежать уплаты таможенных платежей, если сможет убедить представителей таможни в том, что перевозимый им груз предназначен для личного пользования. Согласно существующим нормам, в составе вещей, перевозимых в ручной клади и багаже физического лица, разре-

---

<sup>1</sup> *Итоговый доклад о результатах и основных направлениях деятельности ФТС России в 2016 году.* URL: <http://customs.ru>.

<sup>2</sup> *Итоговый доклад о результатах и основных направлениях деятельности ФТС России в 2018 году.* URL: <http://customs.ru>.

шено перевозить до 5 кг продукции животного происхождения в заводской упаковке (в том числе из перечня товаров, к которым применяется продуктовое эмбарго), без ветеринарного сертификата страны отправления при условии благополучия в эпизоотическом отношении стран вывоза и производителя товара<sup>1</sup>. Примечательно, что норма установлена в расчете на одно физическое лицо без ограничения возраста. К примеру, захватив с собой супруга и двоих детей, индивидуальный предприниматель может ввести уже 20 кг санкционной продукции животного происхождения (например, санкционного сыра или пармской ветчины)<sup>2</sup>. В случае успешного ввоза санкционной продукции индивидуальный предприниматель может перепродать ее, получив немалую прибыль.

Следует отметить, что к этой уловке, используемой в основном для контрабанды товаров, в некоторых случаях можно прибегнуть и для ввоза на территорию РФ контрафактной продукции, а также незаконно приобретенных промышленных образцов и других носителей чужой интеллектуальной собственности.

Органы судебной власти для вынесения «удобного» решения по делу гораздо чаще используют неопределенность правового положения индивидуальных предпринимателей. В связи с этим показательно дело №А60-8440/2017 от 28 февраля 2017 г., открытое по заявлению Екатеринбургской таможни к индивидуальному предпринимателю по факту незаконного использования на части ввезенных товаров (чай зеленый) обозначений «Green Dragon», «Зеленый Дракон», сходных до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам на товарные знаки № 488919 от 6 июня 2013 г., № 283405 от 2 марта 2005 г., принадлежащим правообладателю АО «Тандер» (г. Краснодар). Екатеринбургской таможней выпуск товара был приостановлен, проведены необходимые следственные действия. По итогам расследования таможней вынесено определение о возбуждении дела об административном правонарушении по ч. 1 ст. 14.10 КоАП РФ (незаконное использование чужого товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения

---

<sup>1</sup> *Постановление* Правительства РФ от 29 июня 2011 г. № 501 «Об утверждении Правил осуществления государственного ветеринарного надзора в пунктах пропуска через государственную границу Российской Федерации» (с изм. и доп. от 31 мая 2019 г.).

<sup>2</sup> *Сколько* продуктов можно захватить с собой из-за рубежа? URL: <https://base.garant.ru/57336241>.

товара или сходных с ними обозначений для однородных товаров) с передачей дела в Арбитражный суд Свердловской области.

При вынесении вердикта суд применил ст. 2.4 КоАП РФ, которая позволяет отнести индивидуального предпринимателя к должностным лицам юридического лица<sup>1</sup>. Ответственность, предусмотренная для должностных лиц, определена законом в виде штрафа «в размере от 10 000 до 50 000 р. с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара, а также материалов и оборудования, используемых для их производства, и иных орудий совершения административного правонарушения».

Впоследствии суд, рассматривавший это дело в порядке апелляции, отнес индивидуального предпринимателя к физическим лицам. Это привело к снижению размеров административного наказания (административный штраф в этом случае ограничен суммой в диапазоне от 5 тыс. до 10 тыс. р. с конфискацией предметов, содержащих незаконное воспроизведение товарного знака, знака обслуживания, наименования места происхождения товара, а также материалов и оборудования, используемых для их производства, и иных орудий совершения административного правонарушения).

Представленный пример свидетельствует о том, что сам факт отнесения индивидуального предпринимателя к той или иной категории лиц снижает сумму его ответственности в 2–5 раз. Невысокие штрафы в совокупности с высокой маржой между стоимостью приобретения товара и потенциальной выручкой в случае удачного ввоза и последующей реализацией товара на территории РФ будут стимулировать индивидуального предпринимателя к принятию новых попыток ввоза контрафактной продукции и обесценивать действия таможи по выявлению контрафакта.

Еще один вид несовершенства российского законодательства установлен п. 4 ст. 1252 ГК РФ. Его суть состоит в том, что таможня не может уничтожить контрафактный товар без соответствующего решения суда. Следствием данной нормы являются:

– неопределенность правового положения контрафакта, изъяттого таможенными органами, но по которому в решениях суда не определена необходимость уничтожения (т. е. товар признан судом контрафактным, импортер признан виновным, в качестве

---

<sup>1</sup> Дело А60-8440/2017. URL: <http://kad.arbitr.ru>.

меры ответственности импортеру судом назначен штраф). В некоторых случаях это приводит к вынужденному выпуску в обращение товаров, признанных контрафактными. Такое положение дел заставляет таможенные органы и правообладателей снова обращаться к судебной инстанции, вынесшей решение, с уточнением определения по делу. Длительность судебных процессов до принятия решения об уничтожении контрафакта составляет от полугода до 2 лет<sup>1</sup>;

– необходимость хранения государством изъятой контрафактной и фальсифицированной продукции на складах временного хранения до получения соответствующего решения суда об ее уничтожении. В результате на ее хранение государством затрачиваются значительные средства.

Так, согласно данным Росалкогольрегулирования, суммарная площадь складов, на которых содержится изъятая из обращения алкогольная продукция, составляет более 9 га. На их содержание ежемесячно тратится более 40 млн рублей<sup>2</sup>. Немалые объемы складов затрачиваются из государственного бюджета и на продукцию других отраслей. Кроме того, большие объемы складов годами не уничтожающейся контрафактной и фальсифицированной продукции провоцируют воровство и различные коррупционные схемы, предусматривающие исчезновение контрафактной и фальсифицированной продукции со склада СВХ при его хранении. Так, например, в 2017 г. в Челябинске «конфисковавшие суррогат полицейские создали с помощью подставных лиц схему „легального“ вывоза и реализации спиртного с ведомственных складов»<sup>3</sup>.

Значительные затраты на хранение контрафактной продукции легкой промышленности еще в 2017 г. побудили Минпромторг подготовить проект постановления правительства, изменяющий порядок уничтожения контрафактных изделий легкой промышленности. Однако сокращения сроков хранения Минпромторг предлагал добиваться не за счет наделения таможенных органов правом уничтожения товаров, признанных судом контрафактными, а за счет исключения процедуры конфискации товаров и оценки

---

<sup>1</sup> Уничтожение контрафактного алкоголя могут начать без решения суда. URL: <http://tks.ru/reviews/2018/02/26/02>.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Кулькова В. Обвиняемого по делу о краже контрафакта со склада УМВД Челябинска отправили в СИЗО. URL: [https://znak.com/2017-08-10/obvinyаемogo\\_po\\_delu\\_o\\_krazhe\\_kontrafakta\\_so\\_sklada\\_umvd\\_chelyabinska\\_otpr](https://znak.com/2017-08-10/obvinyаемogo_po_delu_o_krazhe_kontrafakta_so_sklada_umvd_chelyabinska_otpr).

их стоимости<sup>1</sup>. На данный момент соответствующий законопроект не принят.

В начале 2018 г. поручение о разработке конкретных предложений «о ликвидации изъятой либо конфискованной спиртосодержащей продукции по решению уполномоченного органа» было дано Минфину вице-премьером Правительства РФ А. Хлопониним. Как и в предыдущем случае, этот вопрос министерством еще не рассматривался<sup>2</sup>.

Таким образом, действующие в настоящее время нормы права не только позволяют снижать ответственность виновных в нарушении интеллектуальных прав лиц, не стимулируя их к прекращению преступной деятельности, но и налагают значительную финансовую нагрузку на государственный бюджет, так как требуют длительного хранения на складах различных органов власти изъятой из оборота контрафактной и фальсифицированной продукции в процессе ожидания судебного решения об ее уничтожении. Это свидетельствует о неэффективности действующих норм права и необходимости их скорейшего изменения.

**И. К. Доманская**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург  
Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург*

## **Экологическая безопасность как фактор повышения конкурентоспособности потребительских товаров**

Рассматриваются понятия конкурентоспособности и безопасности продукции в контексте глобального кризиса, вызывающего изменение потребительских предпочтений. Экологическая сертификация и маркировка потребительских товаров на основе оценки жизненного цикла будут способствовать повышению их конкурентоспособности не только на внутреннем, но и на международных рынках.

**Ключевые слова:** глобальный кризис; потребительский рынок; конкурентоспособность; экологическая безопасность; экологизация сознания; оценка жизненного цикла.

Современный период развития общества характеризуется небывалой скоростью изменений социально-экономических условий,

---

<sup>1</sup> *Аветисян Р., Перцева Е.* Уничтожить немедленно. URL: <https://iz.ru/641863/roksana-avetisian-evgeniia-pertceva/nekachestvennuii-odezhdu-i-obuv-unichtozhat-bystree>.

<sup>2</sup> *Уничтожение* контрафактного алкоголя могут начать без решения суда. URL: <http://tks.ru/reviews/2018/02/26/02>.

повсеместным внедрением процессов цифровизации, роботизации и других инноваций, призванных повысить благосостояние населения, и в то же время катастрофически нарастающей угрозой истощения природных ресурсов и загрязнения окружающей среды, принимающей планетарный масштаб. В условиях стремительно развивающихся глобальных преобразований участники как мировых, так и национальных товарных рынков разных уровней испытывают серьезные проблемы, связанные с внедрением достижений научно-технического прогресса, изменениями в соотношении конъюнктурообразующих факторов и другими, в том числе, вызванными усилившейся конкуренцией [6; 8; 9]. При этом формы конкурентной борьбы становятся все более жесткими, а обеспечение собственной конкурентоспособности для предприятий является важнейшим условием продолжения функционирования [5, с. 10].

Среди значимых факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия как основного структурного элемента экономики, выделяют способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия для ее продвижения на рынке. Конкурентоспособность продукции — это мера ее привлекательности для потребителя [3, с. 170]. Многие исследователи ключевым моментом в формировании потребительских предпочтений в современном мире называют постепенную экологизацию сознания широких слоев населения, которую кратко можно интерпретировать как «мировоззренческие трансформации в условиях глобального экологического кризиса» [7, с. 159]. Осознание того, что природные ресурсы Земли являются единственным и уникальным источником материального благосостояния человечества, приводит к изменению отношения граждан к окружающей среде, своим потребностям и предпочтениям в выборе потребительских товаров. Более 10 лет тому назад на международных рынках отмечено появление категории так называемых ответственных потребителей, которые уже сегодня оказывают существенное влияние на деятельность многих компаний по всему миру, а ответственное отношение к приобретаемым товарам становится мировым трендом<sup>1</sup>.

Ответственные потребители, как и ответственные производители, во главу угла ставят, помимо качества, экологическую без-

---

<sup>1</sup> *Ответственное потребление: пространство новых возможностей для бизнеса и опыт российских компаний.* SKOLKOVO Moscow school of management. URL: [https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO\\_IEMS/Research\\_Reports/SKOLKOVO\\_IEMS\\_Research\\_2017-06-08\\_ru.pdf](https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_2017-06-08_ru.pdf). С. 12.

опасность продукции, которая должна обеспечивать соответствующие требования безопасности по отношению к жизни, здоровью человека, его жилищу и окружающей среде не только в процессе эксплуатации, но и в течение всего времени ее существования, начиная с момента добычи (синтеза) сырья до возможного рециклинга (утилизации) после эксплуатации. Таким образом, понятие «экологическая безопасность» применительно к потребительским товарам можно определить как относительную степень их потенциальной опасности для окружающей среды, включая прямое или косвенное влияние на жизнь и здоровье человека, на протяжении всего жизненного цикла их существования. При этом выбранные критерии и методы оценки экологической безопасности разных групп потребительских товаров могут быть различными (экспертный, квалиметрический, метод графов и др.), однако все они, согласно стандартам серии ISO 140000, должны проводиться на основе оценки жизненного цикла (ОЖЦ) [4; 11].

ОЖЦ продукции лежит и в основе систем экологической сертификации и маркировки. Согласно ГОСТ Р ИСО 14024-2000, общей целью экологической маркировки является доведение до потребителя проверяемой, точной, не вводящей в заблуждение информации, которая свидетельствует об экологической предпочтительности в рамках определенной группы однородной продукции на основе рассмотрения ее жизненного цикла. Таким образом, широкое внедрение объективной экологической сертификации потребительских товаров и экомаркировки, с одной стороны, позволит дать ответственному потребителю надежный критерий выбора экологически безопасной продукции, а с другой — поможет ее производителям в продвижении своих товаров на рынок и обеспечении повышения их конкурентоспособности [2, с. 150].

В странах ЕС сертификации продукции на соответствие международным экологическим стандартам уделяется большое внимание; ее рассматривают как важный инструмент мировой торговли. Страны, имеющие наиболее жесткие экологические стандарты, оказываются и наиболее конкурентоспособными [10, с. 81]. К сожалению, в Российской Федерации пока недостаточно развита национальная система экологической сертификации; нормативно-правовая база, поддерживающая применение ОЖЦ в производстве продукции, включая продовольствие, находится в стадии формирования. Недостаточное внимание экологическим проблемам уделяется и в Договоре «О Евразийском экономическом союзе» [1, с. 81]. В техни-

ческих регламентах, разработанных в рамках ЕАЭС (ТС), на потребительские товары, за редкими исключениями, отсутствует понятие экологической безопасности.

Эффективный путь развития отечественных предприятий в современных условиях, повышение конкурентоспособности и выход на внешние рынки их продукции возможны только при сочетании трех направлений деятельности: экономической, социальной и экологической. Обеспечение и подтверждение путем сертификации экологической безопасности потребительских товаров, при сохранении заданного качества, позволит удовлетворить предпочтения ответственных потребителей и в то же время повысить конкурентные преимущества продукции.

### Библиографический список

1. *Алихаджиева А. С.* Экологическая Россия в условиях ЕАЭС: перспективы развития // *Современные евразийские исследования.* 2015. № 1. С. 81–86.
2. *Гришанова С. В., Татаринова М. Н.* Проблемы экологизации потребления и экологическая маркировка продукции // *Вестник АГАУ.* 2013. № 9(107). С. 147–152.
3. *Донскова Л. А.* Конкурентоспособность продовольственных товаров: теоретические аспекты // *Journal of new economy.* 2010. № 5(31). С. 170–174.
4. *Князева В. П., Кавер Н. С., Бессонов И. В.* Методика экологического предпочтения при выборе систем наружного утепления зданий // *Academia.* Архитектура и строительство. 2010. № 3. С. 500–502.
5. *Михайлов К. Л., Михайлова Г. В.* Экологизация производства как основа формирования конкурентного бренда // *Экология человека.* 2007. № 10. С. 10–15.
6. *Морозенкова О. В.* Перспективы развития российского экспорта несырьевых неэнергетических товаров на новых рынках // *Российский внешнеэкономический вестник.* 2019. № 9. С. 44–60.
7. *Петрова Е. И.* Экологизация сознания в информатизирующемся обществе // *Интерэкспо Гео-Сибирь.* 2016. № 1. С. 159–165.
8. *Ревенко Л. С.* Мировые товарные рынки: тенденции XXI века // *Вестник СПбГУ. Сер. 5: Экономика.* 2015. № 3. С. 27–45.
9. *Темирова А. Б., Абдимомынова А. Ш.* Конкурентоспособность экономики Казахстана в рамках ЕАЭС // *Торговая политика.* 2018. № 1(13). С. 23–32.
10. *Ферару Г. С.* Экоинновационная деятельность как фактор повышения качества и конкурентоспособности продукции // *Стандарты и качество.* 2007. № 3. С. 80–84.
11. *Хорошавин А. В.* Развитие системы сертификации продукции по критериям экологической безопасности в России // *Экономика и экологический менеджмент.* 2014. № 2. С. 47–56.

## Новые направления обеспечения защиты жизни и здоровья детей на территории Евразийского экономического союза

Рассмотрены тенденции развития рынка оборудования для детских игровых площадок, показана значимость безопасной эксплуатации данных товаров, приведены требования к безопасности, качеству и испытаниям при оценке соответствия согласно нормативной документации.

**Ключевые слова:** безопасность; оборудование; технические регламенты.

Большую актуальность на современном этапе имеет исследование проблем контроля качества и безопасности оборудования для детей. Особенно это касается безопасной эксплуатации детских игровых площадок. Игровое оборудование, установленное в местах открытого пользования и находящееся во владении муниципалитетов или собственников жилья, должно быть безопасным и надежным в эксплуатации. Для обеспечения выполнения данных показателей в 2018 г. вступил в силу ТР ЕАЭС 042/2017 «О безопасности оборудования для детских игровых площадок», который устанавливает целый ряд обязательных требований к безопасности оборудования. Появление нового технического регламента вызвано высоким травматизмом детей именно на детских площадках.

Об объемах рынка оборудования для детских игровых площадок можно судить по данным из доклада Правительства Свердловской области, которые свидетельствуют о том, что на территории муниципального образования «город Екатеринбург» по состоянию на 1 сентября 2018 г. насчитывается 6620 дворовых территорий с 3495 детскими игровыми площадками. Детские игровые и спортивные площадки в ряде случаев имеют высокий процент износа, 50 % из них не имеют ограждений, более 10 % оборудования не соответствуют требованиям безопасности<sup>1</sup>.

Необходимость в восстановлении старого оборудования и в покупке и монтаже нового очень велика. Если рассматривать на примере Свердловской области, то, по данным сайта РосТендер,

---

<sup>1</sup> *Постановление администрации города Екатеринбурга от 28 декабря 2017 г. № 2613 «Об утверждении Муниципальной программы „Формирование современной городской среды в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2018–2024 годы» (с изм. на 29 ноября 2019 г.)*

по заявкам закупа оборудования для детских игровых площадок в период с 2015 по сентябрь 2019 г. видна явная тенденция увеличения спроса (см. таблицу).

**Данные тендеров на поставку оборудования и обустройство детских игровых площадок по Свердловской области**

Год размещения заявок	Количество заявок, шт.	Стоимость заявок, млн р.
2014	104	68,5
2015	74	37,5
2016	81	44,6
2017	104	67,4
2018	128	124,6
9 месяцев 2019 г.	106	102,7

*Примечание.* РосТендер. Единая база тендеров России. URL: <http://rostender.info/tendery-igrovyye-ploshchadki?pg=3&kladr147265>.

Критерии безопасности детских игровых площадок должны отвечать требованиям следующих нормативных документов:

– во-первых, безопасность самого оборудования и ударопоглощающего покрытия прописывается в требованиях технического регламента ТР ЕАЭС 042/2017 «О безопасности оборудования для детских игровых площадок»;

– во-вторых, вся детская площадка рассматривается как комплекс малых строительных форм со всеми требованиями ветровой и снеговой нагрузки, требованиями к конструкциям, фундаментам. Безопасность строительных конструкций прописана в Федеральном законе «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений» от 30 декабря 2009 г. № 384-ФЗ;

– в-третьих, использование горючих материалов и зеленых насаждений в обустройстве детских игровых площадок, обустройство путей эвакуации должны отвечать требованиям Федерального закона № 69-ФЗ-1994 «О пожарной безопасности».

Кроме требований этих технических регламентов есть еще требования к освещенности площадок, бактериологические и радиологические требования к дополнительным материалам, входящим в состав детской игровой площадки (например, к песку в песочнице, щепе на площадке), которые прописаны, например, в санитарных нормах и правилах.

Главное требование к детской игровой площадке и всем видам оборудования на ней — обеспечение максимальной безопасности,

минимизация возможности несчастного случая, получения ребенком травмы или увечья. Большинство несчастных случаев является результатом небезопасной конструкции оборудования, неправильной компоновки игрового пространства, плохо организованной эксплуатации оборудования и отсутствия контроля со стороны ответственных и должностных лиц.

Оборудование должно быть спроектировано для всех возрастных групп детей таким образом, чтобы взрослые в любой момент могли прийти на помощь ребенку, в том числе и внутри оборудования. Все углы и края элементов конструкции площадок должны быть закруглены, наличие выступающих элементов с острыми концами и кромками, заусеницами не допускается. Одно из требований безопасности — это отсутствие возможности застревания головы, шеи и частей тела ребенка на площадке. Для предупреждения травм при падении детей необходимо обязательно использовать ударопоглощающие покрытия. Качели, являющиеся самыми травмоопасными устройствами, не должны иметь жесткой подвески<sup>1</sup>. Например, в Башкирии указом Президента Башкортостана все качели на жестких подвесах демонтированы.

При испытаниях на силу удара, когда сиденье качелей поднимается до определенного угла, отпускается и, падая за счет действия силы притяжения, ударяет по акселерометру — прибору измерения силы удара, ни одни качели на жестком подвесе из десяти, испытанных в микрорайоне Компрессорный Екатеринбурга, не уложились в разрешенные пределы. Как показали исследования, лучше делать качели из полимерных материалов. Невысокая плотность материала, гибкость плетеного подвеса — гарантия от сильного удара. Невысокая теплопроводность защитит незащищенные участки тела детей от термических ожогов. У полимерных составляющих игрового оборудования один недостаток — недолговечность. Температурные нагрузки и действие ультрафиолетового излучения солнца на полимерные материалы влияют в большей мере, чем на металл, поэтому необходимы постоянные осмотры оборудования в целях профилактики.

На втором месте по количеству травм после использования качелей и качалок — травмы, полученные при застревании частей тела ребенка или его одежды. На оборудовании не должно быть от-

---

<sup>1</sup> Быстрова Н. Начали действовать новые требования к детским площадкам // Практика муниципального управления. URL: [http://nativeland56.ru/news/news\\_post/nachali-deystvovat-novyye-trebovaniya-k-detskim-ploshchadkam](http://nativeland56.ru/news/news_post/nachali-deystvovat-novyye-trebovaniya-k-detskim-ploshchadkam).

верстий более 8 мм и менее 25 мм во избежание застревания пальцев детей. Выше 60 см от поверхности площадки не должно быть острых V-образных углов, создаваемых элементами конструкции.

Безопасный отдых детей — это ответственность не только родителей. Муниципалитеты также обязаны проверять соблюдение данных требований производителями, потребителями, поставщиками и организациями, обслуживающими детские площадки. Для соблюдения требований технического регламента ТР ЕАЭС 042/2017 «О безопасности оборудования для детских игровых площадок» на официальном портале муниципалитетов необходимо иметь сайт, на котором отмечались бы действующие детские игровые площадки, время их ввода в эксплуатацию, акты плановых, внеплановых осмотров, сведения о ремонтах, владельцах, ответственных за их эксплуатацию. На этом же сайте следует разместить всю информацию для производителей, реализаторов и потребителей оборудования для детских игровых площадок, в том числе: требования нормативной документации к оборудованию; требования к оформлению эксплуатационной документации; требования к территории для установки оборудования; требования к монтажу оборудования; требования к вводу в эксплуатацию; требования к эксплуатации оборудования; адреса аккредитованных лабораторий, имеющих в своей области аккредитации испытания оборудования для детских игровых комплексов; адреса органов по сертификации данного оборудования.

К органам по сертификации оборудования для детских игровых площадок относятся федеральные учреждения Росстандарта: ЦСМ, НИИМ, а также частные организации: ГОСТ Р Центр сертификации (г. Санкт-Петербург), УралГОСТ Центр сертификации (г. Екатеринбург), Орган по сертификации «Серконс» и др. Для оформления сертификата соответствия на данную продукцию необходимо также предоставить протоколы испытаний оборудования для детских игровых комплексов от аккредитованных лабораторий, имеющих эти испытания в области аккредитации. На сегодняшний день такие лаборатории находятся только в Санкт-Петербурге, Москве и в Республике Беларусь.

В целом создание безопасной инфраструктуры для детей, соблюдение требований по благоустройству территорий требуют пристального внимания к детским игровым площадкам со стороны всех организаций, отвечающих за их проектирование, производ-

ство, монтаж и эксплуатацию для обеспечения максимальной безопасности, минимизации рисков получения травм.

**Д. А. Иванов, О. В. Чугунова**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Фактор питания в обеспечении спортивных результатов**

Рассмотрена роль основных нутриентов для индивидуального формирования рационов в зависимости от специализации спортсменов и типа сложения. Имеющиеся данные в области спортивного питания свидетельствуют о наиболее высокой эффективности персонализированного питания, в том числе специализированных продуктов, обладающих направленным и пролонгированным действием.

**Ключевые слова:** питание спортсменов; персонализированное питание; тип телосложения.

В соответствии со Стратегией развития спорта и физической культуры в Российской Федерации на период до 2020 г. особую значимость приобретает использование в профессиональном спорте специализированных продуктов с заданными функциональными свойствами (персонализированное питание), поскольку спорт высших достижений характеризуется чрезвычайно высоким эмоциональным напряжением и большим объемом физических нагрузок.

Фактор питания для спортсменов имеет свои особенности, которые связаны в первую очередь с большими физическими и нервно-психическими нагрузками на тренировках. Стоит отметить, что питание напрямую зависит не только от степени нагрузки спортсмена, но и вида тренинга, его длительности, а также от телосложения. Правильное сбалансированное питание играет важнейшую роль в достижении высших целей, так как от питания будет зависеть физическое восстановление и рост мышц [1; 2].

Ежедневный рацион спортсменов значительно отличается от стандартного меню обычного человека. Регулярные интенсивные тренировки и соревнования требуют физической и психоэмоциональной выносливости, поэтому питание должно отвечать следующим требованиям:

- полностью восполнять энергетические затраты, насыщая организм витаминами и полезными веществами. При этом калории должны оставаться в запасе, чтобы обеспечить хороший метаболизм и рост мышечной массы;

- повышать спортивную работоспособность;
- способствовать быстрому восстановлению мышечных тканей и запасов гликогена в крови и печени, который является дополнительным источником энергии. Именно этот элемент расходуется организмом во время интенсивных и продолжительных физических нагрузок. Недостаток гликогена негативно сказывается на выносливости и приводит к быстрой утомляемости [3].

Питание спортсменов и его особенности напрямую зависят от вида спорта и телосложения. Например, пловцу помимо мышц необходима жировая прослойка, а бегуну или атлету — сухая мышечная масса. Вот почему при подборе рациона нужно учитывая соотношение БЖУ (белков, жиров, углеводов) и калорийности.

Каждый спортсмен, каким бы спортом он не занимался, в первую очередь определяется с целью, которую он преследует во время тренировок [4; 5]. Эти цели могут быть завуалированы и иметь вид: улучшения координации и изучения элементов в танце или боевых видах спорта либо увеличение мышечной массы и рельефа в других; но так или иначе за координацию, силу, объем и жиросжигание в нашем организме отвечают мышцы и нервы, и, следовательно, для достижения целей необходимо правильно тренироваться и питаться.

Стоит отметить, что есть три основных типа телосложения — это: эктоморф, мезоморф и эндоморф, от которых зависит персонализированное питание. Каждый из этих типов имеет свои особенности, а также плюсы и минусы (см. таблицу).

Эктоморф — это телосложение, при котором жировая прослойка в теле минимальная, человек склонен к худощавости<sup>1</sup>. Уровень метаболизма очень высокий, что не позволяет людям с таким типом «заплывать» жиром, но при этом затрудняется рост мышечной массы. У таких людей обычно низкий уровень физической силы, тонкие кости, длинные конечности. Мезоморф — это конституционный тип телосложения, предполагающий практически идеальные пропорции. Эндоморф — это тип, который в большей степени склонен к ожирению. Отличается широкой костью, короткими конечностями, большими суставами<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Программа питания для набора массы. URL: <https://bestbodyblog.com>.

<sup>2</sup> Там же.

## Роль фактора питания в зависимости от типа телосложения

Тип телосложения	Сильные стороны	Слабые стороны
Эктоморф	Возможность потреблять большое количество калорий из разных, даже вредных продуктов; низкий уровень жира; большая выносливость мышц	Сложность в наборе мышечной массы; высокий уровень травмоопасности; необходимость большого количества еды или добавок к питанию; большой период времени для достижения результатов в тренировках
Мезоморф	Легко набирают и легко скидывают вес; отличный метаболизм; в большинстве случаев не нужно долго тренироваться, чтобы заполучить желаемый результат	Сложность в удержании необходимого результата; сложность в подборе нужной программы и питания; гормональные скачки
Эндоморф	Легко набирают мышечную массу; легко удерживают достигнутый результат; минимальный риск травм	С ростом мышц растет и жировой слой; необходимо наиболее строго относиться к своему питанию; сложности в сбрасывании лишнего веса

Для каждого из описанных выше типов нужно подбирать персонализированное питание, которое наилучшим образом будет способствовать результатам, к которым стремится спортсмен.

Чтобы определить, какое количество калорий необходимо спортсмену для набора мышечной массы или сжигания жира, нужно первоначально понять, какой тип телосложения у тренирующегося. Для этого производят замеры запястья, оценивается ширина плеч и бедер и нужно вспомнить, легко ли происходил набор веса в период 16–20 лет. При быстром обмене веществ в это время жира почти не будет, а при медленном даже небольшое переедание будет откладываться в жировой прослойке. После того, как замеры и визуальный осмотр проведены, следует сравнить их с нормами для каждого типа. У эктоморфа охват запястья варьируется от 15–17,5 см, а также узкие талия, плечи и бедра; у мезоморфа от 17,5 до 20 см со средними характеристиками; эндоморфу характерны охват запястья от 20 см и более и высокие показатели тела.

После определения типа телосложения и типа тренировок для достижения целей спортсмена следует установить, какое количество калорий нужно потреблять в день.

В среднем в сутки для мужчин, не занимающихся спортом, чтобы поддерживать организм необходимо 2500 ккал, а для женщин — 2000 ккал. Эти показатели будут варьироваться от того, насколько большие физические нагрузки в течение дня. Это касается не только тренировок, но и работы. Например, работник офиса в среднем за восьмичасовой рабочий день теряет около 700–800 ккал. Если речь заходит о людях, занимающихся спортом, то необходимая калорийности может достигать 4500 ккал/сутки и больше [1].

Также стоит отметить важность баланса макро- и микронутриентов — белков, жиров, углеводов и витаминов. Здоровый метаболизм — результат регулярного сбалансированного рациона, обогащенного нутриентами, различными микроэлементами и витаминами. В зависимости от физических нагрузок соотношение полезных веществ будет меняться, но исключать из него питательные элементы нельзя. При усиленной работе мышц организм человека также должен быть наполнен минеральными веществами и витаминами, так как потребность в них с нагрузками возрастает [1; 5].

Для спортсменов выделяют три вида питания:

- питание в период обычных тренировок. Относится к основному виду питания и включает продукты, которые обеспечивают организм углеводами и белками. Рекомендуют к употреблению говядину, свинину, нежирную баранину, крольчатину, курицу. Целесообразным является ежедневное включение в рацион свежих фруктов и овощей, за счет которых должно обеспечиваться не меньше 15 — 20 % суточной энергии;

- питание во время интенсивных тренировочных занятий и соревнований. Стоит ограничивать употребление копченого и жирного мяса, жареных блюд, квашеной капусты, бобовых и др.;

- питание в условиях длительных спортивных соревнований (на дистанции). Необходимо принимать сахар и глюкозу в сочетании с другими пищевыми веществами или в чистом виде, помимо этого употреблять шоколад, в особенности специальные его образцы, в которых сахар заменяется глюкозой. Во время высокой нагрузки это обеспечивает организм спортсмена легко- и быстроусвояемыми веществами, которые включаются в обмен веществ без напряженной работы пищеварительной системы. Кроме этого, полезно принимать глюкозу и сахар после окончания соревнования с целью восстановления работоспособности сердечной мышцы и предупреждения отложения жиров в печени.

Если нагрузки преимущественно имеют аэробный характер и их продолжительность составляет до 1,5 часов, то целесообразен будет рацион питания с пропорциональным соотношением углеводов, жиров и белков.

Если продолжительность тренировки — два-два с половиной часа, то следует за два — три дня до нее перейти на углеводную диету, это создаст необходимые для данной деятельности резервы гликогена в мышцах.

Если длительность аэробной тренировки свыше трех часов, то сначала стоит несколько снизить запасы углеводов посредством белково-жировой диеты, которая проводится за три дня до тренировочных занятий. А затем нужно повысить запасы при помощи углеводной диеты в течение двух — трех дней.

Таким образом, состояние спортивной формы зависит от уровня обмена веществ и энергии, который у спортсменов высшей квалификации гораздо интенсивнее, чем у других категорий населения. Оптимальное удовлетворение потребностей организма в питании при больших нагрузках представляет собой важную предпосылку для решения задач физической подготовки.

Питание спортсменов должно быть разнообразным и обеспечивающим организм всеми необходимыми веществами.

Персонализированное питание может значительно улучшать состояние организма спортсмена, оптимизируя протекающие в нем процессы.

### Библиографический список

1. *Латков Н. Ю., Позняковский В. М.* Вопросы питания в спорте высших достижений. Кемерово: Кемеровский технологический институт пищевой промышленности (университет), 2016.
2. *Лидов П. И., Поляев Б. А.* Анализ системы питания спортсменов сборных команд, существующей в Российской Федерации // Вопросы питания. 2014. Т. 83, № 3. С. 139.
3. *Лозовик Д. С.* Элемент здорового образа жизни — спортивное питание // Сибирский торгово-экономический журнал. 2016. № 3(24). С. 77–79.
4. *Маркелов И. П., Талызов С. Н.* Основы спортивного питания в системе подготовки спортсмена // Новое слово в науке: перспективы развития. 2016. № 1-1(7). С. 245–247.
5. *Формирование ассортимента продуктов спортивного питания / М. А. Николаева, М. С. Худяков, М. А. Голубцов, Д. А. Мокринский // Товаровед продовольственных товаров. 2015. № 8. С. 22–28.*

Н. В. Лейберова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Современные тенденции рынка безглютеновых продуктов и их качества

Приводится обзор современного состояния рынка безглютеновых продуктов: тенденции его формирования и развития. Установлено, что на российском рынке сегодня есть продукты, которые могут заменить людям с целиакией привычные хлебобулочные и мучные кондитерские изделия, однако их недостаточно. Основу ассортимента составляют продукты импортного производства, что обуславливает их высокую стоимость. Определены факторы, оказывающие влияние как на организацию российского производства данной категории продукции, так и на ее качество.

**Ключевые слова:** рынок; ассортимент; безглютеновые продукты; мучные кондитерские изделия; сырье; качество.

Удовлетворенность потребителя — основной принцип системы менеджмента качества в соответствии с международными стандартами ИСО серии 9000. Выполнение этого принципа непосредственно связано с изучением потребительского спроса и правильной интерпретацией полученных результатов. Несмотря на важность для покупателя органолептических характеристик пищевого продукта, при формировании ассортиментной политики социально ориентированного продовольственного рынка необходимо отталкиваться прежде всего от социальной ориентированности продукта.

Продукты целевого потребительского назначения представляют разнообразную группу товаров — сюда входят как продукты массового спроса, так и продукты функционального назначения, в том числе сегмент безглютеновых продуктов. В разных странах рынок безглютеновых продуктов значительно варьируется. Предпосылкой для развития данного сегмента рынка явилось распространение информации и диагностики целиакии.

Глютеновая энтеропатия, или целиакия, в настоящий момент считается одним из основных генетических заболеваний, что обуславливает ее широкую распространенность при сложностях диагностики [1] и отсутствии опыта профилактики и лечения. Основным методом, позволяющим облегчить и улучшить состояние человека, является соблюдение строгой безглютеновой диеты. Современные исследования показали, что ген, ответственный за предрасположенность к целиакии, встречается довольно часто, а само заболевание имеется примерно у 0,5–1,0 % населения, при-

чем в России это заболевание встречается у одного из 100–250 чел.<sup>1</sup> Несмотря на возрастающий спрос, мы можем говорить о сегменте безглютеновых продуктов как о достаточно недавно появившемся на рынке продуктов питания.

Безглютеновые продукты — это продукты, в состав которых не входят проламины (спирторастворимые протеины, богатые глутамином и пролином), а именно: глиадин пшеницы ( $\alpha$ -,  $\beta$ -,  $\omega$ -фракции), секалин ржи и хордеин ячменя [2]. Поскольку мука из пшеницы, ржи, ячменя и овса используется в качестве основного сырьевого компонента при производстве традиционных хлебо-булочных, мучных кондитерских и макаронных изделий, следует полагать, что к безглютеновым продуктам нужно относить те же изделия, но произведенные при помощи сырьевых ингредиентов, позволяющих или сократить содержание глютена, или же полностью его исключить.

В настоящий момент, несмотря на увеличение доли безглютеновой продукции отечественного производства на российском рынке, доля импорта в этом сегменте рынка все еще очень высока. Основной ассортимент безглютеновых продуктов отечественного производства составляет продукция мукомольной промышленности. Это мука второстепенных видов (гречневая, рисовая, кукурузная), а также различные смеси для приготовления хлеба, кексов, блинчиков и т. д. Производителями данной категории продукции являются три российские компании: ООО «Гарнец» (Владимирская область), ООО «Пудофф» (г. Таганрог), ООО «Балтийская мельница» (г. Пушкин, Ленинградская область) (рис. 1).

Следует отметить, что промышленного производства безглютенового хлеба в России нет. Связано это с такими факторами, как: отсутствие специальных ингредиентов, специализированного оборудования и обученных кадров. Вся хлебобулочная продукция сегодня завозится из-за рубежа (Италия, Польша, Германия), что обуславливает ее высокую стоимость (рис. 2).

Представленные на рынке безглютеновые продукты могут, но не в полной мере решить проблему потребителей с заболеванием целиакия. Объясняется это недостаточностью производителей на рынке безглютеновой продукции. Кроме того, подобные производители в основном специализируются на выпуске мучных кондитерских изделий.

---

<sup>1</sup> Целиакия у детей. Версия: Клинические рекомендации РФ (Россия). URL: <https://diseases.medelement.com>.

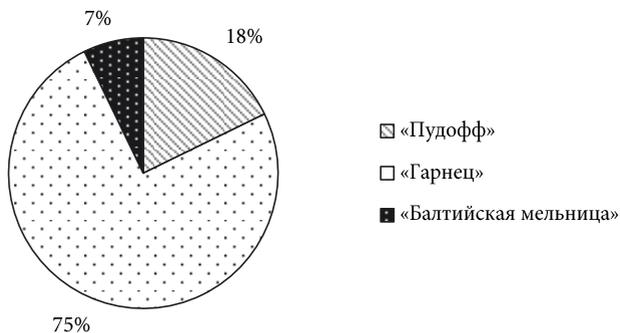


Рис. 1. Структура распределения муки и мучных смесей без глютена по производителям

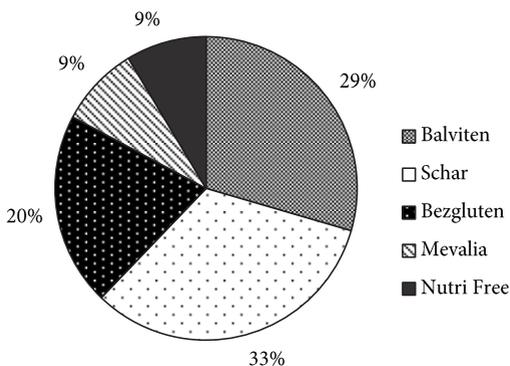


Рис. 2. Структура распределения хлебобулочных изделий по производителям

Среди таких производителей можно выделить компанию «Мак-Мастер», выпускающую достаточно широкий ассортимент печенья, вафель, кексов. Однако нужно учитывать тот факт, что при простой замене пшеничной муки на безглютеновые виды муки потребительские свойства изделий существенно снижаются. Такие продукты, как правило, имеют пониженную витаминную и минеральную ценность, низкое содержание пищевых волокон, недостаточно яркий, насыщенный вкус и аромат. Связано это с особенностями химического состава сырьевых компонентов, в том числе их способностью формировать вкусо-ароматический портрет в процессе производ-

ства. Поэтому перед производителем стоит задача не только подобрать сырьевые компоненты рецептурного состава, не содержащие глютен, но и ингредиенты, восполняющие недостаток белка, витаминов, пищевых волокон в составе конечного продукта, и ингредиенты, обладающие повышенной технологичностью.

Законодательно регулируется и маркирование безглютеновой продукции. Требования к маркировке установлены в ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Согласно Техническому регламенту, производитель может наносить на упаковку информацию об отсутствии глютена в двух случаях: если продукция прошла государственную регистрацию как специализированный продукт питания или если продукт не позиционируется как специализированный, но информация об отсутствии глютена подтверждена соответствующими документами и анализами.

Несмотря на сложности, с которыми сталкиваются производители безглютеновых продуктов, следует отметить, что динамика рынка говорит о том, что продукты питания специализированного назначения представляют интерес не только у потребителей с медицинскими ограничениями в питании, но и могут быть частью питания здоровых людей.

#### **Библиографический список**

1. *Копишинская С. В.* Современные представления о целиакии // Казанский медицинский журнал. 2016. Т. 97. С. 101–107.
2. *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). С. 8–14.

## Маркировка как фактор, определяющий качество и безопасность игрушки

Рассмотрено подтверждение обязательных требования в соответствии с ТР ТС 008/2011 к маркировке игрушки как фактора, определяющего качество и безопасность.

**Ключевые слова:** маркировка; ТР ТС 008/2011; игрушка; упаковка; безопасность.

Игрушка является важным средством воспитания, формирования личности ребенка, способствует умственному, физическому и эстетическому развитию. Приоритетная задача и обязанность государства — это защита детей и их здоровья, посредством проверки качества и безопасности игрушек.

В настоящее время одним из основных нормативных документов, регулирующих качество и безопасность игрушек, выступает Технический регламент Таможенного союза «О безопасности игрушек» (ТР ТС 008/2011), действующий с 1 июля 2012 г. (с изм. на 17 марта 2017 г.).

В соответствии с документами, обеспечивающими качество и безопасность игрушек, данная группа товаров проверяется по более ста показателям безопасности.

В данном исследовании проводился анализ правильности упаковки и маркировки.

Для исследования были отобраны импортные игрушки, что обосновано большим объемом зарубежного товара данной группы на российском рынке. Для осуществления исследований было взято четыре разновидности игрушек:

1) погремушка «Животное» — пластмассовая для детей ясельного возраста (группа раннего возраста от 0 лет);

2) набор «Солдатики» — пластмассовый для детей дошкольного возраста (от 3 лет);

3) игрушка мягконабивная, изображающая животное, — комбинированный материал для детей дошкольного возраста (вторая младшая группа от 3 лет);

4) игровой набор «Пистолет с 6 пулями» — пластмассовый для детей дошкольного возраста (от 5 лет).

Проводился анализ правильности упаковки исследуемых образцов. Упаковка детских игрушек должна соответствовать ГОСТу 53906-2010 «Общие требования безопасности и методы испытаний. Механические и физические свойства». Результаты анализа упаковки игрушек представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты анализа упаковки исследуемых образцов

Образец	Требования ГОСТ 53906-2010	Фактическое значение	Вывод о качестве
Образец 1	а) средняя толщина пленки без основы и при размерах поверхности более 100 × 100 мм должна составлять не менее 0,038 мм;	Размер поверхности полимерной пленки 120 × 160 мм, толщина пленки 0,032 мм. Размер перфорации составляет более 1 %	Соответствует
Образец 2	б) пленка без основы со средней толщиной менее 0,038 мм	Размер поверхности полимерной пленки 120 × 160 мм, толщина пленки 0,046 мм	Соответствует
Образец 3	и размерами поверхности более 100 × 100 мм должна быть перфорирована так, чтобы на любом участке поверхности размерами 30 × 30 мм суммарная площадь отверстий (мест, где удалена пленка) составляла не менее 1 %	Размер поверхности полимерной пленки 250 × 230 мм, толщина пленки 0,041 мм	Соответствует
Образец 4		Размер поверхности полимерной пленки 180 × 140 мм, толщина пленки 0,056 мм	Соответствует

Таким образом, среди исследуемых образцов отклонений по упаковке не обнаружено. Все игрушки имели индивидуальную упаковку в виде полимерных пакетов, толщина пленки соответствует ГОСТу 53906-2010 «Общие требования безопасности и методы испытаний. Механические и физические свойства». Упаковка является безопасной и исключает риск, связанный с удушьем ребенка.

Проводился анализ маркировки исследуемых образцов. Результаты анализа маркировки игрушек представлены в табл. 2.

Таблица 2

## Результаты анализа маркировки представленных образцов

Наименование показателя по ТР ТС 008/2011	Фактическое значение			
	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4
Наименование игрушки	Погремушка «Животное» Китай	Набор фигурок «Солдатики» Китай	Игрушка, изображающая животное, мягконабивная Корея	Игровой набор «Пистолет с 6 пулями» КНР
Наименование страны, где изготовлена игрушка	Китай	Китай	Корея	КНР
Наименование и местонахождение изготовителя (уполномоченного изготовителем лица), импортера, информация для связи с ними	Синьшэнь Тойз Фектори, ул. Бейруй 31	Синьшэнь Тойз Фектори, ул. Бейруй 31	Аврора Уорлд Эйч Кью, г. Сеул	Нинбо Ингернейшл Трейдинг Ко, ЛТД, Нинбо, Хуалоуэян 21, бизнес-центр Тяньи, эт. 10
Товарный знак изготовителя (при наличии)	Отсутствует	Отсутствует	Присутствует	Отсутствует
Минимальный возраст ребенка, для которого предназначена игрушка, или пиктограмма, обозначающая возраст ребенка	0+	От 3 лет	От 3 лет	От 3 лет
Основной конструкционный материал (для детей до 3 лет) (при необходимости)	АБС, ПВХ	Пластик	Искусственный мех с элементами из пластмассы, набивка — полиэфирное волокно, в том числе пластмассовые гранулы	ПВХ, полистирол, АБС, полипропилен, железо и медь
Способы ухода за игрушкой (при необходимости)	Отсутствует	Отсутствует	Присутствует	Присутствует
Дата изготовления (месяц, год)	10.2017	10.2017	05.2017	10.2017
Срок службы или срок годности (при их установлении)	10 лет	10 лет	Не ограничен	Не ограничен
Условия хранения (при необходимости)	Отсутствует	Отсутствует	Присутствуют	Отсутствует

Примечание. ГОСТ 25779-90 «Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля» (с изм. № 1, 2).

У всех представленных образцов четкая, легко читаемая, доступная для осмотра и идентификации маркировка. Маркировка образца № 1 является полной; пиктограмма, обозначающая возраст ребенка, также нанесена; имеются все сведения, регламентируемые ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек». Маркировка образца № 2 неполная, не указана информация об опасности, исходящей от острых концов, которые есть в игрушке, что не соответствует требованиям. На маркировке образца № 3 нанесена предупредительная надпись для мягконабивных игрушек, а также присутствуют рекомендации по уходу за игрушкой. На маркировку образца № 4 была нанесена комплектность игрушки, условное графическое обозначение с предупреждающим указанием возрастной группы: не предназначены для детей в возрасте до 3 лет. Данная игрушка снабжена четкой информацией, предупреждающей о возможных опасностях пользования ею и путях уменьшения этой опасности. Также присутствовала предупредительная информация: «Внимание! Не целиться в лицо или глаза!».

После проверки маркировки исследуемых образцов можно отметить, что маркировка образцов № 1, 3, 4 полная, игрушки соответствуют требованиям ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек», а значит безопасны для жизни и здоровья ребенка.

Таким образом, на основании п. 5 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек» можно уже на начальном этапе проведения экспертизы при анализе маркировки выявить соответствие игрушки требованиям безопасности и качества.

**О. С. Попова**

*Донецкий национальный университет экономики  
и торговли имени М. Туган-Барановского, г. Донецк*

### **Сравнительная оценка качества косметических гелей для умывания лица**

Приведены результаты сравнительной оценки качества гелей для умывания лица разных производителей.

**Ключевые слова:** качество; ассортимент; гели для умывания лица.

Аналитики подразделяют ассортимент парфюмерно-косметических товаров на пять основных сегментов: средства по уходу за кожей (27 %), средства по уходу за волосами (20 %), декоративная

косметика (20%), парфюмерия (10%) и средства для личной гигиены вместе с иными средствами ухода (23%)<sup>1</sup>.

С 2017 г. на территории Донецкой Народной Республики значительно сократились объемы реализации парфюмерно-косметических товаров украинского производства. Это обусловлено тем, что в мае 2017 г. был издан Приказ Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики «Об установлении запрета на ввоз на таможенную территорию Донецкой Народной Республики товаров с территории Украины» от 3 мая 2017 г. № 170.

Ведущими странами — импортерами парфюмерно-косметических товаров являются Россия и Беларусь. Ассортимент парфюмерно-косметической продукции приближается к уровню насыщения продукцией зарубежного производства<sup>2</sup>.

Особым спросом среди парфюмерно-косметической продукции пользуются косметико-гигиенические моющие средства по уходу за кожей, в частности косметические гели для умывания лица.

Для проведения исследований были выбраны образцы гелей для умывания лица различных производителей, реализуемых на региональном рынке:

- образец № 1 «Green Laboratory» (ООО «Центр управления качеством больничной гигиены», г. Донецк, ДНР);
- образец № 2 «Зеленая Аптека» (ЧП «Фармацевтическая фабрика «НПО Эльфа», Украина);
- образец № 3 «Hirudo Derm» (ФЛП Нечаев С.А., ДНР);
- образец № 4 «ECO Laboratorie» (ООО «Эколаборатория», Россия).

Оценка качества образцов осуществлялась по органолептическим и физико-химическим показателям. Исследования проводили в лаборатории кафедры товароведения ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского».

Показатели качества определяли в соответствии с ГОСТ 31696-2012 «Продукция косметическая гигиеническая моющая. Общие технические условия», ГОСТ 29188.0 — 2014 «Изделия парфюмерно-косметические. Правила приемки, отбор проб, методы органолеп-

---

<sup>1</sup> Химия Украины и мира. URL: <https://ukrchem.dp.ua>.

<sup>2</sup> Попова О. С. Проблемы ассортимента современной торговли парфюмерно-косметическими товарами // Агропромышленная политика Донецкой Народной Республики: реалии и перспективы: сб. матер. II междунар. науч.-практ. конф. «Экономика Донбасса: векторы социально-экономического и исторического развития». Донецк: ДонНУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2019. С. 466–471.

тических испытаний», ГОСТ 29188.2-2014 «Изделия косметические. Метод определения водородного показателя pH», ГОСТ 26878-86 «Шампуни для ухода за волосами и для ванн. Метод определения содержания хлоридов», ГОСТ 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение».

На первом этапе исследования оценили маркировку и упаковку гелей для умывания лица. Установлено, что на образце №1 (гель для умывания лица «Hirudo Derm») не указаны адрес принятия претензий от потребителя и меры предосторожности. На образце №4 («ECO Laboratorie») нет условий хранения и нормативного документа, согласно которому он изготовлен. Полную маркировку содержат образцы «Green Label» и «Зеленая Аптека».

Вторым этапом анализа качества гелей для умывания лица является исследование органолептических показателей качества. Оценивали такие показатели, как внешний вид, цвет, запах, консистенция.

Характеристика органолептических показателей качества образцов представлена в таблице.

#### Органолептические показатели качества гелей для умывания лица

Показатель	Характеристика образцов			
	Образец №1 «Green Laboratory»	Образец №2 «Зеленая Аптека»	Образец №3 «Hirudo Derm»	Образец №4 «ECO Laboratorie»
Внешний вид	Однородная гелеобразная масса без посторонних примесей			
Цвет	Образцы прозрачные, не имеют ярко выраженного цвета			
Запах	Имеет легкий запах экстракта ромашки	Имеет легкий запах алоэ с небольшими вкраплениями льна	Имеет запах лекарственных трав, насыщенный	Имеет легкий запах трав
Консистенция	Гелеобразная			

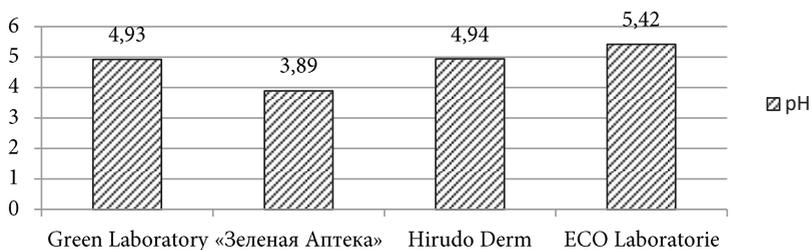
Из данных таблицы видно, что все образцы соответствуют требованиям стандарта.

Данные показатели несут субъективный характер, поэтому на третьем этапе исследований определяли физико-химические

показатели качества гелей для умывания лица, а именно массовую долю хлора, уровень водородного показателя рН.

Любое косметическое средство при применении должно поддерживать оптимальный уровень рН кожи 5,5. Для гелей для умывания лица стандартом допускается широкий диапазон водородного показателя — от 3,5 до 8,5, но сильное отклонение от оптимального уровня рН для кожи может вызвать ее высыхание, стягивание, раздражение, аллергию.

Результаты исследования уровня рН в образцах гелей для умывания лица отражены на рисунке.



Водородный показатель исследуемых гелей для умывания лица

Как видно из рисунка, значения показатели гелей для умывания лица не превышают требований стандарта по водородному показателю. Образец торговой марки «ECO Laboratorie» имеет наибольшее значение рН — 5,42 ед., что может вызвать раздражение, сухость и зуд кожи лица. Наименьшее значение уровня рН у образца торговой марки «Зеленая Аптека» (3,89).

Превышение содержания хлоридов создает дополнительную нагрузку на кожу. Они могут вызвать зуд, покраснения, аллергию. Их добавляют в гели для умывания лица для придания нужной консистенции — как правило, повышения вязкости.

Массовая доля хлоридов в исследуемых гелях для умывания лица варьируется в пределах от 0,43 до 2,5 %. Оптимальное содержание хлоридов имеет образец «Green Laboratory». Однако у него достаточно вязкая консистенция и он тяжело распределяется на коже.

Таким образом, результаты оценки позволяют отметить, что не все производители в полной мере соблюдают требования нормативных документов при маркировке гелей для умывания лица.

Но это не противоречит требованиям ГОСТа 32117-2013 «Производство парфюмерно-косметическая. Информация для потребителя». В соответствии с требованиями, изложенными в данном стандарте, нормативный или технический документ можно указывать при желании производителя.

Уровень органолептических и физико-химических показателей качества исследуемых гелей для умывания лица оптимальный. Все образцы обеспечили заявленные требования.

**Д. Е. Пьянкова**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Экспертиза качества кожаной обуви**

Представлены этапы экспертизы качества кожаной обуви. Проведена оценка качества женской кожаной обуви, реализуемой в торговых розничных сетях Екатеринбурга.

**Ключевые слова:** обувь; товарная экспертиза; качество; этапы осмотра; методы экспертизы; приемы осмотра.

Имидж современной деловой женщины складывается из многих факторов, один из которых — правильно подобранная, качественная и красивая обувь. Обувь — изделие для предохранения ног от внешних воздействий и несущее утилитарные и эстетические свойства. Современная обувь должна отвечать комплексу требований, основные из них: эксплуатационные, эстетические, функциональные.

Товарная экспертиза кожаной обуви — исследование и оценка экспертом основополагающих характеристик товаров, а также их изменений в процессе товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом.

При проведении экспертизы анализу подвергаются все основополагающие характеристики товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная, информационная<sup>1</sup>.

Контроль качества предусматривает основные этапы, которые представлены на рис. 1.

---

<sup>1</sup> Николаева М. А. Теоретические основы товароведения: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Норма, 2007. С. 34.

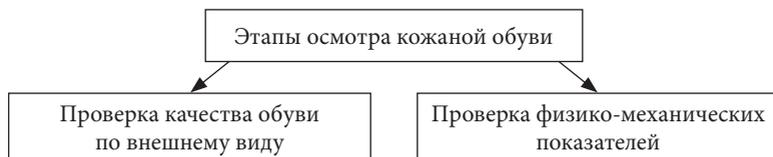


Рис. 1. Этапы осмотра кожаной обуви

При экспертизе кожаной обуви используются несколько методов<sup>1</sup>. Основные методы этой экспертизы представлены на рис. 2.

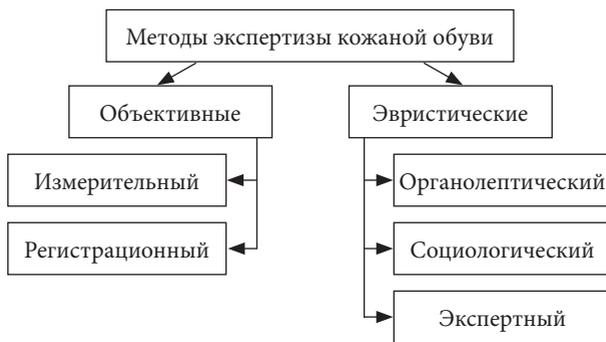


Рис. 2. Методы экспертизы кожаной обуви

При проведении экспертизы были использованы органолептический и измерительный методы. Этапы внешнего осмотра кожаной обуви при экспертизе отражены в табл. 1.

Таблица 1

Основные приемы осмотра при экспертизе кожаной обуви

Прием	Характеристика этапа
1	Осмотр носочной части обуви
2	Осмотр задинки, отделки каблучков
3	Устанавливают парность обуви по высоте берцов, задинки, каблучков
4	Осмотр подошвы обуви
5	Проверяют парность обуви по длине, толщине подошвы, каблучков и верха обуви

<sup>1</sup> Николаева М. А. Теоретические основы товароведения: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Норма, 2007. С. 39.

Прием	Характеристика этапа
6	Определяют упругость геленка и качество подошвы
7	Осмотр материала верха
8	Осмотр внутренней поверхности носка, стельки
9	Проверяют правильность маркировки

Для проведения исследования выбраны три образца туфель модельных импортного и отечественного производства. Страны-производители исследуемых образцов: Россия, Япония. Требования к обуви, предусматриваемые в техническом описании по ГОСТ 26167-2005 «Обувь повседневная. Общие технические условия», представлены на рис. 3.

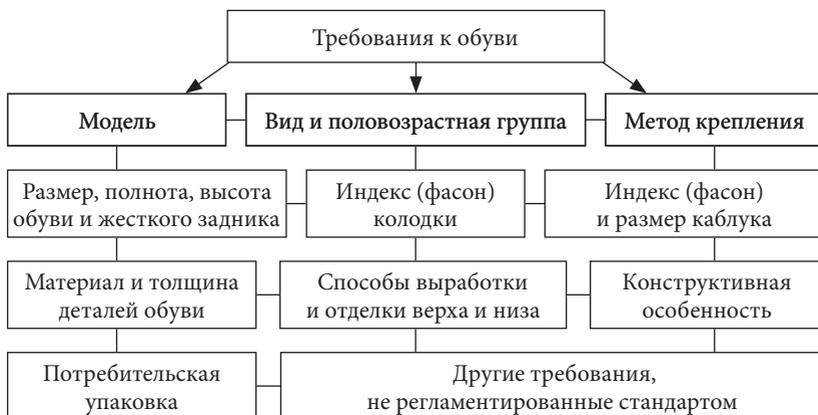


Рис. 3. Требования к кожаной обуви

Характеристика исследуемых образцов:

1-й образец. Туфли женские «Т.Тaccardi» (Россия) с верхом из искусственной кожи, материал подошвы — КПР, клеевой метод крепления.

2-й образец. Туфли женские «Paradise noir» (Япония) с материалом верха из натуральной кожи, материал подошвы — КПР, клеевой метод крепления подошвы.

3-й образец. Туфли женские «Paco Rabanne Paris» (Япония) с материалом верха из натуральной кожи, материал подошвы — КПР, клеевой метод крепления подошвы. Результаты экспертизы женской кожаной обуви органолептическим методом представлены в табл. 2.

Таблица 2

## Результаты экспертизы женской кожаной обуви

Прием	Характеристика приема	Обнаруженные пороки по ГОСТ 28371-89		
		1 образец	2 образец	3 образец
1 прием	Осмотр носочной части обуви	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу
2 прием	Осмотр задинки, отделки каблучков	Соответствует согласно ГОСТу	Обнаружены расщелины между подошвой и каблучком	Соответствует согласно ГОСТу
3 прием	Устанавливают парность обуви по высоте берцов, задников, каблучков	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Разница в высоте задников составляет 3 мм
4 прием	Осмотр подошвы обуви	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу
5 прием	Проверяют парность обуви по длине, толщине подошв, каблучков и верха обуви	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Парность обуви по длине подошвы расходится в 5 мм
6 прием	Определение упругости геленка и качества подошвы	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу
7 прием	Осмотр материала верха	Соответствует согласно ГОСТу	На материале верха образовалась растрескивание и липкость под покровной пленкой в виде красных пятен	Соответствует согласно ГОСТу
8 прием	Осмотр внутренней поверхности носка, стельки	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу
9 прием	Проверяют правильность маркировки	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу	Соответствует согласно ГОСТу

При проведении экспертизы качества кожаной обуви были определены основные этапы, состоящие из 9 приемов. Обнаружение пороков рассматривалось согласно ГОСТу 28371-89 «Обувь. Определение сортности». Проверка качества парности обуви по высоте и толщине показала, что на третьем и пятом приеме в образце № 3 «Paco Rabanne Paris» были обнаружены пороки: разница в высоте задников 3 мм, парность обуви по длине подошвы расходится в 5 мм. В образце № 2 «Paradise noir» на 7-м приеме при осмотре материала верха обнаружен порок: растрескивание и липкость под покровной пленкой в виде красных пятен. Образец № 1 «T.Taccardi» соответствует ГОСТу, это свидетельствует о применении производителем качественного сырьевого материала и соблюдении всех норм технологического процесса. Пороки в образце 3 и 2 недопустимы и оказывают большое влияние на имидж современной деловой женщины. Определяющим фактором этого влияния являются такие потребительские свойства, как: эстетические, эргономические и свойство надежности. Обувь должна соответствовать комплексу требований, определяющих потребительские свойства, которые не были полностью сформированы в процессе производства и реализации.

**А. С. Родионова**

*Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС, г. Новосибирск*

## **Ответственность сторон за нарушение обязательств по договору международной купли-продажи товаров**

Проанализированы вопросы регулирования ответственности сторон в случае нарушения договора международной купли-продажи товара. Рассмотрены проблемы возмещения убытков в сфере международной купли-продажи товаров; был рассмотрен вопрос урегулирования отношений между хозяйствующими субъектами стран, являющимися участниками Евразийского союза.

**Ключевые слова:** международная купля-продажа товаров; ответственность сторон; Венская конвенция; возмещение убытков.

Вследствие современных тенденций развития международных экономических отношений сегодня актуальным становится рассмотрение норм международного частного права в таких ситуациях, когда возникают разногласия между сторонами, заключившими контракт, а также иными субъектами международного права.

Международная купля-продажа товаров, как правило, включает в себя такие товары, как зерно, масло, хлопок или другие сыпучие

товары, которые имеют общие черты замещения и производства в больших количествах многими производителями. Товары взаимозаменяемы и включают в себя все, что имеет потребительскую стоимость либо для перепродажи, либо для использования покупателем. Цены на товары подвержены значительным ежедневным колебаниям, поскольку рынки быстро реагируют на давление спроса и предложения. Непредсказуемый характер и быстрое движение на рынке являются значительными факторами, которые отличают продажу товаров от других сделок купли-продажи. Кроме того, спрос и предложение на природные товары варьируются в зависимости от внешних факторов, таких как погодные и климатические изменения, политический климат и природные кризисы. Эти внешние факторы создают постоянно меняющиеся цены, что приводит к использованию контрактов для обеспечения будущих отношений между покупателем и продавцом. В соответствии с конституционным принципом о приоритете международного права, для разрешения противоречий необходимо обращаться к нормам международных договоров, ратифицированных Россией. Однако необходимо отметить, что стороны могут включить в договор отсылку к применению национального законодательства конкретной страны.

Гражданское законодательство РФ регулирует достаточно широкий круг имущественных правоотношений, участниками которых являются организации и коммерческие фирмы, зарегистрированные на территории РФ и осуществляющие внешнеэкономическую деятельность. Так, в рамках российского законодательства все обязательства должны быть исполнены надлежащим образом: обязательства должны соответствовать условиям договора, а также требованиям закона (ст. 309 ГК РФ). В том случае, если условия договора были нарушены одной из сторон, другая может воспользоваться способами защиты своих прав [1, с. 82]. В гражданском законодательстве основными формами гражданско-правовой ответственности являются возмещение убытков и взыскание неустойки. Пострадавшая сторона также имеет право требовать расторжения договора, принуждение к исполнению обязательства в натуре.

В настоящее время, в соответствии с общим правилом, должник несет ответственность при наличии вины. Однако в том случае, когда сторона не исполняет свои обязательства в процессе осуществления предпринимательской деятельности, — нарушившая контракт сторона несет ответственность без вины. Таким образом, при заключении контракта лицо должно осознавать, что существует

риск негативных последствий действия третьих лиц (например, нарушение обязательств со стороны контрагента должника). Должник обязан возместить кредитору убытки, которые были причинены вследствие неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства (ст. 393 ГК РФ).

Согласно п. 1 ст. 15 ГК РФ, возмещение убытков как форма ответственности применяется во всех случаях нарушения гражданских прав, за исключением случаев, когда законом или договором не предусмотрено иное. Нормами Венской Конвенции ООН «О договорах международной купли-продажи товаров» от 1980 г. (далее — КМКПТ) закреплена аналогичная правовая конструкция возмещения убытков. КМКПТ унифицирует правовое регулирование внешнеторговых предпринимательских договоров.

Сегодня проблема состоит в том, что ряд вопросов регулируется КМКПТ иначе, чем внутригосударственным правом. Исходя из этого, следует полагать, что в сфере применения КМКПТ изучение юридических коллизий — это актуальная проблема юридической науки и практики. В соответствии с КМКПТ возмещение убытков является средством правовой защиты как продавца, так и покупателя. Данная терминология относится к частноправовому характеру гражданско-правовых санкций, таких как ответственность одного участника правовых отношений перед другим участником, а не перед государством. Понятие «убытки» включает два компонента: ущерб и упущенная выгода, которые наступили вследствие нарушения договора (ст. 74 КМКПТ). Однако в КМКПТ не содержится развернутых определений ущерба и упущенной выгоды. Разные подходы к понятию определения ущерба привели к многочисленным спорам. Рассмотреть данный вопрос можно в доктрине и практике. Так, к примеру, в решении от 12 ноября 2004 г. по делу № 174/2003 указано «отсутствие в Венской Конвенции определения упущенной выгоды», вследствие этого МКАС осуществил рассмотрение вынесенного вопроса в рамках ст. 15 ГК РФ. В данной статье под упущенной выгодой понимаются «неполученные доходы, которые лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено» [2, с. 334].

Необходимо отметить, что ряд правил КМКПТ о порядке исчисления убытков отличаются от положений ст. 15 и 394 ГК РФ. Таким образом, в случае если КМКПТ урегулирован какой-либо вопрос иначе, чем внутренним законодательством, нормы ГК РФ невозможно применять субсидиарно. Общее правило в отношении

оценки убытков, согласно КМКПТ, заключается в том, что ущерб состоит из суммы, равной убытку, включая упущенную выгоду, понесенную в результате нарушения. По ст. 74 КМКПТ размер убытков не может превышать размер понесенного ущерба, который сторона (нарушившая договор) предвидела или должна была предвидеть в момент заключения договора с учетом фактов, которые она знала или должна была знать. Исходя из этого, можно сделать вывод, что принцип полного возмещения убытков является недействительным в области международной купли-продажи товаров. Однако при учете компромиссного характера КМКПТ и рискованного характера предпринимательской деятельности это можно допустить.

Но при всех достоинствах Венской конвенции невозможно обеспечить полное регулирование отношений исключительно посредством норм Конвенции в рамках Евразийского союза. Это объясняется тем, что не все страны ратифицировали КМКПТ. Отношения между хозяйствующими субъектами, основанные на заключении сторонами международных договоров купли-продажи товаров, на данный момент являются предметом международного частного права. Одновременно с этим следует отметить и тот факт, что в настоящее время с учетом высокого уровня интеграции экономики государств ЕАЭС постепенно расширяются границы унифицированного регулирования договорных отношений. В соответствии с указанным обстоятельством можно прийти к выводу о том, что целесообразно разработать более совершенный унифицированный международно-правовой акт, с принятием которого станет возможным создать единую правовую базу регулирования порядка заключения и исполнения договоров международной купли-продажи между предприятиями и организациями стран Евразийского союза [3, с. 81]. Появление такого международного соглашения способствовало бы исключению необходимости применения норм других международных договоров, а также возможности использования норм национального законодательства стран — участниц Евразийского союза. Немаловажно определить сферу применения соглашения, которая должна включать в себя нормы, регламентирующие деятельность субъектов на максимально большой круг заключаемых сделок.

Таким образом, на сегодняшний день значительное расширение международной торговли сказалось на разрешении международных экономических споров. Усложнение экономических отношений в условиях международного товарооборота создало большое число

конфликтов в данной сфере. В то же время заключение договоров купли-продажи во внешнеэкономической деятельности является довольно значительным видом коммерческой деятельности. Договор международной купли-продажи закрепляет складывающиеся между контрагентами внешнеторговые отношения. В договоре международной купли-продажи должны быть прописаны обязательства, невыполнение которых приводит к нарушению законодательства. При заключении контракта должны быть установлены порядок и способы выполнения взаимных обязательств, права сторон, а также система контроля по соблюдению этих правил. Необходимо также отметить, что в последнее время объемы хозяйственной деятельности постоянно расширяются, что является показателем в развитии договорных отношений между субъектами — предпринимателями разных стран и в создании дополнительных международных договоров для упрощения внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов.

#### Библиографический список

1. *Бабаев М. Я.* Условия договора международной купли-продажи товаров // Закон и право. 2019. № 6. С. 82–84.
2. *Розенберг М. Г.* Практика МКАС при ТПП РФ за 2004 г. М.: Статут, 2005.
3. *Шестакова М. П.* О правовом регулировании внешнеторговых отношений в рамках Евразийского экономического союза // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2016. № 6(61). С. 81–87.

**Е. С. Терентьева**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

### **Качество сельскохозяйственной продукции на внутреннем рынке в рамках функционирования ЕАЭС**

Рассмотрены конкурентные преимущества стран ЕАЭС в рамках агропромышленного комплекса, а именно сельскохозяйственной продукции. Проанализированы среднегодовые цены и коэффициенты конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** аграрный комплекс; ЕАЭС; сельскохозяйственная продукция; рынок сельскохозяйственной продукции.

Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции — одно из направлений обеспечения продовольственной безопасности любой страны. Аграрный комплекс подвержен множеству внутренних и внешних факторов, которые требуют особого внима-

ния со стороны предприятий и государства в целом. В соответствии с Договором о ЕАЭС в рамках Союза проводится согласованная (скоординированная) агропромышленная политика, целью которой является эффективная реализация ресурсного потенциала государств — членов ЕАЭС для оптимизации объемов производства конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции и продовольствия, удовлетворения потребностей общего аграрного рынка, а также наращивания экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

При написании исследовательской статьи были использованы общенаучные методы: сравнение, анализ показателей, экономико-статистический, системный подход.

Аграрнопромышленный комплекс стран ЕАЭС имеет как недостатки, так и преимущества. Например, в сельском хозяйстве Армении основная проблема заключается в неэффективном использовании пахотных земель, минеральных удобрений, средств защиты растений, не отрегулированы сферы безопасности и стандартизации продуктов питания. У Казахстана и Белоруссии есть проблемы с кредитованием производителей и завышенной себестоимостью сельскохозяйственного производства. В Кыргызстане — небольшая площадь земельных ресурсов и, как в Армении, проблемы с сертификацией товаров<sup>1</sup>.

При этом интеграционные процессы между странами Евразийского союза имеют положительную тенденцию: взаимная торговля растет, политика импортозамещения имеет свои результаты.

В рамках изучения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, производимой в государствах — членах Евразийского экономического союза, проанализированы следующие составляющие:

- среднегодовые цены товаропроизводителей сельскохозяйственной продукции;
- показатели конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

Во-первых, рассмотрим среднегодовые цены. Наиболее конкурентные цены производителей на зерновые (пшеница, рожь, ячмень, овес, кукуруза на зерно) и зернобобовые культуры среди стран ЕАЭС сложились в Казахстане. Так, цена казахской пшеницы

---

<sup>1</sup> Интеграционные процессы и вступление в ЕАЭС: плюсы и минусы. URL: [https://inform.kz/ru/integracionnye-processy-i-vstuplenie-v-eaes-plyusy-i-minusy\\_a2972854](https://inform.kz/ru/integracionnye-processy-i-vstuplenie-v-eaes-plyusy-i-minusy_a2972854).

в 2018 г. на 10% ниже российской, на 20% белорусской и в 2 раза — армянской. Семена подсолнечника выращивались только в России и Казахстане, при этом самые дешевые семена отмечены в Казахстане<sup>1</sup>. Производство сахарной свёклы и картофеля более конкурентоспособно по цене в Беларуси. Самый низкий уровень цен на рассматриваемые овощи и бахчевые в Казахстане. Плоды семечковых культур с минимальной ценой производились в Беларуси, косточковых — в Кыргызстане, ягодных и винограда — в Казахстане. По большинству видов продукции животноводства (крупный рогатый скот, свиньи, птица и молоко) минимальные цены среди производителей ЕАЭС сформировались в Беларуси. Козы и овцы, а также молоко и яйца наиболее конкурентными были в Казахстане<sup>2</sup>.

Во-вторых, разберем показатели конкурентоспособности. Соотношение среднегодовых цен производителей и импортных цен представляет собой коэффициент, характеризующий конкурентоспособность продукции (по цене), производимой в стране, по сравнению с импортными аналогами. Продукция считается конкурентоспособной в случае, если коэффициент конкурентоспособности агропродовольственной продукции меньше<sup>3</sup>. Чем меньше значение коэффициента конкурентоспособности, тем продукция считается более конкурентоспособной. По итогам 2018 г. по большинству агропродовольственных товаров продукция государств-членов была более конкурентоспособна по цене по сравнению с импортными товарами. Исключение составили: в Армении — говядина, свинина и мясо птицы; в Беларуси — мясо птицы, ягоды и пшеница; в Казахстане — говядина, баранина, мясо птицы; в Кыргызстане — говядина, мясо птицы, сыры, картофель, ячмень и плоды семечковых культур; в России — говядина и сыры

Таким образом, конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции на внутреннем рынке ЕАЭС растет и не уступает импортным товарам. Следовательно, агропромышленный комплекс имеет свои перспективы и на международном рынке.

---

<sup>1</sup> Дибиров А. А., Воуба Е. С. Потенциал интеграции стран ЕАЭС в сфере продовольственного обеспечения населения // Экономика нового мира. 2017. № 4(8). С. 26–36.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

## Тенденции развития рынка упаковки потребительских товаров

В статье рассматриваются особенности современного рынка упаковочной продукции. Автор анализирует состояние дел в различных сегментах рынка упаковки потребительских товаров. Делается особый акцент на упаковках из гофрированного картона и популярной сегодня ПЭТ-таре. Объясняется сохранение лидирующих позиций полимерной и картонной упаковки. Наряду с этим автор выделяет некоторые проблемы упаковочной отрасли в целом, предлагая пути решения данных проблем.

**Ключевые слова:** упаковка потребительских товаров; экономика замкнутого цикла; тенденции рынка упаковки; особенности гофроупаковки и ПЭТ-тары; вторичное сырье для упаковки.

В эпоху цифровизации наиболее эффективной становится экономика замкнутого цикла, пришедшая на смену линейной экономики. За счет этого меняются модели производства и потребления. Современные производственные компании во главу угла ставят клиентоориентированность. Общество потребления формирует свои законы. Количество приобретаемой продукции неизменно растет, поэтому еще больше увеличивается количество упаковки, как потребительской, так и транспортной, без которой сегодня довольно сложно представить процесс товарного обращения. Влияют на увеличение объемов использования упаковки и набирающие всё большую популярность такие формы торговли, как интернет-торговля и доставка еды. Более оперативно разрабатываются новые товары и услуги. Следовательно, требуется более быстрая адаптация к новым реалиям рынка. Стремительное ускорение нашей жизни сегодня требует более высоких темпов внедрения новых технологий, сырьевых материалов, оборудования.

Отечественный рынок упаковки претерпевает постоянные изменения. От производителей упаковочной продукции ждут более высоких технологий, качественно нового дизайна, сохраняя при этом уровень производительности. В предыдущем году объем производства упаковочной продукции в нашей стране вырос в среднем на 4% [8]. Это больше, чем общий прирост промышленного производства. Такой рост объясняется увеличением объемов производства в пищевой промышленности, всё более расширяющимся импортозамещением. Успешному развитию упаковочной

индустрии способствует рост в целлюлозно-бумажной и нефтехимической отраслях промышленности, продукция которых служит сырьевой базой для производства упаковки.

При этом существует ряд факторов, характеризующих состояние отечественной экономики, которые смущают упаковщиков. Например, продолжающаяся стагнация покупательской способности населения. Так, в 2019 г. 24% россиян экономят на покупке продуктов питания, тогда как в 2018 г. этот показатель составлял 17% от общего числа покупателей [1]. Стагнация, вялый рост основных макроэкономических показателей не оказывают тем не менее влияние на темпы роста основных секторов упаковочной промышленности — упаковки из картона и полимеров.

Производство упаковки из гофрокартона с 2005 по 2019 г. выросло в два с половиной раза. Темпы роста на протяжении последнего десятилетия превышают 5% в год. В 2018 г. рост произведенной гофропродукции составил 4,1%, прирост относительно 2010 г. — 1,74 млрд. м<sup>2</sup> [2]. В 2019 г. темп прироста оценивается выше 5,7%. За последние 5 лет выпуск продукции из гофрокартона вырос на 1 млрд м<sup>2</sup> [5]. В 2019 г. совокупный объем выпуска может достичь 7 млрд м<sup>2</sup>. В России сегодня действуют более 600 предприятий по производству гофропродукции [4]. Из них 45% от общего числа это компании полного производственного цикла. Остальные являются компаниями-переработчиками. Производственная мощность предприятий, выпускающих упаковку из гофрированного картона, на начало текущего года оценивалась на уровне 9370 млн м<sup>2</sup> в год. Положительный рост рынка гофроупаковки объясняется прежде всего процессами в обрабатывающих отраслях промышленности и ритейле: стабильный рост пищевой промышленности, обеспечивающий рост потребления упаковки, эффективность программы импортозамещения, переросшей в экспортно ориентированность ряда направлений. Ритейл оказывает серьезное влияние на требования, предъявляемые к товарной упаковке [7]. Спрос на упаковку в ритейле растет, несмотря на некоторые негативные тенденции в работе розничных сетей, такие как снижение маржинальности, неопределенность спроса и упоминавшаяся уже стагнация покупательской способности. Рост обусловлен, в том числе, скоростью товарных поставок, проведением большого количества промоакций, увеличивающейся потребностью персонификации товарных образцов. Активизируя данные направления, можно компенсировать потери от снижения потребительского спроса.

Итак, если говорить только о натуральных показателях, то рынок гофроупаковок находится на этапе роста уже более двадцати лет [7]. Даже кризисные явления в экономике страны не оказали существенного воздействия на производство данного типа упаковок. Упаковку из гофрированного картона называют «устойчивой»: она нетоксична, с достаточно высокими показателями экологической безопасности, производится из возобновляемого и вторичного сырья, пригодна к повторной переработке, разлагается в естественных условиях среды, легко сжигается, у нее достаточно низкая стоимость [7].

Одним из крупнейших производителей полимерной упаковки выступает объединение предприятий «Европласт» [3]. В настоящее время на полную мощность работают семь заводов ОП «Европласт»: в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ростове, Красноярске, Владивостоке и Казани. В 2019 г. открыто представительство объединения в Европе. Это первая компания на отечественном рынке полимерной упаковки, основные направления деятельности которой отвечают мировым стандартам и принципам экономики замкнутого цикла. «Европласт» применяет собственное рециклинговое сырье для изготовления ПЭТ-преформ. В объединение входят заводы по переработке ПЭТ-бутылок и по производству полимерного гранулята.

Сегодня полимерная упаковка занимает 53% от общего объема рынка упаковочной продукции. Потребительские свойства такого типа упаковки по многим параметрам превосходят свойства упаковок из других материалов. Особое место в данном сегменте отводится ПЭТ-таре. Она легче стеклянных аналогов, не бьется при транспортировке и погрузочно-разгрузочных работах, сохраняет вкус и свежесть помещенного в нее продукта, не вступает в химическую реакцию с содержимым, устойчива к агрессивному воздействию среды. Ежегодный прирост производства ПЭТ-бутылок составляет в среднем 5%. В последнее время данный материал достаточно популярен у производителей пищевых продуктов и напитков. Это материал, который ежегодно наращивает свое присутствие на рынке пищевой упаковки. Для повышения защитных свойств ПЭТ-тара достаточно легко модернизировать: использовать многослойную технологию, применять «барьерные» добавки из смеси полимеров, напыление слоев снаружи или внутри. В последнее время ПЭТ-тару стали шире использовать для молочной продукции, оливкового масла.

Применение ПЭТ-тары дает производителям пищевой продукции целый ряд возможностей:

- сохранять рентабельность при выпуске малых партий благодаря быстрой переналадке оборудования;
- минимизировать расходы на транспортировку благодаря легкому весу упаковки и отсутствию боя;
- обеспечивать индивидуализацию конечного продукта; герметичность и гигиеничность упакованной продукции;
- применять разнообразные дизайнерские решения в упаковке своей продукции (благодаря современным технологиям в отрасли);
- легко и многократно изменять форму и цвет упаковки;
- осуществлять непрерывный процесс производства упаковки и розлива в нее продукции, что исключает дополнительный цикл по ополаскиванию и мойке тары;
- вводить дополнительные ингредиенты для улучшения потребительских свойств упаковки;
- гарантировать сохранность бренда при переходе от одного типа упаковки к другому.

Основными тенденциями развития рынка ПЭТ-тары сегодня являются [6]:

- уменьшение массы бутылки;
- рост потребления воды в ПЭТ;
- рост потребления молочных продуктов в ПЭТ;
- рост потребления алкогольных напитков, пива и вина в ПЭТ;
- увеличение объемов использования вторичного ПЭТ.

Из одной тонны отходов ПЭТ-тары, например, можно изготовить 200 чехлов для автомобилей, или 400 спальных мешков, или утеплитель для 750 зимних курток<sup>1</sup>. По мере распространения информации о проблеме упаковочных отходов меняется и общественное сознание. Если совсем недавно использование упаковки из вторичного сырья воспринималось негативно, то в настоящее время общественное мнение изменилось. Многие компании, наоборот, подчеркивают применение вторичного сырья для получения общественного одобрения и формирования успешного имиджа<sup>2</sup>.

Таким образом, современный рынок упаковки потребительских товаров, несмотря на некоторые негативные макроэкономические

---

<sup>1</sup> Ассоциация производителей и переработчиков полиэтилентерефталата / XIII Международная конференция ПЭТФ 2017. URL: <http://arpet.ru>.

<sup>2</sup> Ассоциация производителей и переработчиков полиэтилентерефталата / III Международная конференция «Вторичная переработка полимеров». URL: <http://arpet.ru>.

факторы, продолжает интенсивно развиваться. Особенно высокие темпы роста объемов производства сохраняются в двух основных секторах упаковочной промышленности — картонной и полимерной упаковки. В обоих секторах получает все большее распространение использование вторичного сырья.

### Библиографический список

1. *Бойко А.* RosUpack — важная составляющая упаковочного рынка // Тара и упаковка. 2019. № 3. С. 10-11.
2. *Дулькин Д. А.* Проблемы и перспективы российского рынка упаковки из гофрокартона // Тара и упаковка. 2019. № 5. С. 10–15.
3. *Компания «Европласт»* — инновационный пример циркулярной экономики России // Тара и упаковка. 2019. № 3. С. 26–27.
4. *Рынок гофрокартона: новых игроков не ожидал* // Тара и упаковка. 2019. № 3. С. 9–10.
5. *Рынок упаковки из гофрокартона: изменение реальности и реальные изменения* // Тара и упаковка. 2019. № 3. С. 4–5.
8. *Создание отрасли по переработке отходов. Международный опыт* // Тара и упаковка. 2019. № 4. С. 36–37.
7. *Фролова Н. Ю., Миронов Д. С.* Основные аспекты упаковки потребительских товаров: учеб. пособие. Казань: Бук, 2018.
8. *Эффект кросс-отраслевого пересечения* // Тара и упаковка. 2019. № 5. С. 4–6.

**С. В. Царева**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

### **Товароведная оценка качества колбасных изделий**

Современный рынок колбасных изделий в России в основном представлен продукцией отечественных производителей. Ассортимент колбасных изделий широк и отличается разнообразием по составу сырья, виду оболочек, массой упаковки, стоимости и срокам хранения. Вареные колбасы относятся к скоропортящимся продуктам, контроль качества данной продукции имеет важное значение для безопасности потребителей.

**Ключевые слова:** колбасные изделия; ассортимент; качество; маркировка; органолептические показатели.

Мясо, благодаря своим высоким пищевым и вкусовым качествам, относится к ценным пищевым продуктам и является самым популярным и востребованным продуктом в питании человека. Общеизвестно, что пищевая ценность мяса определяется тем, что оно содержит полноценные животные белки, а также ряд питательных

веществ, которые по химическому составу и сбалансированности невозможно заменить другими продуктами [1].

Колбасные изделия в нашей стране имеют большой удельный вес среди мясных товаров и пользуются спросом и популярностью у населения. Колбасные изделия — это продукты из мясного фарша со специями, в оболочке или без нее и подвергнутые термической обработке или ферментации. Особенностью большинства колбасных изделий является то, что при их изготовлении из основного сырья удаляются части, имеющие низкую пищевую ценность, это прежде всего кости, хрящи, плотная соединительная ткань и др. Кроме того, при производстве колбасных изделий применяют пищевые добавки (белковые, кровяные, молочные продукты и т. д.), ценные в пищевом отношении и обладающие приятными ароматическими и вкусовыми свойствами благодаря специям.

По данным Росстата, наибольший удельный вес в структуре рынка колбасных изделий приходится на вареные колбасные изделия и составляет 37%. К ним относятся вареные колбасы, сосиски, сардельки, шпикачки, колбасные хлебы, выпускаемые в охлажденном виде, предназначенные для непосредственного употребления в пищу и приготовления различных блюд и закусок<sup>1</sup>.

Современный рынок колбасных изделий в России в основном представлен продукцией отечественных производителей, более 2 тыс. компаний. Доля импорта в натуральном выражении составляет всего 2%. Крупнейшим импортером для России является Белоруссия — в общей структуре импорта на ее долю приходится 97,6% в натуральном и 96,7% в стоимостном выражении. По итогам 2018 г. объем экспорта составил 32 млн т. Крупнейший получатель российских колбасных изделий — это Казахстан, на его долю приходится 78,6% в натуральном и 72,4% в стоимостном выражении<sup>2</sup>.

По прогнозам экспертов, в 2019–2023 гг. возможен небольшой рост продаж колбасных изделий на российском рынке (1,2–1,5% в год) в первую очередь за счет появления новых видов колбасных изделий и роста платежеспособности потребителей [2].

Ассортимент колбасных изделий широк и отличается разнообразием по составу сырья, виду оболочек, массе упаковки, стоимости и срокам хранения. Вареные колбасы относятся к скоропортящимся продуктам, контроль качества данной продукции имеет важное значение для безопасности потребителей.

---

<sup>1</sup> Российский продовольственный рынок. URL: <http://foodmarket.spb.ru>.

<sup>2</sup> Там же.

Согласно ОКПД, колбасным изделиям соответствует код 10.13.14 «Изделия колбасные и аналогичная пищевая продукция из мяса, субпродуктов или крови животных из мяса и субпродуктов птицы». По Товарной номенклатуре ВЭД ЕАЭС колбасные изделия относятся к группе «Готовые продукты из мяса, рыбы или ракообразных, моллюсков или прочих водных беспозвоночных» и представлены товарной позицией 1609.

Для проведения товароведной оценки были взяты образцы колбасы одной из самых популярных среди потребителей колбасы «Докторская» разных производителей Уральского региона:

- образец №1 — производитель ООО «Доброгост», масса упаковки 400 г;
- образец №2 — производитель АО «Комбинат пищевой „Хороший вкус“», масса упаковки 350 г;
- образец №3 — производитель ООО «Велес», масса упаковки 350 г;
- образец №4 — производитель ИП «Черкашин и партнер», масса упаковки 350 г.

Анализ товарной информации, представленной на маркировке потребительской упаковки, проводился на соответствие требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Пищевые продукты. Информация для потребителей» и Технического регламента Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» (ТР ТС — 022/2011). Все представленные образцы по идентификации маркировки соответствуют требованиям, предъявляемым нормативными документами. На маркировках дана полная товарная информация, она достоверна, достаточна и доступна, легко читаема.

При идентификации маркировки данных образцов обращают на себя внимание разные сроки хранения. Срок хранения вареных колбас в основном зависит от пищевых добавок (консервантов, антиокислителей и др.), которые использовали при производстве. Самый короткий срок хранения у образца мясоперерабатывающего завода «Черкашин и партнер», он составляет 30 суток. Наибольший срок годности у колбасы, изготовленной на предприятии «Велес», — 60 суток, что объясняется большим содержанием пищевых добавок. Вареная колбаса предприятия АО «Комбинат пищевой „Хороший вкус“» хранится 40 суток, компании «Доброгост» — 45 суток.

При определении массы нетто в представленных образцах, согласно ГОСТ 8.579-2002 «Государственная система обеспечения единства измерений (ГСИ). Требования к количеству фасованных

товаров в упаковках любого вида при их производстве, расфасовке, продаже и импорте», отклонений не выявлено. Масса нетто в образцах 1, 2 и 4 соответствует заявленной, в образце № 3 установлено отрицательное отклонение — 9 г, что соответствует допускаемому отклонению.

Органолептические исследования проводились на соответствие требованиям ГОСТ 23670-2019 «Изделия колбасные вареные мясные. Технические условия». Определяли показатели — внешний вид, консистенцию, цвет и вид на разрезе, запах и вкус.

Анализ органолептических показателей позволил сделать вывод, что образцы № 1, 2 и 4 соответствуют требованиям, предъявляемым к вареным колбасам. У образца № 3 самые низкие органолептические показатели, в частности: непривлекательный темный цвет фарша, наличие волокон и пузырьков, частичек хрящевой ткани, несоответствующий вареной колбасе вкус и запах, при разжевывании колбаса жесткая. Кроме того, при исследовании товарной информации данного образца было установлено, что при производстве было использовано молоко сухое и яичный порошок, а в других образцах — молоко питьевое и яйца куриные.

В результате проведенных исследований было выявлено, что образцы № 1, 2 и 4 полностью соответствуют требованиям нормативных документов и рекомендуются для дальнейшей реализации. Образец № 3 не соответствует по качеству заявленным характеристикам. Использование сухого молока, яичного порошка и пищевых добавок при производстве данного образца снизило себестоимость продукции, но отрицательно повлияло на органолептические показатели, что позволяет целесообразным рекомендовать изъять из ассортимента данную продукцию.

#### Библиографический список

1. Елисеева Л.Г., Родина Т.Г., Рыжакова А.В. Товароведение однородных групп продовольственных товаров. М.: Дашков и К, 2017.
2. Пармухина Е. Тенденции рынка колбасных изделий // Мясная индустрия. 2017. № 2. С. 31.

## Влияние показателей качества и безопасности на конкурентоспособность игрушки

Рассматриваются технические параметры повышения конкурентоспособности товаров. На основе исследований показателей качества и безопасности детских игрушек определены соответствия потребительских и стоимостных характеристик существующим и потенциальным запросам покупателей.

**Ключевые слова:** безопасность; качество; игрушка; ТР ТС 008/2011.

Под конкурентоспособностью товара понимают обобщенную характеристику, выражающую отличия от товара конкурента по различным показателям.

Для повышения конкурентоспособности игрушки и защиты потребителей от недобросовестных производителей необходимо изучить показатели и свойства товаров. Оценка конкурентоспособности товара основана, в том числе, на изучении параметров оценки товара: технических, соответствующих национальным и международным стандартам; а также «мягких» параметров, характеризующих эстетические свойства товара.

Забота о детях, их здоровье и безопасность являются приоритетной задачей и обязанностью государства. Российское законодательство опирается на действующее законодательство и международные нормативные документы.

Российское законодательство декларирует особую заботу о безопасности детской продукции. В связи с этим приняты и действуют ряд норм и специальных правовых актов, призванных защитить несовершеннолетних потенциальных потребителей от опасности, которая может содержаться в детских игрушках.

Материалы игрушки должны отвечать гигиеническим требованиям — должны быть чистыми и неинфицированными. В игрушках не допускается применение вторичного сырья, полученного в результате повторной переработки материалов, бывших в употреблении. Контроль применяемого сырья, материалов и комплектующих изделий проводят визуально<sup>1</sup>.

Исследования качества и безопасности детских игрушек проводились в соответствии с существующими методиками и на основе:

---

<sup>1</sup> ГОСТ 25779-90. Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля (с изм. № 1, 2).

- 1) изучения органолептических показателей;
- 2) определения стойкости защитно-декоративного покрытия к действию слюны, пота, влажной обработке.

Для этого были выбраны импортные игрушки, преобладающие на российском рынке. Товароведная характеристика образцов представлена в табл. 1.

Таблица 1

**Товароведная характеристика исследуемых образцов**

Наименование игрушки	Педагогическое назначение	Основной материал	Половозрастное назначение
Образец 1 — погремушка «Животное»	Развивающая первоначальные движения и восприятие	Пластмассовая	Для детей ясельного возраста (группа раннего возраста от 0 лет)
Образец 2 — набор «Солдатики»	Дающая представление детям об окружающем мире и природе	Пластмассовая	Для детей дошкольного возраста (от 3 лет)
Образец 3 — игрушка, изображающая животное, мягконабивная	Дающая представление детям об окружающем мире и природе	Комбинированная	Для детей дошкольного возраста (вторая младшая группа от 3 лет)
Образец 4 — игровой набор «Пистолет с 6 пулями»	Способствующая физическому развитию ребенка	Пластмассовая	Для детей дошкольного возраста (средняя группа от 5 лет)

*Примечание.* Санитарно-эпидемиологическая оценка игрушек. 4.1/4.3. Методы контроля. Химические факторы/физические факторы: метод. указ. М.: Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2006.

Органолептическая оценка игрушек была проведена на основе ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек» и МУК 4.1/4.3.2038-05 п. 7. В образцах определяли внешний вид, характер поверхности и запах.

Внешний вид и характер поверхности игрушки определяют визуально. Результаты анализа интенсивности и характера запаха в исследуемых образцах обобщены в табл. 2.

Таблица 2

## Результаты анализа интенсивности и характера запаха игрушек

Образец игрушки	Требования ТР ТС 008/2011	Определение запаха игрушки, балл	Вывод о качестве
Образец 1	Интенсивность запаха игрушки в естественных условиях и водной вытяжке не должна превышать 1 балла в игрушках, предназначенных для детей до 1 года, 2 баллов — для детей старше 1 года	0	Соответствует
Образец 2		3	Не соответствует
Образец 3		1	Соответствует
Образец 4		0	Соответствует

*Примечание.* Санитарно-эпидемиологическая оценка игрушек. 4.1/4.3. Методы контроля. Химические факторы/физические факторы: метод. указ. М.: Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2006.

Анализируя интенсивность и характер запаха, можно сказать, что образец 2 — набор «Солдатики» имеет запах, легко замечаемый (3 балла). Данный образец не соответствует требованиям ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек». Это значит, что игрушка является небезопасной для жизни и здоровья ребенка.

Интенсивность и характер запаха в образцах № 1, 3 и 4 соответствуют заявленным требованиям нормативно-технической документации. Данные образцы игрушек безопасны для жизни и здоровья ребенка.

Для определения стойкости защитно-декоративного покрытия игрушек к действию слюны, пота и влажной обработке были выбраны образцы из пластмассы № 1 и 2. Результаты анализа стойкости защитно-декоративного покрытия игрушек к действию слюны, пота и влажной обработке представлены в табл. 3.

После исследований определения стойкости защитно-декоративного покрытия игрушки к действию слюны, пота и влажной обработке образцы были развернуты от фильтровальной бумаги и осмотрены. Образцы игрушек считаются выдержавшими испытание, так как каждая полоска фильтровальной бумаги не изменила свой цвет. Внешний вид игрушек остался прежним. Таким образом, исследуемые образцы игрушки соответствуют требованиям ГОСТ 25779-90 «Игрушки. Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля».

Таблица 3

**Результаты анализа стойкости защитно-декоративного покрытия  
игрушек к действию слюны, пота и влажной обработке**

Образец	Требования ГОСТ 25779-90	Фактическое значение	Вывод о качестве
Образец 1	Испытуемые игрушки с прикрепленными полосками помещают в эксикатор и выдерживают в термостате при температуре $(37\pm 2)$ °С в течение 2 ч, после чего полоски осматривают. Образцы игрушек считаются выдержавшими испытание,	Каждая полоска из фильтровальной бумаги не изменила свой цвет после исследования. Внешний вид игрушки не изменился	Соответствует
Образец 2	если каждая полоска из фильтровальной бумаги не изменила свой цвет. Стойкость защитно-декоративного покрытия игрушки к влажной обработке определяют путем обработки игрушки в течение 3 мин водой без механического воздействия с использованием нейтрального мыла, при этом внешний вид игрушки не должен измениться	Каждая полоска из фильтровальной бумаги не изменила свой цвет после исследования. Внешний вид игрушки не изменился	Соответствует

*Примечание.* ГОСТ 25779-90. Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля (с изм. № 1, 2).

При оценке конкурентоспособности игрушки были определены технические параметры соответствия национальным и международным стандартам. По данным исследований органолептических показателей и определения стойкости защитно-декоративного покрытия к действию слюны, пота, влажной обработке наиболее конкурентоспособным оказался образец — погремушка «Животное».

Для повышения конкурентоспособности игрушки необходимо постоянно добиваться максимального соответствия его потребительских и стоимостных характеристик существующим и потенциальным запросам покупателей.

## Система менеджмента качества как основа повышения конкурентоспособности организации в условиях ВТО

Вступление России во Всемирную торговую организацию имеет большое значение для отечественного рынка. С одной стороны, это снижение цен на группу импортных товаров и расширение рынка сбыта за счет взаимодействия с новыми иностранными партнерами, с другой — ужесточение конкуренции за рынок потребителя. Для того чтобы добиться конкурентного преимущества, организации необходимо удовлетворить потребности клиентов эффективнее, качественнее и дешевле, чем конкуренты.

**Ключевые слова:** управление качеством; система менеджмента качества; стандарты ISO 9001; конкурентоспособность.

В условиях высокой конкуренции особую роль в деятельности организации играет повышение качества продукции и оказываемых услуг. Стратегия управления организацией, основанная на качестве, содержит методы и инструменты, цель которых — достигнуть равновесия интересов всех заинтересованных сторон. Качество оценивает потребитель, основываясь на соответствии своим требованиям<sup>1</sup>. Для повышения удовлетворенности потребителей необходимо внедрять и развивать системы менеджмента качества, соответствующие требованиям международных стандартов ИСО серии 9000. Современные системы менеджмента качества нацелены не только на работу с качеством, но и содержат рекомендации по работе с рисками, повышению эффективности деятельности, созданию условий для внедрения инноваций в управление организацией.

Таким образом, в условиях членства Российской Федерации во Всемирной торговой организации сертифицированная по требованиям международного стандарта ISO 9001:2015 система менеджмента качества играет значительную роль. Она позволяет не только повысить конкурентоспособность организации внутри страны, но и иметь статус надежного партнера на международном уровне.

Система менеджмента качества — это совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих элементов организации для раз-

---

<sup>1</sup> Нив Г. Организация как система: Принципы построения устойчивого бизнеса Эдварда Деминга / пер. с англ. 5-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2017. С. 15.

работки политики, целей и процессов для достижения этих целей в области качества<sup>1</sup>.

Как известно, сертификация продукции и других объектов — это один из инструментов, который может гарантировать соответствие объектов установленным требованиям. Сертификация систем менеджмента качества направлена на выявление и удовлетворение требований потребителей и улучшение процессов организации, участвующих в обеспечении качества продукции или услуг, что ведет к повышению возможностей организации создать требуемое потребителем качество.

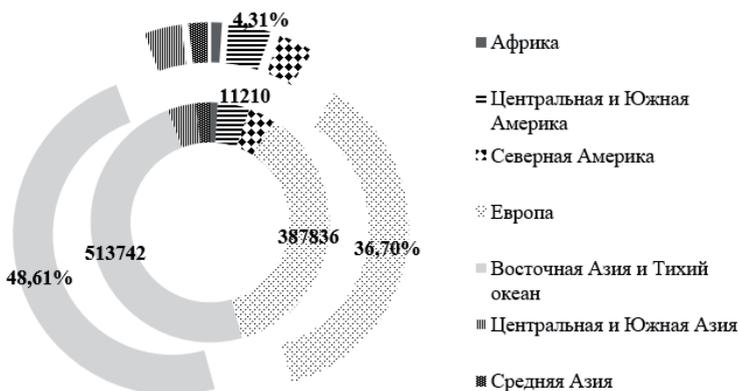
Сертификация систем качества организаций — это средство, предоставляющее уверенность в том, что сертифицированная организация способна поставлять продукцию или оказывать услуги, соответствующие определенным требованиям. Фактически сертификация означает, что система качества организации прошла проверку на соответствие требованиям конкретного стандарта. При этом сертификация продукции не затрагивается. Доказательство соответствия системы качества установленным требованиям подтверждается наличием сертификата соответствия.

Сертификат является гарантией для всех заинтересованных сторон в том, что организация имеет прозрачную систему управления, которая способна обеспечить высокое качество продукции или оказываемых услуг. В зарубежных странах сертификация систем качества по требованиям международного стандарта ISO 9001, который пользуется международным признанием, широко распространена. Международный стандарт ISO 9001 «Системы менеджмента качества. Требования» устанавливает критерии для системы менеджмента качества и является единственным стандартом, на соответствие которому она может быть сертифицирована. На рисунке представлена статистика выданных сертификатов ISO 9001 по континентам на 31 декабря 2018 г., из них более 3,5 тыс. было выдано в России.

Получение сертификата ISO 9001 может быть мощным инструментом продвижения организации на внутреннем и внешнем рынках, поскольку иностранные компании предпочитают сотрудничать с теми российскими предприятиями, которые прошли сертификацию по стандарту ISO 9001:2015.

---

<sup>1</sup> Нив Г. Организация как система: Принципы построения устойчивого бизнеса Эдварда Деминга / пер. с англ. 5-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2017. С. 38.



Количество выданных сертификатов на соответствие системы менеджмента качества требованиям ISO 9001 на 31 декабря 2018 г.<sup>1</sup>

Стандарт ISO 9001 основан на идее постоянного улучшения. В нем не указано, какими должны быть цели, относящиеся к «качеству» или «удовлетворению потребностей клиентов», но требуется, чтобы организации сами определяли эти цели и постоянно совершенствовали свои процессы для их достижения. Успешное внедрение требований стандарта ISO 9001 для одних предприятий — это способ привлечения новых клиентов, в то время как другие рассматривают стандарт как основу для внутренней эффективности, поскольку система менеджмента качества позволяет повысить качество продукции или оказываемых услуг и снизить издержки.

Внедрение системы управления качеством обеспечивает достижение стабильного высокого качества продукции и услуг при минимальных затратах.

В условиях действующих систем менеджмента качества повышается качество не только продукции и оказываемых услуг, но и процессов организации, в результате чего уменьшается количество ошибок, брака, снижается время производственного цикла, начинает преобладать экономное расходование ресурсов, что ведет к снижению производственных затрат. Задачи управления качеством направлены не только на повышение прибыли и управление затратами, а также на совершенствование таких областей, как обслуживание

<sup>1</sup> The ISO Survey of Management System Standard Certifications — 2017 — Explanatory Note.

заинтересованных сторон, обучение персонала, обеспечение заявленного потребителю качества, удовлетворенность потребителей, управление потоками, разработка новой продукции и новых услуг.

Улучшение качества и уменьшение затрат потребителя — это основа удовлетворения требований потребителей. Процесс внедрения системы менеджмента качества обладает определенной сложностью, так как охватывает всю компанию от рядового сотрудника до высшего руководства. Стоит понимать, что сертификация системы качества необходима не столько для привлечения иностранных партнеров, сколько для обеспечения способности организации выйти на рынок, работающий по условиям ВТО, не потеряв при этом своих потребителей.

Модель системы качества организации учитывает, что не все процессы и действия могут быть предопределены заранее, поэтому необходимо обладать гибкостью и адаптируемостью к сложной среде организации<sup>1</sup>.

В основе современных систем качества условно можно выделить три главных положения, среди которых: качество — неотъемлемый элемент любого процесса; качество — это то, что говорит потребитель, а не изготовитель; ответственность за качество должна быть адресной.

Итак, можно выделить несколько основных выгод от внедрения и развития системы качества по требованиям ISO 9001:

- улучшается имидж организации и доверие к ней;
- повышается удовлетворенность потребителей;
- бизнес-процессы организации взаимодействуют лучше;
- повышается уверенность руководителей при принятии решений;
- внедряется культура постоянных улучшений. Влияние проблем на результат работы систематизированных процессов будет сведено к минимуму;
- происходит вовлечение сотрудников.

Таким образом, внедрение систем управления качеством помогает организации снизить потери в процессах, повысить эффективность и скорость работы, улучшить качество продукции и обслуживания, сплотить сотрудников и улучшить их отношение к работе. Понимание важности постоянного совершенствования качества всеми участниками деятельности имеет очень большое значение для развития организации.

---

<sup>1</sup> ГОСТ Р ИСО 9001. Системы менеджмента качества. Требования.

## СЕКЦИЯ 2

### Инновационные технологии в сфере производства и обращения товаров на потребительском рынке

---

Н. М. Беляев, А. А. Кисель

*Уральский государственный экономический университет. г. Екатеринбург*

#### **Новые способы и потенциальные возможности применения отходов производства пищевой продукции**

Материалы статьи являются тезисами исследования, проводимого в рамках изучения потенциалов применимости инновационных методов переработки отходов пищевой промышленности и пищевых отходов. Характеристика работы заключается в изучении и обобщении большинства новых знаний в области переработки и утилизации отходов пищевой промышленности и определении наиболее перспективных и целесообразных методов использования продуктов их переработки на отечественном рынке. Исследование также преследует цель популяризации инновационных научных решений в области производства новых видов пищевого сырья на примере отходов мясной и рыбной промышленности.

**Ключевые слова:** отходы пищевой промышленности; переработка; продукты переработки; высокотемпературный пиролиз.

По данным Росприроднадзора, к началу 2018 г. в России было накоплено 38 млрд 73 млн т промышленных и бытовых отходов. При этом в течение 2017 г. образовалось 6 млрд 220,6 млн т. Утилизировано для повторного применения в 2018 г. 2 млрд 53,9 млн т отходов. Порядка 60 % всех отходов приходится на предприятия пищевой и легкой промышленности, из которых 40 % органические и 35 % полимерные.

Таким образом, на каждое предприятие пищевой и легкой промышленности приходится в среднем 400 тыс. т отходов (в расчет берется, в том числе, индивидуальная упаковка товара). При этом предприятия отправляют на переработку менее 6 % всех отходов<sup>1</sup>. Накопление отходов и длительное их хранение помимо экологических последствий имеют явные экономические проблемы в виде потери ценных материалов производства.

В исследовании обобщены характеристики и аналитические данные по вопросам переработки отходов пищевой промышленно-

---

<sup>1</sup> Утилизация мусора в России. Как реформируют отрасль // ИТАР-ТАСС. URL: <https://tass.ru/info/6000776>.

сти, инновационные методы переработки и утилизации, качественные показатели продуктов переработки отходов.

Отходы пищевых производств определяются как неиспользованные, нежелательные или недостаточно используемые твердые вещества или жидкости, которые целесообразно перерабатывать в применимые и более полезные продукты. Побочный продукт — это вторичный продукт положительного или отрицательного значения от процесса производства (сточные воды от переработки).

Анализируя литературные данные по выработке пищевой продукции, удалось определить типовые группы отходов (см. таблицу). Отходы всех этапов переработки мяса, рыбы и других пищевых продуктов образуются в результате деятельности скотобоев, мясных магазинов, рыбоперерабатывающих заводов, птицефабрик и ферм.

#### Виды отходов и их происхождение в пищевой промышленности [5]

Тип отходов	Происхождение
Отходы от приготовления и переработки мяса, рыбы и других пищевых продуктов, происходящих от животных	Бойня, мясные магазины, рыбоперерабатывающие заводы, заводы по переработке яиц, заводы по переработке сала
Отходы от приготовления и переработки фруктов, овощей, зерна, пищевого масла, какао, кофе и табака, производства консервов	Завод по переработке фруктов и овощей, производители крахмала, солодовни, крупяная и дробильная фабрика, маслобойни, производители кофе, чая, какао и консервов, заводы по переработке табака
Отходы от производства сахара	Производители сахара
Отходы от переработки молока	Молочные продукты
Отходы от производства выпечки и сладостей	Пекарни, кондитеры, производители кондитерских изделий
Отходы от производства как безалкогольных, так и алкогольных напитков	Пивоваренные заводы, винодельни, производители ликероводочных изделий, ликероводочные заводы, безалкогольные напитки и производители фруктовых соков

Сточные воды многих перерабатывающих заводов настолько сильно загрязнены органическими и химическими веществами, что для их очистки требуются соответствующие емкости, чтобы сделать эту воду приемлемой для сброса в ручьи и озера. Крупные животноводческие фермы и птицефабрики производят значительное количество отходов. В России среднегодовое поголовье домашней

птицы насчитывается около 550 млн шт. (это 320 тыс. т навоза в год), 24 млн голов свиней (это 6 тыс. м<sup>3</sup> жидких отходов в год).

Одним из лидеров по объемам выработки пищевых отходов является Таиланд — около 400 скотобоев действуют только в районе Бангкока. Большая часть таких отходов сбрасывается в сточные воды, содержащие в основном органические вещества, попадающие и загрязняющие Мировой океан [4].

Основные индексы загрязнения, такие как органический азот и животный жир, в несколько раз выше, чем у среднестатистических бытовых сточных вод.

Животноводческие предприятия производят большие объемы жидких отходов, включающие в себя как опасные загрязнители, так и потенциально пригодные для использования органические вещества. Интересный факт, что побочные продукты и отходы птицеводства могут содержать до 100 различных видов микроорганизмов в загрязненных перьях, ногах, кишечнике и технологическом оборудовании, включая потенциальные патогены [3]. Хотелось бы отметить, что скотобойни и животноводческие фермы оказываются без услуг по утилизации или сталкиваются с высокими сборами за утилизацию как по всему миру, так и в России [6].

В мировой практике сложилась тенденция к двухэтапному циклу переработки пищевых отходов. Первый заключается в выделении полезных компонентов из общей массы отходов. Вторичная переработка включает в себя такие методы, как: анаэробная переработка; аэробная переработка и компостирование. Рассмотрим каждый из них подробнее.

Анаэробная обработка является одним из основных используемых процессов биологической обработки отходов. Отходы животного происхождения потенциально могут привести к образованию горючих газов, пригодных для использования. Сам метод не требует больших материальных вложений, но позволяет получать твердое и газообразное топливо [2].

Аэробная переработка применяется для переработки жидких отходов путем микробиологического взаимодействия с растворенными органическими веществами. В процессе такой переработки снижается количество патогенных организмов в жидкости, образуется илистый осадок, пригодный в качестве питательного удобрения [2].

Компостирование — это аэробный биологический процесс, при котором встречающиеся в природе микроорганизмы превра-

щают биоразлагаемое органическое вещество в гумусоподобный продукт под воздействием кислорода. Компостирование широко применяется для удаления органических отходов, хотя оно, если искусственно ускорить процесс, также имеет потенциал в качестве эффективного метода получения питательной массы в виде удобрения [2].

Все эти методы переработки традиционны, а сейчас рассмотрим, какие существуют инновации в сфере переработки и использования отходов производства пищевой продукции.

Пищевой животный жир является основным продуктом, полученным в результате переработки жировой ткани животных. Животный жир можно получить с помощью низкотемпературного и высокотемпературного пиролиза. Данные методы необходимы для отделения жира от белка в массе органических животных отходов. При этом у белка, полученного из низкотемпературного варианта пиролиза, приемлемое качество для дальнейшего применения в пищевом производстве. Например, как сухой протеин. Переработанный животный жир широко применяется в сфере косметических изделий и масложировой продукции [1].

Отходы переработки рыбы и морепродуктов могут быть включены в ферментативный гидролиз для получения таких полезных и дорогостоящих продуктов, как желатин, коллаген, кератин.

Биодизельное топливо, выработанное из масел и жиров мяса и рыбы с помощью высокотемпературного пиролиза, является заменителем или добавкой к дизельному топливу, полученному из нефти. Используется в качестве энергетического ресурса на больших животноводческих предприятиях.

Перья считаются побочным продуктом птицеводства. Перьевая мука может применяться в качестве органического удобрения, так как содержит около 15% азота, преимущественно в виде нерастворимого кератина, а также идти на корм [4].

Некоторые отходы переработки птицы могут потребляться людьми. Потроха, состоящие из желудка, печени без желчного пузыря и сердца, считаются питательными веществами, содержащими высококачественные белки вместе с витаминами, человек употребляет в пищу.

Куриный коллаген и желатин полезны побочными продуктами переработки. Куриный гребень является одним из самых богатых источников гиалуроновой кислоты, а куриный жир встречается

в составе олеохимикатов и биодизеля, более того применяется в качестве горючего газа — метана [2].

Рациональная организация процесса переработки отходов в сочетании с эффективным современным оборудованием позволяет получать продукцию из вторичного сырья с себестоимостью в 2–2,5 раза ниже, чем для аналогичной продукции из первичного сырья, при сопоставимом качестве продукта. Для полноценного функционирования предприятий по сбору и переработке наиболее ценного вторичного сырья и включения их в единую систему обращения с отходами производства и потребления необходимо обеспечить законодательную базу, стимулирующую использование вторичного сырья и переработку отходов, а также устанавливающую систему экономического регулирования движения отходов и реализации продукции из вторичного сырья.

Таким образом, определен перспективный метод переработки — а именно низкотемпературный пиролиз в условиях отечественной пищевой промышленности — как доступный и целесообразный способ переработки и получения полезной продукции.

#### Библиографический список

1. *Бернадинер М.Н., Бернадинер И.М.* Высокотемпературная переработка и обезвреживание жидких, пастообразных и твердых промышленных и медицинских отходов // *Экология и промышленность России*. 2011. № 4. С. 10–12.
2. *Калинин П.А.* Утилизация отходов производства как маркетинговый компонент деятельности предприятия // *Вестник СИБИТа*. 2014. № 3(11). С. 3–7.
3. *Coma V.* Bioactive packaging technologies for extended shelf life of meat based products // *Meat Sci*. 2008. Vol. 78, Issue 1-2. Pp. 90–103.
4. *De Sena R. F., Claudino A., Moretti K., Bonfanti I. C. P., Moreira R. F. P. M., Jose H. J.* Biofuel application of biomass obtained from a meat industry wastewater plant through the flotation process — a case study // *Resources, Conservation and Recycling*. 2008. Vol. 52, Issue 3. Pp. 557–569.
5. *Jayathilakan K., Sultana K., Radhakrishna K., Bawa A. S.* Utilization of Byproducts and Waste Materials from Meat, Poultry and Fish Processing Industries: A Review // *Journal of Food Science and Technology*. 2012. Vol. 49, no. 3. Pp. 278-293.
6. *Young R., Lawrie R.* Utilization of edible protein from meat industry by-products and waste: II. The spinning of blood plasma proteins // *International Journal of Food Science & Technology*. 2007. Vol. 9, no. 2. Pp. 171–177.

## Оценка влияния развития цифровых технологий в сфере производства и обращения крупного промышленного города

Приоритетной задачей экономического развития Российской Федерации выступает активная цифровизация всех секторов экономики, что, несомненно, приведет к укреплению конкурентных преимуществ нашей страны на мировой арене. В этой статье проведен анализ социально-экономического положения г. Екатеринбурга, который поможет ответить на вопрос о готовности становления экономической системы города на путь интенсивного внедрения цифровых технологий.

**Ключевые слова:** прорыв; цифровизация; технологии; инновационные проекты.

Сегодня в Российской Федерации повышение социально-экономического уровня развития страны связано с реализацией программы «Цифровая экономика», которая утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р. Программа ориентирована не только на разработку и внедрение передовых технологий, но и на формирование среды, обеспечивающей экономический рост, который связан, в первую очередь, с крупными промышленными городами.

Екатеринбург — это современный и динамично развивающийся город, который в 2018 г. сохранил высокие объемы промышленного производства при более сдержанных темпах их роста на фоне высокой базы 2017 г. По итогам отчетного года индекс промышленного производства составил 100,2 %, объем отгруженной продукции — 103,9 %. По предприятиям обрабатывающей промышленности индекс производства в отчетном периоде составил 98,8 %, объем отгруженной продукции — 100 %. Промышленность Екатеринбурга поддерживается стабильной работой предприятий оборонно-промышленного комплекса, получающих государственные заказы.

Оборот крупных и средних организаций за январь — декабрь 2018 г. увеличился на 12,3 % и составил 1907,6 млрд р. Наибольшую долю в обороте крупных и средних организаций по-прежнему занимают оптовая и розничная торговля (43,8 %) и промышленное производство (34,1 %). Прибыль крупных и средних организаций увеличилась и составила 79,4 млрд р.

В 2018 г. отмечен рост заработной платы работников организаций по всем видам экономической деятельности, среднемесячная начисленная заработная плата работников крупных и средних организаций Екатеринбурга составила 51 542 р. (за 2017 г. — 47 292 р.). По уровню номинальной среднемесячной заработной платы Екатеринбург традиционно превысил общероссийский и среднеобластной уровни средней заработной платы. В Екатеринбурге в 2018 г. зафиксирован рост реальной заработной платы. В среднем за 2018 г. индекс реальной заработной платы составил 106,3 %. Также в анализируемом году отмечается благоприятная ситуация на рынке труда: численность зарегистрированных безработных снизилась на 19,1 % и составила 27 960 чел., что касается количества вакансий, то можно отметить, что заявленная организациями Екатеринбурга потребность в трудовых ресурсах составила 14 160 вакансий. Таким образом, на одного безработного приходилось 3,9 вакансии<sup>1</sup>.

Анализируя социально-экономическое развитие города, безусловно, стоит остановиться на развитии цифровых технологий, которые активно внедряются в жизнь горожан.

Развитие информационно-коммуникационной сферы на региональном уровне неразрывно связано с инновационным прорывом и увеличением доли цифровой экономики в ВРП и, как следствие, в ВВП нашей страны<sup>2</sup>.

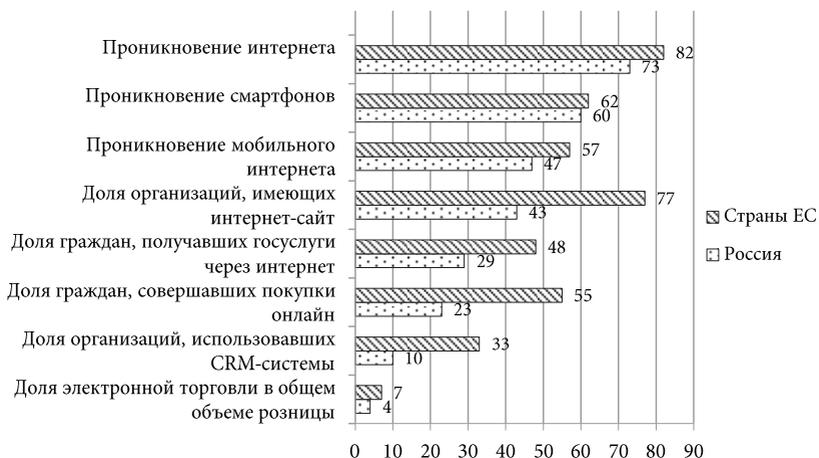
Цифровые технологии ежедневно присутствуют в нашей жизни. Развитие этой сферы в Екатеринбурге, по данным Федеральной государственной службы статистики и Министерства экономического развития, находится после таких городов, как Москва и Санкт-Петербург. В связи с этим можно рассмотреть статистику доступа к цифровым сервисам в России по сравнению со странами ЕС, используя данные McKinsey&Company (см. рисунок).

Проанализировав доступ к цифровым сервисам в России со странами ЕС, можно сказать, что в нашей стране он развит удовлетворительно. Для преодоления этой негативной тенденции, несомненно, необходим прорыв в цифровом инновационном развитии как страны, так и крупного промышленного города.

---

<sup>1</sup> *Официальный сайт* Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://gks.ru>.

<sup>2</sup> *Официальный сайт* Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: <http://economy.gov.ru>.



Доступ к цифровым сервисам в России по сравнению со странами ЕС в 2018 г., %

Также не стоит обделять вниманием инновационную составляющую развития Екатеринбурга и Свердловской области. Исходя из стратегии инновационного развития Свердловской области<sup>1</sup>, можем сказать, что по результатам анализа статистической информации Свердловская область (без учета Москвы, Санкт-Петербурга и Московской области, которые практически по всем показателям заведомо опережают) не является инновационным лидером среди российских регионов.

Промышленность активно внедряет цифровые решения с целью автоматизации и роботизации [2, с. 174], что неизбежно приводит к повышению производительности. Помимо этого, наблюдается улучшение городской среды путем создания и внедрения цифровых инновационных проектов в ключевые сферы жизни населения города [1, с. 190]: в транспорте, социальной сфере, торговле, в развитии инфраструктуры и жилищно-коммунальном хозяйстве.

При оценивании развития цифровых технологий в Екатеринбурге было проведено анкетирование.

Опрошенные граждане были разделены на следующие возрастные группы: 18–35 лет, 36–55 лет, старше 55 лет. Опрос проводился авторами проекта на протяжении 3-х последних месяцев и представляет собой данные в виде 264 анкет респондентов.

<sup>1</sup> Стратегия инновационного развития Свердловской области до 2020 года. URL: <http://static.government.ru>.

Обработав анкеты участников опроса, были получены следующие результаты, которые отражены в таблице.

#### Результаты проведенного социологического опроса

Вопрос	18–35 лет	36–55 лет	Старше 55 лет
Напишите, пожалуйста, какой ваш возраст?	25 %	32 %	43 %
Как часто вы пользуетесь цифровыми сервисами?	Ежедневно — 98 % Несколько раз в неделю — 2 % 3–4 раза в месяц — 0 %	Ежедневно — 47 % Несколько раз в неделю — 21 % 3–4 раза в месяц — 32 %	Ежедневно — 19 % Несколько раз в неделю — 15 % 3–4 раза в месяц — 66 %
Если бы доступ к цифровым сервисам стал доступнее, то вы бы ими воспользовались?	Да — 100 %	Да — 89 %; Нет — 11 %	Да — 73 %; Нет — 27 %
Посещаете ли вы инновационные выставки и другие мероприятия IT-инноваций?	Да — 62 %; Нет — 38 %	Да — 54 %; Нет — 46 %	Да — 47 %; Нет — 53 %
Хотели бы вы, чтобы в нашем городе начала работу единая цифровая инновационная площадка, с помощью которой вы бы могли воспользоваться услугами таких сфер, как: инновационная, транспортная, социальная и жилищно-коммунальная?	Да — 94 %; Нет — 6 %	Да — 78 %; Нет — 22 %	Да — 67 %; Нет — 33 %

Эти результаты показывают высокий уровень интереса жителей города к проектам, ориентированным на повышение уровня цифровизации ключевых направлений развития города.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что в настоящее время в Екатеринбурге наблюдается отсутствие инфраструктуры, которая требуется для внедрения и реализации инновационных проектов, которые направят экономику города на путь повышения уровня ее цифровизации.

## Библиографический список

1. *Савин Г.В.* Инновации в городской логистике // Экономический рост в условиях санкций: материалы науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 22 мая 2015 г.). Екатеринбург, 2015. С. 190–194.
2. *Савин Г.В.* Развитие концепции логистики в условиях перехода к цифровой экономике: городская логистика // Цифровая экономика в профессиональном образовании: материалы науч.-практ. конф. (Тамбов, 25–26 октября 2017 г.). Тамбов, 2017. С. 173–176.

**Л. А. Донскова, В. В. Коткова**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## Инновационные технологии в сфере производства и обработки мясных товаров<sup>1</sup>

Рассматривается обработка высоким гидростатическим давлением при производстве и обработке мясных продуктов, в частности возможности использования технологических решений для увеличения сроков хранения на основе определения микробиологических показателей.

**Ключевые слова:** высокое гидростатическое давление; обработка; сырье; мясные продукты; хранение; технологические решения.

Производство пищевых продуктов оказалось вовлеченным на путь постиндустриального развития и как находящееся в процессе модернизации характеризуется появлением новых научных разработок в подходах к выпуску и обработке товаров. Современные технологии производства, переработки и обработки становятся неотъемлемой частью пищевой индустрии. Высокие требования общества и потребителей к качеству и безопасности продуктов, глобализация торговли, удлинение и усложнение цепочек поставок сырьевых компонентов и пищевых продуктов требуют реализации интересов участников пищевых цепей в увеличении продолжительности сроков хранения, что также является фактором использования новейших разработок в пищевой промышленности.

Переработка мяса и мясной продукции — одна из значимых в числе отраслей, обеспечивающих производство мясных продуктов, отмечают авторы исследования [3], подчеркивая при этом,

---

<sup>1</sup> *Исследования* выполнены при финансовой поддержке РФФИ (проект №18-016-00082 «Влияние обработки высоким гидростатическим давлением (до 10000 атмосфер) на физические свойства, микробиологические показатели и сроки хранения различных пищевых продуктов»).

что перспективными рынками для отрасли будут как раз продукты с пролонгированным сроком хранения.

Для реализации данного направления инновационные решения связаны с разработкой продуктов за счет инновационных ингредиентов и оптимизации рецептур, применения современных типов, видов упаковки и способов упаковывания, а также в результате использования интенсивных методов обработки сырья и готовых продуктов.

Одним из методов, который открывает дополнительные возможности в сфере обработки мясных продуктов, является метод обработки высоким гидростатическим давлением. Основная задача обработки высоким давлением заключается в повышении хранимоспособности и безопасности за счет инактивации микроорганизмов и улучшения структуры продуктов, а также повышении сохранности аромата, пищевой и биологической ценности. В аналитическом обзоре Н. А. Горбунова указывает, что наиболее интенсивно этот способ начал развиваться в начале XX в., но первые опыты по его использованию в целях повышения хранимоспособности молока были проведены еще в 1899 г. доктором Хайтом [1].

Исследовательская тема по реализации метода обработки высоким гидростатическим давлением представлена научными работами в области применения высокого давления для изготовления ветчинных изделий, йогуртов для спортивного питания; в области влияния высокого давления на вещества живой клетки (животной, растительной, отдельные клеточные органеллы). Имеется зарубежный патентный материал по применению высокого давления в кондитерском производстве.

Следует отметить, что, несмотря на проявленный интерес к данной теме, полученных результатов недостаточно, чтобы сформировать научную концепцию использования этого метода. Кроме того, представляют интерес вопросы технологических возможностей барообработки и изучение механизма ее воздействия на микробиологию мясных сырья и продуктов.

Для проведения исследований с целью определения технических возможностей барообработки для увеличения продолжительности хранения нами были отобраны и сформированы две группы (контрольная и опытная) образцов фарша куриного механической обвалки охлажденного.

Обработка образцов гидростатическим давлением величиной 250 и 500 мПа производилась на лабораторной установке Института

физики металлов имени М. Н. Михеева Уральского отделения РАН. Технические характеристики лабораторной установки ВД: рабочее давление в контейнере до 2000 МПа. Размеры рабочего пространства контейнера: диаметр 20 мм, высота 40 мм.

Опытные образцы продукта помещались в нестерильный полимерный материал медицинского назначения с целью изоляции от масляной среды, посредством которой передается давление. Экспериментальное воздействие гидростатической обработки, доставка и хранение образцов для целей исследования происходили в этом же полимерном материале. В исследуемых образцах определены основные физико-химические, микробиологические, органолептические показатели и показатели безопасности.

Проведенные исследования и результаты в области пролонгирования сроков хранения для фарша куриного охлажденного, обработанного высоким давлением, согласуются с результатами других авторов. При этом можно предположить, что увеличение сроков хранения основано на том, что действие давления заключается не в прямом разрушении микробных тел, а в повреждении жизненно важных органелл микробных клеток, увеличивая таким образом лаг-фазу. Это выражается в значительно более низких темпах роста колоний; в отсроченной перспективе — меньшим количеством проросших колоний за аналогичный период времени по сравнению с контролем.

Эти результаты согласуются с данными зарубежных исследователей, представленными в международных научных изданиях. Авторы связывают бактериостатический эффект со структурными изменениями в клеточных мембранах; инактивацией АТФ-азы мембран и других клеточных ферментов; нарушением синтеза нуклеиновых кислот. Кроме того, можно говорить и о высокой барочувствительности грамотрицательных палочковидных микроорганизмов.

Были выбраны различные значения давления для обработки фарша с сохранением неизменными других параметров. Сравнивая эффект компрессии разных величин на общую микробную обсемененность, получена прямопропорциональная зависимость первоначального количества ОМЧ и скорости роста в динамике хранения от величины приложенного давления.

При двукратном повышении давления (с 250 до 500 МПа) срок достижения микробной массой критической величины увеличивается примерно в 2 раза, предположительно, срок годности продукта может быть увеличен на столько же.

**Сравнительный анализ микробиологических показателей  
при различных величинах барообработки  
(на примере фарша куриного охлажденного)**

Показатель	Результат испытаний		Требования по ТР ТС 034- 2013
	Режим 250 МПа, t — 15 мин	Режим 500 МПа, t — 15 мин	
В день изготовления (фон)			
КМАФАнМ, КОЕ/г	4,9*10 <sup>5</sup>	Менее 1,0*10 <sup>3</sup>	Не более 5,0*10 <sup>6</sup>
5 суток хранения			
КМАФАнМ, КОЕ/г	2,9*10 <sup>5</sup>	Менее 1,0*10 <sup>3</sup>	Не более 5,0*10 <sup>6</sup>
7 суток хранения			
КМАФАнМ, КОЕ/г	8,0*10 <sup>5</sup>	6,2*10 <sup>3</sup>	Не более 5,0*10 <sup>6</sup>
10 суток хранения			
КМАФАнМ, КОЕ/г	5,8*10 <sup>6</sup>	8,0*10 <sup>4</sup>	Не более 5,0*10 <sup>6</sup>
12 суток хранения			
КМАФАнМ, КОЕ/г	Не опр.	5,8*10 <sup>5</sup>	Не более 5,0*10 <sup>6</sup>
14 суток хранения			
КМАФАнМ, КОЕ/г	Не опр.	Более 3,0*10 <sup>7</sup>	Не более 5,0*10 <sup>6</sup>

Аналитический обзор литературных источников показывает, что исследования по реализации метода обработки высоким давлением развиваются в двух направлениях: определение технологических параметров обработки и определение влияния высокого давления на сроки хранения. При этом многие выбирают в качестве объекта исследования либо сырье, либо готовый продукт.

Авторы статьи считают, что исследования должны предусматривать комплексный подход, позволяющий установить влияние заявленного метода обработки на реализацию главной цели — повышение сроков хранения, охватив при этом комплекс показателей, формирующих потребительские свойства — свойства назначения, надежности и безопасности, технологические свойства, а также выбрать рациональный подход к использованию высокого гидростатического давления на определенном этапе технологического процесса в мясном производстве, изучая воздействие обработки по схеме: сырье — готовая продукция; сырье (фарш) — готовая продукция (из фарша), и определение экономической эффективности [2].

## Библиографический список

1. Горбунова Н. А. О возможности использования высокого давления при производстве мясных продуктов // Все о мясе. 2012. № 12. С. 45–47.
2. Донскова Л. А., Коткова В. В., Волков А. Ю. Высокое гидростатическое давление как технологический прием обеспечения качества мясных продуктов в процессе хранения // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2017. № 47. С. 94–101.
3. *Перспективы* научно-технологического развития переработки сельскохозяйственного сырья: переработка мяса и мясной продукции / Н. И. Кузнецов, И. Л. Воротников, А. А. Черняев и др. Саратов: Саратовский ГАУ, 2016.

**В. А. Лазарев, Т. А. Титова**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## Инновационные технологии при производстве молочных продуктов

Представлены данные по необходимым объемам производства молочной продукции для обеспечения продовольственной безопасности России и статистические данные потребления молочной продукции на душу населения в 2018 г. Показано, что объемы производства молочных продуктов не удовлетворяют спрос населения. Описана ценность молочной сыворотки. Приведены данные по ее объемам переработки ключевыми предприятиями и импорту из Беларуси. Представлена целесообразность внедрения инновационных технологий с целью обеспечения продовольственной безопасности России и создания конкурентоспособных продуктов. Описана технологическая схема переработки молочной сыворотки на примере творожной сыворотки К(Ф)Х Аникьева А. В. (г. Полевской) в три этапа: микрофльтрация — ультрафльтрация — обратный осмос. Приведено среднее содержание основных компонентов продуктов на всех этапах переработки творожной сыворотки.

**Ключевые слова:** продовольственная безопасность; потребительский рынок; молочные продукты; молочная сыворотка; ультрафльтрация; керамические мембраны.

Пищевая и перерабатывающая промышленность является системообразующей сферой экономики страны, формирующей агропродовольственный рынок, продовольственную и экономическую безопасность. Согласно Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 30 января 2010 г. №120, и Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период 2020 г. (далее — Стратегия), одной из главных задач обеспечения продовольственной безопасности страны яв-

ляется развитие стабильного отечественного производства сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, достаточного для обеспечения продовольственной независимости страны, а также обеспечение физической и экономической доступности для каждого гражданина страны безопасных пищевых продуктов в объемах и ассортименте, которые соответствуют установленным рациональным нормам потребления пищевых продуктов, необходимых для активного и здорового образа жизни.

Продовольственная независимость России по молоку и молочным продуктам может обеспечиваться лишь в том случае, если 90 % молочной продукции от общего количества потребления производится на территории страны и лишь 10 % импортируется<sup>1</sup>. Согласно Стратегии, для обеспечения независимости страны по молоку и молочным продуктам необходимо обеспечить объем производства молочной продукции в 38,2 млн т, что позволит сократить импорт до 29,9 %.

Молоко и молочные продукты потребляют 90 % населения РФ, и, по данным Минсельхоза, в 2018 г. объем потребления на душу населения составил 225,2 кг при рекомендованной Минздравом норме 325 кг. Объемы производства молока и молочной продукции по итогам 2018 г. составили 30,6 млн т. По прогнозам Минсельхоза в 2019 г. объемы производства молока и молочной продукции возрастут до 31,1 млн т, что не достигает значений, представленных в Стратегии<sup>2</sup>.

Все вышеописанное свидетельствует о целесообразности усиления мер государственной поддержки в области производства молока и молочных продуктов, направленных на повышения эффективности производств и технологическую модернизацию предприятий.

На предприятиях России по производству творога и сыров в больших количествах образуется вторичное молочное сырье — творожная и подсырная сыворотка. На сегодняшний день, по статистическим данным, на корм сельскохозяйственным животным идет 59 % молочной сыворотки, в сточные воды и поля сливается 20 % и лишь 21 % вторичного молочного сырья перерабатывается. При этом по итогам 2018 г. 23 % молочной сыворотки было им-

<sup>1</sup> Доктрина продовольственной безопасности Российской Федерации: утв. Президентом Российской Федерации 30 января 2010 г.

<sup>2</sup> АГРО инвестор: Аналитика. Производство молока в 2018 году выросло на 1,5%. URL: <https://agroinvestor.ru/analytics/news/31127-proizvodstvo-moloka-v-2018-godu-vyroslo-na-1-5>.

портировано в Россию<sup>1</sup>. Главным импортером являлась Беларусь, поставки из которой на конец года были приостановлены в связи с высокой конкуренцией белорусских и российских товаров. Молочные продукты белорусского производства имеют более высокое качество и низкую цену, что сказывается на спросе на российские продукты. Например, сухое молоко, поставляемое из Беларуси, в два-три раза дешевле российского, так как его производство субсидирует государство.

Малая доля объемов переработки молочной сыворотки в РФ связана с необходимостью существенных инвестиций в молочную промышленность, сложностью внедрения инновационных технологий и отсутствием на предприятиях технологических линий по переработке сыворотки. Переработка молочной сыворотки осуществляется на таких предприятиях, как «Сырдел», «Воронежский», «Вимм-Билль-Данн», «Сырный дом», «Агросила — молоко», «Ирбитский молочный завод». Например, компания «Вимм-Билль-Данн» в 2018 г. запустила на Рубцовском заводе установку ультрафильтрации, которая позволяет получать концентрат сывороточных белков из подсырной сыворотки при производстве сыра сорта «Ламбер»<sup>2</sup>. Ирбитский молочный завод перерабатывает творожную сыворотку также методом ультрафильтрации с применением полимерных мембран, направляя концентрат и пермеат ультрафильтрации на завод в Байкалово для ее дальнейшей сушки. Переработка молочной сыворотки позволяет получать концентрат белка и лактозы, организовывать безотходное производство, удовлетворить потребности внутреннего рынка и обеспечить существенный экологический эффект.

Метод переработки молочной сыворотки — ультрафильтрация, посредством которого перерабатывают подсырную сыворотку на Рубцовском заводе, сегодня является наиболее высокотехнологичным и наименее энергозатратным в сравнении с традиционными методами переработки.

Была разработана технологическая схема молочной сыворотки на примере творожной сыворотки производства К(Ф)Х Аникье-

---

<sup>1</sup> АГРО инвестор: Аналитика. Производство молока в 2018 году выросло на 1,5%. URL: <https://agroinvestor.ru/analytics/news/31127-proizvodstvo-moloka-v-2018-godu-vyroslo-na-1-5>.

<sup>2</sup> АГРО инвестор: Аналитика. В России лишь 21% сыворотки идет на переработку. URL: <https://agroinvestor.ru/analytics/news/31329-v-rossii-lish-21-molochnoy-syvorotki-idet-na-pererabotku>.

ва А. В. (г. Полевской) в три этапа: микрофильтрация — ультрафильтрация — обратный осмос. На этапе микрофильтрации (МФ) отделяются нежелательные микроорганизмы; МФ позволяет заменить стадию традиционной пастеризации, не оказывая температурного воздействия на продукт. При ультрафильтрации (УФ) отделяются низкомолекулярные компоненты — лактоза и минеральные вещества и концентрируются высокомолекулярные — сывороточные белки и жир. Дальнейшая переработка полученных в результате УФ продуктов подразумевает: выпарку с последующей сушкой распылением в камере сывороточных белков с получением готового продукта — КСБ; переработку водного раствора лактозы методом обратного осмоса (ОО) с получением готового продукта — концентрата лактозы<sup>1</sup>. В лабораторных условиях Уральского государственного экономического университета было определено среднее содержание основных компонентов в продуктах на всех этапах переработки творожной сыворотки производства К(Ф)Х Аникьева А. В. (см. табл.).

**Среднее содержание основных компонентов в продуктах на всех этапах переработки творожной сыворотки К(Ф)Х Аникьева А. В.**

Показатель	Содержание веществ в свежей молочной сыворотке	Содержание веществ в концентрате УФ	Содержание веществ в пермеате УФ	Содержание веществ в концентрате ОО	Содержание веществ в пермеате ОО
Белок, %	0,9±0,15	8,5±0,15	0,01±0,15	0,04±0,15	Не обнаружено
Лактоза, %	4,3±0,02	4,27±0,02	4,25±0,02	18,3±0,02	0,125±0,02
Жир, %	0,4±0,05	3,3±0,05	Не обнаружено	Не обнаружено	Не обнаружено
Минеральные вещества, %	0,7±0,05	0,7±0,05	0,65±0,05	0,68±0,05	0,53±0,05
СВ, %	6,5±0,42	16,77±0,42	4,91±0,42	19,95±0,42	0,66±0,42

Как показали результаты исследований, содержание белка в продукте после УФ увеличивается в 9 раз, содержание лактозы после ОО увеличивается в 4,5 раз. На этапе ультрафильтрации предлагается применять керамические мембраны отечественного производства КУФЭ (0,01), обладающие высокой износостойкостью

<sup>1</sup> Тихонов С. Л., Лазарев В. А., Муратов А. А. Безотходная мембранная технология переработки молочной сыворотки // Индустрия питания. 2017. №1. С. 60–71.

и длительным сроком эксплуатации по сравнению с полимерными, селективностью по белку 98 % или их аналоги<sup>1</sup>.

Внедрение на предприятия России технологии по переработке молочной сыворотки в три этапа и их обеспечение высокотехнологичным оборудованием позволит полностью использовать имеющиеся ресурсы и производить новые виды продуктов, что, несомненно, скажется на увеличении объемов производства молочных продуктов с применением молочной сыворотки и сокращении их импорта. Увеличение доли предприятий, производящих молочные продукты по инновационным технологиям, сможет обеспечить молочный рынок конкурентоспособными продуктами, а также продовольственную независимость страны.

**Н. Ю. Меркулова, В. Г. Ключкина**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Инновационный продукт из свинины сырокопченной категории В**

Представлена товароведная характеристика инновационного продукта из свинины сырокопченной категории В — грудинка «Новая», — выработанного с применением интенсивной технологии производства на основе использования многокомпонентного препарата стартовых микрокультур, эффективность которой подтверждена результатами исследования химического и аминокислотного состава, товарных параметров и расчетом сырьевой и полной себестоимостей 1 кг продукта.

**Ключевые слова:** свинокопчености; грудинка «Новая»; инновационный продукт; стартовые микрокультуры; товароведная характеристика; химический состав; аминокислотный состав; себестоимость.

Цель работы состоит в подтверждении эффективности внедрения ускоренных технологий переработки мясного сырья на основе применения многокомпонентных препаратов стартовых микрокультур результатами исследования потребительских свойств, состава инновационного продукта грудинка сырокопченная «Новая», выработанной авторами технологии, а также расчетными данными его себестоимости.

Объект исследования — грудинка сырокопченная «Новая» категории В (массовая доля мышечной ткани от 40,0 до 60,0 % включительно), выработанная по ускоренной технологии с использованием

---

<sup>1</sup> Тихонов С. Л., Лазарев В. А., Муратов А. А. Безотходная мембранная технология переработки молочной сыворотки // Индустрия питания. 2017. №1. С. 60–71.

комплекса стартовых микрокультур Тексель М5, и аналог, выработанный по традиционной технологии [1].

Технологический процесс производства сырокопченых деликатесов из свинины включает несколько этапов: разделка сырья, посол, термическая обработка.

1. Разделка свинины — выделяют грудореберную и грудобрюшную части, без ребер и сосковой части от свинных полутуш в шкуре, верхняя граница отруба проходит по линии отделения корейки, нижняя — на границе расположения сосков, края тщательно заравнивают, придавая прямоугольную форму.

2. Посол сырья. Наиболее распространенными методами являются: сухой посол, мокрый посол и смешанный посол.

3. Термическая обработка. Термообработка цельномышечных продуктов может осуществляться в термических универсальных камерах, или в климокамерах, или в камерах холодного копчения с последующей сушкой в сушильной камере [2].

На базе колбасной фабрики «Карамышев» авторами была выработана пробная партия сырокопченого продукта из свинины — грудинка «Новая» категории В с использованием препарата стартовых микрокультур Тексель М5, в состав которого входят: *Staphylococcus carnosus*, *Staphylococcus xylosus*, *Lactobacillus sakei*, *Lactobacillus lactis*, *Debaromyces hansenii*. В табл. 1 представлена товарная характеристика продукта и результаты исследований химического и аминокислотного составов.

Таблица 1

Товарная характеристика, химический и аминокислотный составы образцов грудинка «Классическая» и «Новая»

Наименование показателя	Характеристика	
	грудинка «Классическая»	грудинка «Новая»
Внешний вид	Поверхность равномерно прокопченная, чистая, сухая, без пятен и загрязнений, без плесени, без выхватов мяса и шпика, без бахромок и остатков щетины, края ровно отрезаны, в декоре или без него	Поверхность равномерно прокопченная, чистая, сухая, без пятен и загрязнений, без плесени, без выхватов мяса и шпика, без бахромок и остатков щетины, края ровно отрезаны, в декоре или без него
Консистенция	Плотная	Плотная

Продолжение табл. 1

Наименование показателя	Характеристика	
	грудинка «Классическая»	грудинка «Новая»
Вид на разрезе	Равномерно окрашенная мышечная ткань от бледно розового до розово-красного цвета, без серых пятен, цвет жира белый или с розоватым оттенком, без пожелтения	Равномерно окрашенная мышечная ткань от бледно розового до розово-красного цвета, без серых пятен, цвет жира белый или с розоватым оттенком, без пожелтения
Запах и вкус	Выраженный запах копчения, вкус солоноватый, без посторонних привкуса и запаха	Выраженный запах копчения, вкус солоноватый, без посторонних привкуса и запаха
Форма	Прямоугольная	Прямоугольная
Толщина шпика при прямом срезе, см	3	3
Массовая доля хлористого натрия, %	6,0	6,0
Массовая доля нитрита натрия, %	0,005	0,005
Массовая доля влаги, %	41,47±1,12	29,60±1,12
Массовая доля белка, %	25,43±0,88	25,87±0,88
Массовая доля жира, %	32,23±0,70	28,30±0,70
Аминокислотный состав грудинки сырокопченной		
Незаменимые аминокислоты, мг/100 г	10938,1	11431,0
В том числе:		
Валин	1815,5	2080,8
Изолейцин	1530,6	1656,7
Лейцин	2611,4	2805,4
Лизин	2265,5	2299,9
Метионин	746,2	815,0
Треонин	1376,3	1138,7
Фенилаланин	592,6	634,5
Заменимые аминокислоты, мг/100 г	14 295,6	13 987,1
В том числе:		
Аланин	1225,1	1444,5
Аргинин	1105,4	1397,3
Аспарагиновая кислота	2861,4	2459,6

Окончание табл. 1

Наименование показателя	Характеристика	
	грудинка «Классическая»	грудинка «Новая»
Гистидин	723,0	684,3
Глицин	1230,9	1461,2
Глутаминовая кислота	4992,5	4543,9
Пролин	420,7	382,9
Серин	1084,1	822,2
Тирозин	569,3	677,5
Цистин	83,3	113,7
Итого	25 233,7	25 418,1
Массовая доля незаменимых аминокислот, %	43,3	45,0

В ходе работы были рассчитаны затраты на производство данных образцов (табл. 2).

Таблица 2

**Расчет плановой себестоимости грудинки сырокопченной «Классической» и грудинки сырокопченной «Новой»**

Статья затрат	Сумма затрат, р.	
	грудинка «Классическая»	грудинка «Новая»
Грудинка свинья	21 000	21 000
Ро-Пикельфид	972	–
Стартовая культура Тексель М5	–	268,74
Соль	30,15	30,15
Итого затрат	22 002,15	21 298,89
Производственная сырьевая себестоимость 1 кг продукции с учетом потерь	225,02	221,51
Общехозяйственные расходы 1 кг продукции	180,05	177,21
Полная себестоимость 1 кг продукции	406,12	398,72

Таким образом, применение стартовых микрокультур сохраняет незаменимые аминокислоты, а также существенно сокращает продолжительность и затратность производства сырокопченных деликатесов из свинины на примере грудинки и позволяет снизить себестоимость продукции на 1,86 %.

## Библиографический список

1. Клюкина В. Г., Меркулова Н. Ю. Инновационная технология производства сырокопченых изделий с использованием стартовых микрокультур // Инновационные технологии в пищевой промышленности и общественном питании: материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 17 ноября 2017 г.). Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2017. С. 105–109.
2. *Основы товароведения и экспертизы*: учеб. пособие / Н. Ю. Меркулова и др. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2018.

И. Н. Савельева

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## Инновации в розничной торговле

Рассмотрены основные тенденции развития розничной торговли и выделены три стратегии развития розничной торговли, актуальные для Российской Федерации. Сделан вывод о нарастании конкуренции между приверженцами стратегии экспансии и качественного роста и обоснована необходимость перехода к стратегии инновационного роста, основанной на поиске инноваций бизнес-моделей.

**Ключевые слова:** инновации; стратегия; розничная торговля; бизнес-модели; нано-магазины.

В современном мире розничная торговля находится под влиянием технологических сдвигов и бурного развития информационно-коммуникационных технологий. Претерпевают изменения привычные форматы розничной торговли, происходит трансформация существующих рынков, что требует адекватных решений для удержания существующих клиентов и расширения целевых рынков. Лидеры мирового ритейлинга меняют фокус с простой продажи продуктов на все большее расширение прав и развитие возможностей потребителей. В связи с этим актуальным становится пересмотр существующих стратегий развития и бизнес-моделей розничной торговли в российской практике.

Бизнес-модель в розничной торговле определяет механизм создания стоимости для клиентов и пути достижения стратегических целей компании на рынке. Инновации бизнес-моделей являются одним из наиболее актуальных и доступных способов развития ритейла в ситуации, меняющейся под воздействием технологических достижений, растущих ожиданий потребителей и интенсификации конкурентной борьбы.

Понятие бизнес-модели в научной литературе различными авторами определяется достаточно широко и представляет собой

«архитектуру фирмы» [1]; эвристическую логику фирмы, объединяющую технический потенциал с реализацией экономической ценности [6]; цепочку создания ценностей [4; 5]; особый способ выстраивания отношений внутри компании и с внешним миром, задающий распределение ролей между поставщиками, партнерами и потребителями [8]; источник генерирования ценности [2] и др. В целом бизнес-модель — это определенная система взаимосвязанных структур, действий и процессов, которые служат организационной логикой при создании ценности для клиентов и описании выгод и источников получения доходов для предприятия и его партнеров.

Под инновацией бизнес-модели в розничной торговле мы будем понимать любые изменения, выходящие за рамки существующей практики. Опираясь на существующие исследования бизнес-моделей в розничной торговле [3; 7], рассмотрим инновации как изменения в следующих направлениях: стратегии развития и формате розничной торговли.

В развитии розничной торговли в РФ на современном этапе можно условно выделить две доминирующие стратегии развития. Первая, которую можно обозначить как стратегию «агрессивной экспансии», представлена достаточно широко и активно развивается на протяжении более чем двух десятилетий. Эту стратегию можно обозначить как «продавай везде, где покупают» и ее массово используют сетевые ритейлеры, задача которых обеспечить максимальное присутствие на рынке. Но она не инновационна по своей природе, не предполагает активного использования новых технологий и интеллектуальных решений. Качественное развитие торговых точек подменяет селекция среди магазинов, которые вписываются в формальные показатели, установленные головным офисом. Делается ставка на расширение и увеличение числа точек присутствия с тенденцией занять все локации; основные форматы торговли — сетевые магазины, супермаркеты и гипермаркеты. С точки зрения выбора целевых сегментов рынка и вариантов позиционирования наблюдается большое разнообразие: от эконом- до премиум-сегмента, от идеи «магазин у дома» до «народный магазин» и т. д. Примерами такой модели могут служить хорошо известные в России и Свердловской области ритейлеры: «Евросеть», «Магнит», «Пятерочка», «Кировский» и др.

Вторая стратегия — назовем ее «качественный рост» — также широко представлена на российском рынке. Развитие моделей ритейла в рамках данной стратегии активно наблюдается в последнее

десятилетие, основной формат — крупные торговые центры, делающие ставку на максимальное присутствие, разнообразие товаров и услуг, наличие якорных арендаторов. В конкурентной стратегии ритейлеры используют формирование «псевдоконкуренции» за счет больших торговых площадей и широкого представления товара, что расширяет возможности применения инструментов продвижения, манипулирования сознанием потребителя и формирования его поведения. Перспективы развития этой стратегии будут за счет дальнейшего расширения целевых групп клиентов, ассортиментной политики, развития качества и сервиса для потребителя. Но в то же время в долгосрочной перспективе может привести к ряду серьезных проблем, связанных с невозможностью реформатирования, трудностью сокращения издержек и высокой стоимостью автоматизации процессов. Очевидно, что в дальнейшем такие ритейлеры будут проигрывать конкурентную борьбу более прогрессивному и технологичному формату розничной торговли.

Третья стратегия развития — «технологический рост» — сопровождается появлением сетевых ритейлеров малого формата, широко использующих инновационные решения и широко внедряющих автоматизацию. Данная модель, являясь своего рода «апгрейдом» первой модели, одновременно становится главной угрозой и основным конкурентом ритейлеров экстенсивного роста за счет применения современных информационных технологий, полной автоматизации, совершенной логистики и, как следствие, снижения издержек обращения. К преимуществам можно отнести: снижение временных затрат покупателей (нет необходимости стоять в очередях, выкладывать покупки на кассе и т.п.); соответствие магазинов набирающей популярность концепции осознанного потребления, что позволяет потребителю совершать меньше импульсивных покупок; соответствие формата розничных точек профилям основных потребителей, относящихся к поколению «миллениалов» и поколению Z, и др. К большому плюсу данной модели можно отнести высокую мобильность, позволяющую перенести и реформатировать бизнес в короткие сроки с наименьшими издержками.

Таким образом, в зоне наибольшего риска в среднесрочной и долгосрочной перспективе находятся ритейлеры первой модели, которым необходимо задуматься о реформатировании существующей стратегии развития и создании новой модели бизнеса. Инновации бизнес-модели, необходимые для перехода к 3-й стратегии развития, должны опираться на современные информационно-тех-

нологические достижения. Наиболее вероятный сценарий — информатизация и автоматизация розничной торговли по примеру мировых лидеров, таких как Amazon (концепция Amazon Go)<sup>1</sup>. В то же время существуют вариации в размере и формате подобных инновационных решений, к примеру концепция nano-магазинов, позволяющих занять перспективные ниши в ритейле с небольшими затратами.

### Библиографический список

1. *Катъкало В.С.* Эволюция теории стратегического управления. СПб.: Высшая школа менеджмента; Изд. дом С.-Петербур. ун-та, 2008.
2. *Остервальдер А., Пинье И.* Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / пер. с англ. М. Кульнева. 3-е изд. М.: Альпина Паблишер; Сколково; Московская школа упр., 2013.
3. *Bhave A., Chris Biggs C., Burggraaff P., Loftus B., Pathak S.* Accelerating Digital Innovation in Retail. URL: <https://bcg.com/publications/2018/accelerating-digital-innovation-retail.aspx>.
4. *Casadesus-Masanell R.* From Strategy to Business Models and Onto Tactics // Long Range Planning. 2010. Vol. 43, no. 2. Pp. 195–215.
5. *Casadesus-Masanell R., Heilbron J.* The Business Model: Nature and Benefits // Working Paper. 2015. Vol. 33, no. 15-089. Pp. 4–8.
6. *Chesbrough H., Rosenbloom R.* The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Technology Spin-Off Companies // Industrial and Corporate Change. 2002. Vol. 11, no. 3. Pp. 529–555.
7. *Sorescu A., Frambach R., Jagdip Singh J., Rangaswamyd A., Bridges C.* Innovations in Retail Business Models // Journal of Retailing. 87S. 1. 2011. S3–S16.
8. *Weill P., Vitale M.R.* Place to Space: Migrating to Ebusiness Models. Boston: Harvard Business School Press, 2001.

---

<sup>1</sup> *Amazon Go: The impact on human jobs, retail innovation, Amazon's bottom line.* URL: <https://zdnet.com/article/amazon-go-heres-a-look-at-the-impact-on-human-jobs-retail-innovation-amazons-bottom-line/>; *Eisenberg B.* Learn from Amazon's Innovations and Walmart's Blind Spot. URL: <https://buyerlegends.com/learn-from-amazons-innovations-and-walmarts-blind-spot>.

## Применение IT-технологий как фактор повышения эффективности работы компании

Рассматривается практика и опыт применения компаниями инновационной IT-технологии — электронного документооборота. Внедрение этой инновации устраняет ошибки, связанные с человеческим фактором, экономит финансовые ресурсы, снижает издержки, повышает прибыльность бизнеса. Отмечен положительный результат крупных федеральных сетей, внедривших эту инновацию в практику своей деятельности.

**Ключевые слова:** бизнес-процессы; затраты; контрагенты; логистические компании; электронный документооборот; IT-индустрия.

Стремительное развитие информационных технологий диктует все новые и новые правила для игроков рынка. Очевидно, что в выигрыше всегда будут оставаться только те, кто способен оперативно разобраться и применить на практике новейшие достижения разработчиков технологических компаний. Владельцы крупных компаний в последние годы все чаще обращают свое внимание на бизнес-решения, которые сегодня предлагает IT-индустрия<sup>1</sup>.

Многие процессы в закупочной и складской логистике на сегодняшний день подвержены рискам, связанным с человеческим фактором. Даже простая опечатка при ручном вводе наименования номенклатуры или его количества может привести к значительным потерям. Множество ошибок совершается при проведении инвентаризаций, приемке товаров, формировании заказов и многих других процессах. Такие ошибки приводят порою к серьезным убыткам и снижают финансовый результат предприятий. Исключение человеческого фактора позволяет не только избежать погрешностей, но и может сократить потребность организаций в трудовых ресурсах. Стоит также отметить, что компании сейчас как никогда раньше перегружены объемами информационного потока, которые поступают в различных формах. Все сигналы нуждаются в тщательной обработке и систематизации, необходимым становится быстрый доступ к определенным документам.

Чтобы решить эти проблемы, разрабатываются системы электронного документооборота и системы автоматизации бизнес-

---

<sup>1</sup> Будущее рынка розничной торговли за IT-технологиями. URL: <https://finam.ru/analysis/newsitem/budushee-rynka-roznicnoiy-torgovli-za-it-technologiyami-20180919-124135>.

процессов, которые позволяют экономить финансовые ресурсы, снижать издержки, повышать эффективность и оперативность управления, а самое главное — повышать прибыльность бизнеса.

Документооборот в логистических организациях построен таким образом, что все закупочные операции сопровождаются документами: товарными накладными, счетами-фактурами, сопроводительной документацией и т. д. Зачастую документооборот с поставщиками осуществляется на бумажных носителях.

С каждым годом рынок все позитивнее относится к организации юридически значимого электронного документооборота (ЮЭДО) с поставщиками. Это решение является очень эффективным и удобным в использовании. Но пока многие поставщики, особенно региональные, с недоверием смотрят на такие новшества.

Организация системы электронного документооборота с поставщиками решает следующие задачи:

- приемка документации от поставщиков непосредственно в точке продажи, исключение необходимости ее передачи в центральный офис;
- создание реестров документов в электронном виде;
- формирование единых центров обработки документов;
- организация процесса удаленного рассмотрения и верификации документов, с возможностью выдачи заключения контрагентам по месту нахождения торговой точки;
- обеспечение оперативного поиска необходимых документов;
- возможность получения актуальной информации о движении документов в реальном времени с детализацией по их текущему местоположению и статусу.

Создание системы, которая способна осуществлять потоковое сканирование и распознавание первичных документов, передачу их в единый электронный архив, верификацию и согласование платежей, становится логичным следующим шагом<sup>1</sup>.

Существенно сократить временные затраты персонала на сканирование бумажных носителей и внесение данных из них в системы учета призван потоковый ввод первичных документов. Это позволяет оптимизировать трудовой процесс. У сотрудников исчезает необходимость затрачивать время на подобные операции, и они могут сконцентрироваться на работе с клиентами, которую на данный момент ни одна автоматизированная система заменить не в со-

---

<sup>1</sup> *Зайцева С.В., Савченко Н.К., Мартыненко О.В., Ключева Е.Г.* Информационные технологии в торговле // Молодой ученый. 2017. №15. С. 6–8.

стоянии. Использование электронного архива дает возможность систематизации учета больших объемов документации и ускорения поиска необходимых документов.

Переход на юридически значимый документооборот с контрагентами — одно из наиболее перспективных направлений сокращения издержек документооборота. ЮЗЭД позволяет обмениваться документами с сохранением их юридической силы через специализированных провайдеров EDI (Электронный обмен данными (Electronic data interchange) — стандартизированные форматы сообщений для передачи коммерческой информации между организациями), что сводит к минимуму затраты на пересылку документов с помощью курьерских служб и сокращает время документообмена<sup>1</sup>.

Возможности, которые предлагает электронный документооборот, очевидны: учет и согласование договоров и прочей документации; обмен электронными документами через провайдеров ЭДО; интеграция с учетными системами; возможность удаленной работы для согласующих менеджеров; поддержание работы с десятками тысяч документов.

Чаще всего электронный документооборот применяют логистические компании, имеющие дело с продовольственными товарами<sup>2</sup>. Поставки товаров с товарооборачиваемостью в 1–5 дней, такие как хлеб, молочные продукты, свежие овощи и др., не могут сопровождаться «бумагой». Такой огромный объем данных неизбежно вынуждает внедрять ЭДО. Также часто с применением «безбумажной» технологии работают компании, специализирующиеся на косметике, бытовой химии, строительных материалах, детских товарах, где скорость оборота продукции ниже. Менее всего к внедрению ЭДО и EDI склонны компании, занимающиеся поставкой мебели, бытовой техники, электроники и т. п.

Компании, внедрившие ЭДО, заинтересованы вести работу со всеми поставщиками по единому стандарту и автоматизировать большую часть бизнес-процессов.

Несмотря на существующие проблемы работы электронного документооборота, многие крупные розничные сети, имеющие в своей структуре распределительные центры, успешно применяют

---

<sup>1</sup> Для чего нужен Контур.EDI? URL: <https://kontur.ru/edi/howitworks>.

<sup>2</sup> Что делать поставщику, если торговая сеть требует переходить на EDI. URL: <https://ediweb.com/ru-ru/company/blog/chto-delat-postavshhiku-esli-torgovaya-set-trebuuet-perehodit-na-edi>.

его в своей деятельности. Так, продукты, разработанные компанией СКБ «Контур», используют крупнейшие федеральные сети: X5 Retail Group, «Магнит», «МЕТРО Кэш энд Керри» и многие другие<sup>1</sup>. Стоит отметить, что и крупные поставщики также переходят на ЭДО, но пока в меньшем количестве. К ним относятся производитель лакокрасочных материалов Tikkurila, разработчик и производитель профессиональных решений в области ухода за полостью рта, бытовой химии и детской косметики «ООО Сплат-Косметика».

Пользователи электронного документооборота удовлетворены своим выбором. Так, по словам системного администратора компании МПЗ «Доброгост» Константина Старикова, взаимодействие с X5 Retail Group упростилось в связи с переходом на ЭДО. Сократилось время получения оплаты от торговой сети, поскольку электронные счета-фактуры стали несравнимо быстро передаваться в головной офис. А руководитель департамента автоматизированных информационных систем торговой сети «Красное & Белое» Яна Кокорина отмечает, что с применением ЭДО отправка заказов поставщикам стала менее трудоемким процессом, снизилось время ожидания оприходования товара на магазин, а также уменьшилось количество ошибок<sup>2</sup>.

Таким образом, можно смело утверждать, что внедрение электронного документооборота облегчило существование многим компаниям. Бесспорно, будущее российского рынка за применением инновационных технологий. Все участники рынка должны быть заинтересованы в росте и развитии индустрии и содействовать развитию подобных технологий, упрощающих бизнес-процессы и сокращающих затраты.

---

<sup>1</sup> Для чего нужен Контур.EDI? URL: <https://kontur.ru/edi/howitworks>.

<sup>2</sup> Там же.

## СЕКЦИЯ 3

### Современная теория и практика управления логистикой

---

Н. А. Заводской

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

#### **Рынок складской недвижимости в России**

Представлена информация о трансформации складского рынка недвижимости в России.

**Ключевые слова:** складской рынок; девелопер; логопарк; инвестиции; складская недвижимость.

Складской рынок считается самым молодым из рынков недвижимости в России. Сейчас он находится в процессе трансформации — происходят изменения в методах работы с потребителями складов и самих складов. Все чаще стал подниматься вопрос об изменении классификации складских зданий, так как нынешняя система уже не может раскрыть весь потенциал объектов.

Классификация, которая существует сейчас, была предназначена девелоперам для ориентира. Параметры задавались с учетом характеристик объектов, которые пользовались спросом на рынке. Это привело к стандартизации строительства, и общепринятый класс А теперь уже является не классом, а полноценным стандартом для складского здания, без соответствия которому девелопер не сможет найти потребителя.

Из исследования экспертов вытекает, что в скором времени произойдет качественный переворот в понимании склада как элемента логистической цепочки и его участия в ценообразовании конечного продукта не только у логистов, но и у девелоперов.

В дальнейшем нужно учесть, что классификация складской недвижимости должна будет ориентироваться не только на отдельные здания, являющиеся объектами аренды, но и на полноценные складские комплексы, логопарки, индустриальные парки, в которых будут сочетаться все те необходимые параметры, которые влияют на принятие решения потребителями. Обязательно в классификации должна учитываться транспортная доступность объекта на уровне города, региона и страны, это особенно необходимо для того, если склад будет частью цепи поставок.

Нужно учесть, что при соблюдении стандартов один комплекс может отличаться от другого не только по цене, но и по возможностям, которые будет предоставлять резидент, и качеством обслуживания, которое напрямую зависит от профессионализма управляющей компании. Все эти параметры должны будут входить в классификацию.

Современная концепция логопарка должна учитывать все потребности различных арендаторов — начиная с хранения товаров народного потребления до продукции, которая требует лицензированного склада, например фармацевтики и алкоголя. В данных случаях уже с начала проектирования требуется закладывать организацию хранения без существенных доработок и обработку любых товаров, разместить производство, выделить территорию для проектов build-to-suit. В идеале в логопарке должно существовать решение для любого, даже самого требовательного клиента<sup>1</sup>.

Одним из важных факторов является качество услуг, которое оказывает управляющая компания. Здесь должен работать тот же принцип, что и в гостиничном бизнесе. При выборе отеля клиенты руководствуются такими параметрами, как локация, возможности, которые предоставляет гостиница (конференц-залы, рестораны, спортзал и т.п.), и качество управляющей компании. О последнем сами за себя говорят названия Hyatt, Four Seasons или The Ritz-Carlton.

Логопарк должен стремиться стать таким же The Ritz-Carlton, но в своем сегменте. Главное — это удобство и клиентоориентированность. Не так сложно быстро реагировать на запросы клиентов, вводить дополнительные услуги, как, например, инспектирование стеллажного оборудования, оказывать помощь в поиске персонала. Все это выделяет складской комплекс среди множества других и делает его более интересным для потребителя.

Все эти параметры и формируют значение склада в цепочке поставок. Именно при такой классификации потребитель четко будет понимать, что он получит после заключения договора, принятие решения станет прозрачным, а цена — обоснованной.

Департамент консалтинга и аналитики и Департамент складской недвижимости международной компании Knight Frank провели исследование рынка складской недвижимости России по итогам 2018 г.

---

<sup>1</sup> S. A. Ricci. URL: [http://ricci.ru/sites/default/files/analyticsfiles/h1\\_2019\\_warehouse\\_final\\_report](http://ricci.ru/sites/default/files/analyticsfiles/h1_2019_warehouse_final_report). С. 5.

По итогам 2018 г. общий объем предложений качественной складской недвижимости во всех регионах России составил около 24 млн м<sup>2</sup>, из которых 57%, или 13,7 млн м<sup>2</sup>, расположены в Московском регионе; 13%, или 3,2 млн м<sup>2</sup>, — в Санкт-Петербурге и Ленинградской области; 5,8%, или 1,4 млн м<sup>2</sup> — в Екатеринбурге. Оставшиеся 24,2%, или 5,7 млн м<sup>2</sup>, — в других регионах России.

По прогнозам аналитиков Knight Frank, до конца 2019 г. совокупный объем ввода складской недвижимости в России почти на 40% превысит итоговый показатель 2018 г. Около 53%, или 85 тыс. м<sup>2</sup>, качественных складских площадей по итогам 2019 г. будут введены в Московском регионе, 16% от совокупного объема ввода, или 260 тыс. м<sup>2</sup> — в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, остальные 31%, или около 500 тыс. м<sup>2</sup> — в других регионах России<sup>1</sup>.

В перспективе ближайших шести месяцев средняя ставка аренды на качественные складские площади может вернуться к уровню 2016 г., т.е. впервые за три года превысит отметку в 4 тыс. р. за м<sup>2</sup> в год (triple net).

Достаточно долго условия в сделках диктовали арендаторы складов, сейчас — арендодатели складов. Большую популярность приобретают сделки по схеме BTS/BTR.

Ключевым трендом первой половины 2019 г. можно назвать устойчивый спрос на складскую недвижимость, который сохранился на уровне 2018 г. Напомним, прошлый год стал рекордным по этому показателю. Объемы ввода новых объектов постепенно увеличиваются, но спекулятивного строительства в общем объеме по-прежнему немного, и в целом темпы ввода отстают от динамики спроса. Как следствие, продолжает сокращаться доля вакантных площадей, а средние ставки аренды растут.

Неизменным лидером поглощения остается индустриально-складская недвижимость класса А (91% от объема поглощения). Самым востребованным форматом стали площади от 10 001 м<sup>2</sup>. Наибольший объем сделок по продаже и аренде складских площадей в 2018 г. пришелся на компании сферы розничной торговли. Средний размер сделки в данном сегменте составил 25 тыс. м<sup>2</sup>, т.е. выше среднего показателя по рынку<sup>2</sup>.

Наиболее крупным среди заявленных на 2019 г. проектов является строительство второй и третьей очередей распределительного

---

<sup>1</sup> *Zdanie.info*. URL: <https://zdanie.info/2393/2421/news/12550>.

<sup>2</sup> *Там же*.

центра Wildberries. Первая очередь площадью 48 900 м<sup>2</sup> была введена в I-м квартале 2019 г., а до 2020 г. девелопер «А Плюс Девелопмент» планирует ввести в эксплуатацию еще около 100 тыс. м<sup>2</sup>. Еще одним крупным и вместе с тем уникальным объектом, введенным в текущем году, стал автоматизированный высотный склад IKEA площадью около 90 тыс. м<sup>2</sup>, генеральным подрядчиком которого также стала компания «А Плюс Девелопмент», а концерн Jungheinrich выступил логистическим интегратором проекта. Таким образом, автоматизированный склад дистрибьюторского центра IKEA в Есипово стал одним из крупнейших складов в Европе с ожидаемой емкостью хранения 210 тыс. паллето-мест<sup>1</sup>.

По прогнозам аналитиков ИЛМ, до конца года в регионах могут состояться крупные инвестиционные сделки со складской недвижимостью. Инвесторы сейчас активно смотрят на рынок складов. С инвестиционной точки зрения привлекательными являются крупные объекты в востребованных локациях — традиционно это южное и северное направления. Уровень заполняемости качественных объектов и арендной ставки позволяют рассматривать склады как один из наиболее интересных и самый надежных сегментов для инвестирования. Инвесторы смотрят готовые объекты, которых практически не осталось на рынке. Большинство из них не готовы брать на себя риск покупки будущей вещи на растущем рынке и предпочитают вести переговоры только по готовым объектам.

---

<sup>1</sup> *Zdanie.info*. URL: <https://zdanie.info/2393/2421/news/12550>.

## **Возможность применения системного подхода для анализа эффективности международных транспортных коридоров**

Через описание и сопоставление свойств систем и международных транспортных коридоров автор показал, что международные транспортные коридоры являются системой.

**Ключевые слова:** международный транспортный коридор; система; свойства системы.

В процессе развития экономики России все больший интерес вызывает формирование российской транспортно-логистической инфраструктуры, включающей международные транспортные коридоры (МТК).

Несмотря на отсутствие единого подхода к рассмотрению проблемы становления и развития МТК, учитывающего различные политические, экономические и иные аспекты, экспертами ООН было принято следующее определение МТК: «Международные транспортные коридоры — это часть национальной или международной системы, которая обеспечивает значительные международные грузовые и пассажирские перевозки между отдельными географическими районами, включает в себя подвижной состав и стационарные устройства всех видов транспорта, работающих на данном направлении, а также совокупность технологических, организационно-правовых условий осуществления этих перевозок» [2].

Поскольку указанное определение позиционирует МТК как систему, можно соотнести свойства, присущие всем системам, со свойствами международных транспортных коридоров.

Система представляет собой совокупность каких-либо элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которая образует определенную целостность и единство [3]. Любая система обладает статистическими, динамическими и синтетическими свойствами [4].

1. *Статистические свойства* представляют собой свойства системы в конкретный момент времени:

1.1. *Целостность*. Характеризует систему как единое целое, обособленное от окружающего мира. МТК присуще данное свойство, оно позволяет отделить МТК и окружающую среду (рис. 1).

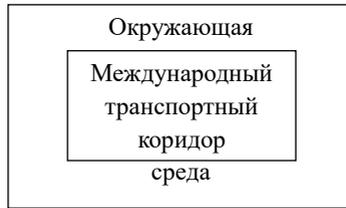


Рис. 1. Целостность МТК [4]

1.2. *Открытость.* Хотя международные транспортные коридоры отделимы от окружающего мира, они не изолированы от него. МТК и окружающая среда связаны между собой. При этом связи имеют направленный характер: как среда оказывает влияние на МТК, так и МТК влияет на окружающую среду (рис. 2).

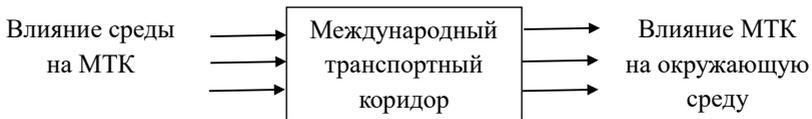


Рис. 2. Взаимосвязи МТК и окружающей среды [4]

1.3. *Внутренняя неоднородность.* Система МТК обладает свойством внутренней неоднородности, так как ее части различимы и выделяются подсистемы и элементы (предприятия, осуществляющие перевозочную и транспортно-экспедиционную деятельность, обслуживание транспортных путей и сооружений на них, изготавливающие транспортные средства, выполняющие работы по проведению научных исследований и подготовке кадров, оказывающие вспомогательные услуги (страховые, охранные, информационные фирмы и компании, банки и другие учреждения)) [1].

1.4. *Структурированность.* МТК является структурированной системой, его части взаимодействуют друг с другом. Например, взаимодействуют между собой экспедиторы, перевозчики, складские и распределительные центры, страховые компании и т. д.

2. *Динамические свойства,* отражающие особенности изменения системы со временем:

2.1. *Функциональность* показывает изменения в окружающей среде, произошедшие вследствие деятельности МТК. Функциональность МТК различна и зависит от позиции, с которой она оцени-

вается. Например, для перевозчика МТК выполняет главную функцию, для обывателя — нейтральную, а для специалиста, изучающего негативное влияние на экологию, нежелательную.

2.2. *Стимулируемость.* Международные транспортные коридоры не только взаимодействуют с окружающим миром, но также подвержены изменениям от внешних воздействий. Изменение поведения МТК под воздействиями внешних стимулов характеризуется стимулируемостью.

2.3. *Изменчивость системы во времени.* С течением времени состав, структура системы, ее элементы изменяются. Система МТК также подвержена временным изменениям, которые могут быть классифицированы по следующим признакам:

- по скорости изменений (медленные, быстрые, очень быстрые и т. д.);
- по функционированию системы (при замене некоторых элементов не меняется структура системы);
- по качеству системы (происходят развитие, рост, функционирование, спад либо деградация системы).

2.4. *Существование в окружающей среде.* Учитывая постоянные изменения окружающей среды, МТК необходимо меняться, отставая или опережая внешние изменения в зависимости от их характера. Игнорируя изменения внешнего мира, система не сможет успешно функционировать.

3. *Синтетические свойства системы.* Выражаются в обобщающих свойствах пунктов 1 и 2, но с упором на целостность в общем понимании и взаимодействие системы с внешним миром.

3.1. *Эмерджентность.* Отдельно взятые части системы обладают своими свойствами, при объединении частей в систему появляется новое свойство, не присущее отдельно взятым частям системы. У МТК есть эти свойства, поскольку структуры МТК, осуществляющие переработку, хранение, страхование, погрузку-разгрузку, перевозку и другие работы, по отдельности не смогут обеспечить международную перевозку.

3.2. *Неразделимость на части.* Для эффективной работы система должна содержать все исходные элементы. При исключении какой-либо части меняются состав и свойства системы и образуется новая система.

3.3. *Ингерентность.* Характеризуется приспособленностью системы к окружающей среде, ее согласованностью со средой. Ингерентность МТК выражается в таких процессах, как модернизация

инфраструктуры МТК, развитие технологий контейнерных перевозок, электрофикация железнодорожных путей, разработка стратегии охраны окружающей среды, упрощение таможенных процедур, снижение размера сборов за счет разработки единого подхода к расчету таможенной стоимости грузов и др.

3.4. *Целесообразность.* Данное свойство присуще МТК, так как деятельность МТК имеет определенные цели: привлечение на национальную транспортную сеть внешнеторговых грузов, рост объемов транзита грузов, расширение внешнеэкономических связей, повышение конкурентоспособности транспортных предприятий страны.

Подводя итог, можно сказать, что международный транспортный коридор обладает всеми свойствами системы, все МТК отличаются друг от друга, взаимодействуют между собой и, в свою очередь, являются подсистемой международной логистической системы. При этом в отношении МТК возможно применение системного подхода с целью выявления индивидуальных особенностей данной системы, определения проблем и разработки мероприятий, направленных на их решение и увеличение эффективности МТК в целом.

#### **Библиографический список**

1. *Гимади И.Э., Нестерова Н.Н.* Формирование транспортно-логистического комплекса Урала в системе торгово-экономических связей с Европейским союзом // Россия и Европейский союз: стратегия взаимодействия: материалы междунар. науч. конф. (Екатеринбург, 17–19 апреля 2002 г.). Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2003. С. 243–251.
2. *Горлов С.М., Тахумова О.В.* Международные транспортные операции. Ставрополь: Изд-во СКФУ, 2016.
3. *Савченко В.Н., Смагин В.П.* Начала современного естествознания. Тезаурус. Ростов н/Д., 2006.
4. *Тарасенко Ф.П.* Прикладной системный анализ. М.: КноРус, 2010.

## К вопросу об особенностях организации логистических процессов предприятий пищевой промышленности

Рассмотрен вопрос возможности формирования логистической сети агропромышленных инфраструктурных объектов. Агроинфраструктура в этом случае выступает связующим звеном между промышленным предприятием и конечным потребителем сельскохозяйственной продукции. Применение принципа 4PL является оптимальным для разработки модели логистической инфраструктуры АПК.

**Ключевые слова:** логистика; логистическая система; сельское хозяйство; агропромышленный комплекс.

Сегодня сельское хозяйство находится на пороге второй «зеленой революции». Переход на цифровизацию процессов производства, переработки и обеспечения логистических потоков не оставляет возможным сохранение той системы логистики предприятий сельского хозяйства, в котором она находится в данный момент.

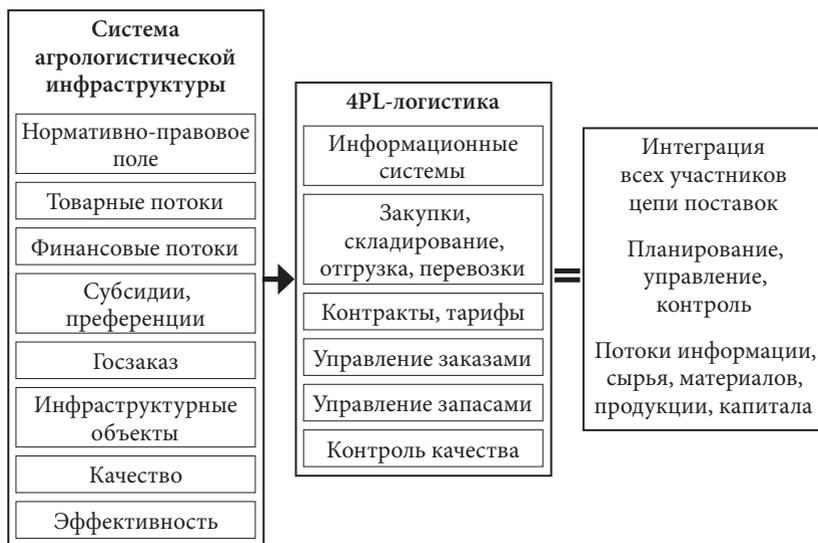
Понятие логистики в АПК появилось относительно недавно, но эффект от внедрения основных принципов и оценка уровня оптимизации затрат способствовали внедрению этой системы.

К логистическим процессам в агропромышленном комплексе можно отнести:

- повседневное обслуживание потребителей качественной продукцией;
- организация и управление закупками;
- транспортировка, обеспечивающая движение и функционирование материального потока;
- разработка и совершенствование ассортиментной политики предприятия;
- управление системой формирования заказов и их доставкой;
- операционный менеджмент, включающий в себя эффективный контроль за материальными потоками и процессом производства, которое приводит к снижению затрат и повышению качества доставляемой продукции [3].

Формирование интегрированной системы работы основных процессов предприятий АПК позволило сократить цепи поставок, оптимизировать материальные потоки и затраты на информационный обмен между производителем и потребителем товаров и услуг.

Применение подхода 4PL-логистики к созданию системы логистической инфраструктуры АПК представлено на рисунке.



Применение подхода 4PL-логистики к созданию системы логистической инфраструктуры АПК [2]

Применение данного метода позволит обеспечить формирование модели, включающей спланированные транспортные потоки, уровень обеспечения транспортными и складскими центрами, в том числе осуществляющими функцию перераспределения логистического потока. Применения такой модели должно быть спланировано на уровне агросектора.

На основе зонирования земель и данных об удаленности сельскохозяйственных территорий от рынков сбыта, магистрального транспорта и пунктов переработки можно разработать региональную макрологистическую систему. На федеральном уровне имитационная модель включает в центре крупные опорные объекты и вспомогательные — региональные. Все объекты логистической инфраструктуры АПК образуют единую сеть, которая обслуживает внутренние и внешние потоки сельскохозяйственной продукции в стране, при этом гарантируется прямое государственное участие, выражающееся в формировании агрокоридора, агрокластеров и специальных агроэкономических зон. В итоге моделирования

предполагается формирование карты размещения агрологистических объектов по типу «рыбья кость», где по основной оси («хребту»), в зависимости от соответствия указанным критериям, расположены крупные опорные объекты федерального масштаба, а по вспомогательным примыкающим осям («ребрам») и более мелким ответвлениям от них («косточкам») — региональные мульти- и монопродуктовые объекты [1].

В заключение можно сказать, что вопрос интеграции логистики АПК является основополагающим в формировании модели применения логистических подходов. Региональная система должна учитывать не только особенности предприятий, но и рассматривать каждое из них как часть модели логистики в агропромышленном комплексе.

### Библиографический список

1. *Государственное* управление: основы теории и организации: учебник: в 2 т. / под ред. В. А. Козбаненко. 2-е изд., с изм. и доп. М.: Статут, 2002.
2. *Котов С.* Сельское хозяйство логистике не поддается // Интернет-газета Newslab. 2011. 3 марта. URL: <http://newslab.ru/article/367227>.
3. *Наумов С. Ю.* Система государственного управления: учеб. пособие. М.: Форум, 2009.

**А. В. Кудина**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Рынок транспортно-логистических услуг в России: тенденции, проблемы и пути их решения**

Рассматривается современное состояние транспортно-логистических услуг в России. Представлены проблемы и их возможные пути решения, выводы сделаны на основе анализа официальных данных статистики.

**Ключевые слова:** транспортно-логистические услуги; транспортная логистика; транспорт; экономическая система; процессы перевозок; груз.

В современных экономических условиях особенно актуальны те цели, которые ставит перед собой рынок транспортно-логистических услуг: увеличение объемов перевозок, развитие российских компаний, которые занимаются грузовыми и пассажирскими перевозками, повышение экономической эффективности их деятельности. Приоритетом является развитие компаний не только на внутренних перевозках, но и на внешних направлениях. Поэтому для достижения большей эффективности транспорта в нашей стра-

не и ускорения его интеграции в мировую экономическую систему необходимо развитие транспортной логистики.

Грузоперевозки выступают основной составляющей в системе транспортно-логистических услуг, и это сейчас примерно 86,7% от всех услуг, оказываемых на рынке логистики в России, 11% приходится на складскую логистику и менее 2,3% — это управление цепями поставок. На протяжении многих лет наибольший грузооборот в нашей стране приходится на железнодорожный и трубопроводный транспорт. А вот большая часть коммерческих перевозок грузов в первом полугодии 2019 г. пришлась на автомобильный — 106,6% и железнодорожный транспорт — 101,3%, по сравнению с первым полугодием 2018 г. Если анализировать структуру перевозок грузов за последние годы, то доля автомобильного и железнодорожного транспорта практически не изменилась. Доля морского снизилась с 1,4 до 0,8%, а доля водного возросла с 4 до 4,7%. По данным статистики, российский транспортно-логистический рынок составляет примерно 4,5% ВВП, что говорит о достаточно большом влиянии транспортно-логистических услуг в нашей стране<sup>1</sup>.

Использование современных технологий, которые помогают обеспечению процессов перевозок на должном уровне мировых стандартов, с применением принципов логистики сможет обеспечить положительный результат в транспортной сфере. Транспортная логистика способствует организации и оптимизации рациональных грузопотоков, обрабатывает их в логистических центрах, уменьшает непроизводственные издержки, а также помогает транспортным компаниям отвечать быстро растущим требованиям рынка и клиентов, а также расширять и развивать комплекс предоставляемых услуг.

Сейчас потребители ждут, что необходимый товар в должном качестве и количестве, по утвержденной цене будет доставлен в необходимое место и в точно указанное время, поэтому клиентам очень важны следующие три критерия — время, цена и качество. При этом немаловажно получить товар по наиболее выгодной стоимости. В России редко встречаются услуги, которые в полной мере отвечали бы всем трем критериям, чаще мы можем получить товар качественно и в срок, но по более высокой цене; качественный и дешевый товар, но с достаточно большими сроками доставки или получить товар по выгодной цене с быстрой доставкой, но при

---

<sup>1</sup> Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://rosstat.gov.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/transport](http://rosstat.gov.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/transport).

этом неудовлетворительного качества. Невысокое качество услуг, которое оказывают транспортные компании с устаревшими логистическими подходами, происходит из-за низкого уровня развития транспортной инфраструктуры в стране [2].

Мировые тенденции развития логистики показывают, что рынок транспортных услуг усложняется, все элементы транспортного процесса интегрируются на базе применения концепции логистики и современных логистических технологий.

Россия идет по пути усиления роли, распространения и развития транспортной логистики; можно наблюдать стремление поставщиков транспортных услуг к увеличению скорости и качества доставки, что говорит о наметившемся постепенном развитии рынка транспортно-логистических услуг в стране.

В последние годы неполная загрузка транспортных средств стала экономически нецелесообразна, особенно для компаний, использующих железнодорожный транспорт, поэтому этот сектор перевозок полностью заняли автомобильные перевозчики [1].

Сейчас наметилась тенденция к увеличению процента сборных грузов и объемов поставок интернет-магазинов, это позволяет уменьшать средний размер перевозимых партий при консолидации товара от различных поставщиков.

Транспортно-логистические услуги в России имеют ряд проблем.

1. Из-за недостаточно эффективно организованной логистики на нашем рынке и системы перевозок в стране логистические затраты очень высоки.

2. Большая протяженность территории страны и значительная удаленность портов от основных производств.

3. Недостаточно современные способы организации доставки товаров потребителю от производителя и иррациональное размещение производств.

4. Невысокий уровень развития транспортной инфраструктуры и складов.

5. Маршруты доставки продукции у некоторых организаций выстроены неправильно.

6. Автомобильные дороги не отвечают мировым стандартам.

7. На многих предприятиях наблюдается высокий моральный и физический износ средств перевозки, а также общее устаревание автопарков.

8. Ограниченное количество и слабый технико-технологический уровень грузовых терминалов.

9. В ожидании погрузо-разгрузочных работ транспортные средства простаивают, что приводит к издержкам финансов и времени.

10. Наблюдается повышение стоимости тарифов на перевозки.

При этом перевозчики, использующие автотранспорт, сталкиваются с рядом дополнительных проблем, например коррупция во власти, не всегда порядочная конкуренция, ряд административных барьеров, высокие проценты по кредитам, высокие лизинговые платежи и рост расходов на топливо и горюче-смазочные материалы. Эти факторы оказывают негативное влияние на рынок транспортно-логистических услуг страны.

С целью решения проблем отрасли можно провести следующие мероприятия:

1) привлечь к вопросу решения существующих проблем заинтересованные общественные организации и экспертное сообщество для формирования логистической стратегии страны;

2) решить вопрос по регулированию российского рынка транспортно-логистических услуг и развитию логистики, отнести его к компетенции Министерства транспорта;

3) выделить в целях транспортного обеспечения перечень маршрутов в труднодоступные регионы, необходимые для организации прямого смешанного сообщения. Разработать план финансирования и развития данных маршрутов;

4) создать реестр транспортно-логистических компаний по всей стране;

5) автоматизировать базовые таможенные процедуры и завершить переход России на использование электронного документооборота.

Для решения вышеперечисленных проблем будут необходимы действия со стороны государства и со стороны остальных участников рынка, таких как грузоотправители и различные транспортные и логистические компании.

В нашей стране логистика может быть развита при применении крупного национального проекта, потому что с развитием эта отрасль сможет стать одной из ведущих и соответствовать стандартам, которые установлены во всем мире. Именно логистика с точки зрения рациональной системы управления является наиболее действенным методом стимулирования экономического роста страны, который способен поднять экономику нашей страны

на более высокий уровень. Для того чтобы максимальный результат в развитии логистики был достигнут, государственным органам следует усовершенствовать существующую законодательную базу, а транспортным компаниям необходимо будет объединить рынок транспортно-логистических услуг для повышения эффективности, качества и безопасности оказываемых услуг.

### Библиографический список

1. *Дорофеев А. Н.* Эффективное управление перевозками. М.: Дашков и Ко, 2018.
2. *Неруш Ю. М., Саркисов С. В.* Транспортная логистика: учебник для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2018.

Научный руководитель: *С. В. Потапова*,  
кандидат экономических наук, доцент

**А. И. Леонтьева**

*Уральский государственный экономический институт, г. Екатеринбург*

## **Опыт организации и управления цепями поставок в зарубежных странах (на примере производственной компании Toyota Motor Corporation)**

Рассматривается управление цепями поставок компании Toyota и ее взаимодействие с поставщиками. Проведен анализ управления цепями поставок в регионах Европы и Азии по результатам компании за 2018–2019 гг. На основе проведенного исследования автором даются предложения отечественным производителям по улучшению их цепей поставок.

**Ключевые слова:** логистика; управление цепями поставок (SCM); Toyota; автомобильное производство; автопроизводители; концепция Just-in-Time; концепция бережливого производства; Европа; Азия.

Управление цепочками поставок (SCM) является очень важной частью любой организации, поскольку она занимается эффективным управлением деятельностью цепочки поставок, чтобы обеспечить и максимально повысить ценность для клиентов и достичь конкурентного преимущества. Компании, которые используют стратегические SCM, могут эффективнее предоставлять и распространять свою продукцию и материалы.

Toyota — один из крупнейших автомобильных брендов с глобальным присутствием. Для изготовления каждого автомобиля требуется

собрать тысячи деталей от поставщиков по всему миру. Бренд работает в тесном сотрудничестве со своими поставщиками с момента его основания. Наличие и управление большой и глобальной сетью поставок — это сложные задачи. Бренд также принял несколько политик, направленных на улучшение отношений с поставщиками и повышение ответственности партнеров по цепочке поставок.

В автомобильной промышленности конкуренция росла достаточно интенсивно, и при таком сценарии, если у бренда нет хорошо управляемой цепочки поставок, получить лидерские позиции было бы невозможно. Помимо того, цепочка поставок является основой производственного процесса, и кроме своевременной доступности сырья необходимо привлекать своих поставщиков, чтобы обеспечить непрерывные поставки.

В настоящее время компания осуществляет свою деятельность по всему миру с 53 зарубежными производственными компаниями в 28 странах и регионах. В Европе расположено восемь заводов, три исследовательских центра развития и 29 дилеров; в Азии, не включая Японию, — 24 завода, четыре исследовательских центра и 21 дилер<sup>1</sup>.

На территории ЕАЭС находятся два завода: первый в Санкт-Петербурге и производит такие модели автомобилей Toyota, как Camry и RAV4; второй — в Костонае (Казахстан) и выпускает модель Fortuner<sup>2</sup>.

Бренд каждый год меняет свою политику, направленную на улучшение отношений с поставщиками и повышение ответственности партнеров по цепочке поставок, так как наличие здоровой сети цепочек поставок является абсолютно необходимым для победы над конкурентами.

Рассмотрим, как изменились экономические показатели после введения новой политики в 2019 г. по сравнению с предыдущим.

На рис. 1 сравниваются общая продажа автомобилей за первый финансовый квартал (апрель — июнь) 2019 и 2020 г. В первом финансовом квартале 2020 г. продали на 67 тыс. машин больше, положительный рост продаж заметен в Азии и Европе на 4 и 21 тыс. автомобилей соответственно, а отрицательный — в Северной Америке. Сравнивая данные, можно сказать, что политика Toyota, направленная на улучшение управления цепей поставок, положительно повлияла на регионы Азии и Европы.

---

<sup>1</sup> *Annual Report 2018 of Toyota Motor Corporation*. URL: [http://annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/NYSE\\_TM\\_2018.pdf](http://annualreports.com/HostedData/AnnualReports/PDF/NYSE_TM_2018.pdf).

<sup>2</sup> *Toyota Motor Corporation*. URL: <https://global.toyota/en>.



**Рис. 1.** Консолидированные продажи автомобилей Toyota в мире за 2019 г. и первый квартал 2020 г. (прогноз), тыс. автомобилей<sup>1</sup>



**Рис. 2.** Продажи автомобилей Toyota в мире по кварталам в 2018–2019 гг., тыс. автомобилей<sup>2</sup>

На рис. 2 отражен более подробный отчет о продажах по кварталам. С первого финансового квартала 2019 г. продажи в Европе до третьего квартала уменьшались, затем к первому кварталу 2020 г. возросли на 42 тыс. автомобилей. Рассматривая регионы Азии, ситуация противоположная: с первого по третий квартал продажи росли, затем стали уменьшаться к первому финансовому кварталу 2020 г. на 66 тыс. автомобилей. Продажи автомобилей зависят от количества денег у населения в определенном регионе: в третьем финансовом квартале в Европе продажи уменьшились, так как именно на это время приходится праздники, а в Азии праздники выпадают на четвертый квартал.

<sup>1</sup> FY2020 First Quarter Financial Results of Toyota Motor Corporation. URL: [https://global.toyota/pages/global\\_toyota/ir/financial-results/2020\\_1q\\_presentation\\_en.pdf](https://global.toyota/pages/global_toyota/ir/financial-results/2020_1q_presentation_en.pdf).

<sup>2</sup> Financial summary FY2020 First Quarter of Toyota Motor Corporation. URL: [https://global.toyota/pages/global\\_toyota/ir/financial-results/2020\\_1q\\_summary\\_en.pdf](https://global.toyota/pages/global_toyota/ir/financial-results/2020_1q_summary_en.pdf).

Рассмотрим, как изменение политики управления цепями поставок повлияло на доход компании. Несмотря на то, что на 2 тыс. машин продали меньше, доходы компании в азиатском регионе уменьшились на 25,6 млн йен по отчету о первом финансовом квартале 2020 г. В самом отчете указано, что доходы уменьшились в основном из-за влияния курсов FOREX, но, на наш взгляд, улучшение цепей поставок позволило получить больше доход, чем он мог бы быть. В Европе доходы компании увеличились на 11,6 млн йен прежде всего в результате маркетинговых усилий, но и тут имеет огромное влияние на данный результат то, что покупатель быстрее получает товар, чем раньше<sup>1</sup>.

Российским производителям можно посоветовать тесно взаимодействовать со своими поставщиками, отлаживать свою систему поставок, применять концепцию «Точно-в-срок», которая возникла именно в Toyota, поскольку бесперебойное производство является одним из ключевых показателей для производственных предприятий, а также одним из факторов конкурентоспособности предприятия.

На сегодняшнем высококонкурентном мировом рынке компании, в том числе и российские, вынуждены искать возможности для создания конкурентного преимущества для них, чтобы не только расширить свою долю на рынке, но и вообще выжить.

Изучение опыта управления цепями поставок компании Toyota позволит обеспечить компаниям устойчивое развитие цепей поставок и требуемую в современных реалиях скорость поставок, а также выстроить доверительные отношения с покупателями и поставщиками. Данное решение будет способствовать позитивному выделению бренда компании на рынке и оптимизации ее логистических решений.

Научный руководитель: *С. В. Потанова*,  
кандидат экономических наук, доцент

---

<sup>1</sup> FY2020 First Quarter Financial Results of Toyota Motor Corporation. URL: [https://global.toyota/pages/global\\_toyota/ir/financial-results/2020\\_1q\\_presentation\\_en.pdf](https://global.toyota/pages/global_toyota/ir/financial-results/2020_1q_presentation_en.pdf).

С. К. Мажитова

*Карагандинский экономический университет  
Казпотребсоюза, г. Караганда (Республика Казахстан)*

## **О некоторых аспектах цифровизации транспортно-логистической системы Республики Казахстан**

Представлена информация по развитию цифровизации транспортно-логистической системы Республики Казахстан. На конкретных примерах (республиканские магистрали, авиация, железнодорожный транспорт и пр.) рассмотрены основные характеристики и функции аспектов цифровизации.

**Ключевые слова:** транспортно-логистическая система; экономика знаний; цифровая культура; цифровой Казахстан.

Современная экономика Казахстана является постиндустриальной, ее часто называют новой, инновационной экономикой знаний. Начало XXI в. принесло развитие цифровых технологий на основе информационной революции и процессов глобализации экономики. Информация в обществе и процессах хозяйствования стала основным ресурсом. В руках человека она преобразуется в знания, а социально-экономические отношения все больше переносятся в сетевое пространство. Ключевым фактором цифровой трансформации в деятельности субъектов предпринимательства становится развитие цифровой культуры. Именно поэтому в Казахстане была разработана и реализуется государственная программа «Цифровой Казахстан»<sup>1</sup>. Целями Программы являются ускорение темпов развития экономики Республики Казахстан и улучшение качества жизни населения за счет использования цифровых технологий. Логистическая отрасль также относится к приоритетам цифровой экономики. Так, в Послании Президента Республики Казахстан народу Казахстана отмечается, что «...нам следует придать импульс развитию традиционных базовых отраслей. Это промышленность, АПК, транспорт и логистика, строительный сектор...»<sup>2</sup>.

Цифровизация сферы транспорта и логистики способствует увеличению объемов транзитных перевозок. Планируется, что результат будет получен как за счет перехода на электронный документооборот, так и благодаря внедрению интеллектуальной

---

<sup>1</sup> Государственная программа «Цифровой Казахстан»: утв. постановлением Правительства Республики Казахстан от 12 декабря 2017 г. № 827.

<sup>2</sup> Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана на 31 января 2017 г. «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность».

транспортной системы (ИТС). Она позволит увеличить объем автогрузоперевозок за счет обеспечения качественной и безопасной дорожной инфраструктуры между регионами Казахстана и в рамках международного сообщения. В Казахстане уже апробированы цифровые технологии в этой сфере. Один из компонентов системы — специальные автоматизированные измерительные средства (САИС), устанавливаемые на основных автомобильных транспортных коридорах, которые обеспечивают бесконтактное взвешивание транспортных средств в движении, мониторинг и учет интенсивности, исключают бесосновательные остановки. В текущем году планируется запуск 10 САИС, а к 2020 г. — около 46.

Кроме этого, создается Комплекс технических решений для автоматизации сбора средств пользования автодорогами.

Например, взимание платы за проезд по республиканским магистралям. Так, за счет трассы Нур-Султан — Щучинск (курортная зона Боровое) ежегодно бюджет пополняется почти на 1,5 млрд тенге. Эти деньги потом используют на содержание дороги или внедрение автоматизированных измерительных средств. После первого года их эксплуатации на 85 % сократилось количество нарушений. Для реализации программы разработана дорожная карта. Компоненты интеллектуальной транспортной системы будут внедрены поэтапно. Уже введены в эксплуатацию 20 систем взвешивания авто в движении, внедряются системы взимания платы еще на шести участках (в том числе Нур-Султан — Темиртау, Алматы — Капшагай и Алматы — Хоргос). В целом до 2020 г. планируется внедрить платность на 16 участках дорог.

До конца 2019 г. на 6 тыс. км автодорог запланирована реализация системы анализа и прогнозирования климатических условий, в 2020 г. ожидается запуск систем поддержки принятия решений и анализа больших данных, а в 2022 г. — намечается реализация системы видеомониторинга и выявления нарушений ПДД, а также запуск искусственного интеллекта, который будет отвечать за моделирование, координирование и управление транспортными процессами без участия человека. По прогнозам разработчиков госпрограммы, до конца 2025 г. за счет системы взимания платы бюджет пополнится больше чем на 200 млрд тенге, на 30 % снизится число пострадавших в результате ДТП, на 10 % увеличится транспортный поток и на 14 % повысится объем автоперевозок грузов в стране.

Еще одна разработка в сфере строительства автомобильных дорог — это система управления дорожными активами. Внедрение

системы позволит на основе детальных данных о состоянии дорог оптимизировать расходы, выделяемые на содержание и ремонт дорог. С 1 октября текущего года ведется поэтапный ввод модулей системы в опытную эксплуатацию и интеграция с информационными системами министерства.

В сфере авиации ведется работа по внедрению информационных систем безбумажного документооборота в области грузовых авиаперевозок «E-freight», а также по сбору и обработке данных об авиапассажирах, что позволит заменить предоставление 20 документов в бумажном виде на электронные.

В рамках цифровизации в сфере железнодорожного транспорта реализуется проект «Автоматизация прогнозного графика движения поездов», суть которого заключается в выполнении графика движения поездов с повышением точности и глубины планирования от 45 суток до 3 часов.

Также планируется реализация еще двух проектов с 2018 по 2020 г. — «Цифровая диагностика пути» и «Управление мультимодальными перевозками».

В целом социально-экономический эффект, ожидаемый от реализации указанных систем, к 2025 г. составит порядка 496 млрд тенге.

Внедрение данных систем позволит покрыть расходы на содержание республиканской сети автомобильных дорог, охватить измерительными средствами основные автомобильные транспортные коридоры, заменить бумажные документы на электронные при перевозке грузов и провести диагностику 18 тыс. км автодорог.

На текущий момент большинство предприятий Казахстана характеризуются слабой технологической и организационной базой для полноценного перехода к цифровой экономике, Индустрии 4.0. К сдерживающим факторам внедрения элементов Индустрии 4.0 относятся недостаточное понимание бизнесом экономических выгод от цифровизации, слабое развитие отечественных разработок и компетенций по автоматизации и цифровизации, нехватка квалифицированных кадров, ограниченность финансовых ресурсов и инфраструктурные ограничения.

Для устранения данных барьеров, с учетом международного опыта выработаны соответствующие системные меры по следующим направлениям: совершенствование нормативного регулирования, развитие цифровой инфраструктуры, собственных технологий и компетенций по технологиям Индустрии 4.0, человеческого капитала, финансовые и иные меры стимулирования.

Руководство страны декларирует намерения о создании в Казахстане модельных цифровых фабрик, Национального центра компетенций Индустрии 4.0, института промышленной автоматизации и цифровизации на базе существующей инфраструктуры.

Кроме того, будут реализованы меры, направленные на обеспечение предприятий кадровыми, финансовыми ресурсами и необходимой инфраструктурой.

Параллельно с разработкой системных мер ведется работа с крупными компаниями по реализации конкретных инициатив в области цифровизации. На сегодняшний день системообразующие компании (Казцинк, ERG, АрселорМиттал, Казахмыс) сформировали планы и подписали соответствующие дорожные карты с акимами областей. На существующих производствах системообразующих компаний реализуются 14 проектов, включающих элементы Индустрии 4.0, общей стоимостью 140 млрд тенге (планируется, что по этим проектам суммарный экономический эффект (ВДС) за период до 2025 г. составит порядка 280 млрд тенге).

**Д. С. Осипова, И. Н. Савельева**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Тенденции развития международных логистических систем и мировой логистической инфраструктуры**

Статья посвящена изучению создания эффективно функционирующих международных логистических систем как важной составляющей инновационного развития экономики. Рассматриваются тенденции международной логистической системы, а также мировой логистической инфраструктуры.

**Ключевые слова:** международная логистика; логистические системы; мировая логистическая инфраструктура; транспортные услуги; транспортно-логистические комплексы; эффективное функционирование логистических систем.

Создание систем, основанных на логистической концепции, в ряде регионов мира становится важной составляющей инновационного развития экономики. В силу того, что в современном мире происходят различные интеграционные процессы, в большинстве экономик развитых стран пересматриваются место и роль транспорта. Он представляет собой единую систему, которая выполняет транспортировку грузов, доставку материальных ресурсов на предприятие, участвует во внутривоздушных перевозках. Устойчивое функционирование транспорта позволяет странам обеспечить

единство экономического пространства государства, усовершенствовать не только межрегиональные, но и международные транспортно-экономические связи. Поэтому целесообразно рассмотреть тенденции международной логистической системы, а также мировой логистической инфраструктуры, характерные для современной действительности.

Роль и значение международной логистики постоянно повышаются, в связи с чем наблюдается тенденция к повышению требований качественного характера международной логистики. Сейчас клиенты логистических компаний смотрят не только на стоимость оказываемых услуг, но и на сроки доставки (скорость, своевременность), надежность перевозчиков, гибкость, комплексность и индивидуальный подход [8].

Международные логистические компании, сталкивающиеся с высоким уровнем конкуренции на мировом рынке оказываемых услуг, так или иначе вынуждены искать все новые и новые пути, способствующие повышению их конкурентоспособности. Как правило, только крупным международным логистическим компаниям удается эффективно осуществлять свою деятельность в условиях современности. Поэтому еще одной тенденцией в международной логистике является увеличение числа крупных логистических компаний [5]. Подтверждением этому служит статистика транспортировки грузов воздушным и морским видами транспорта. В соответствии с этой статистикой, свыше 80 % всех перевозок осуществляют несколько десятков крупных компаний, таких как: P&O Nedlloyd, Maersk Sealand, Evergreen, CMA CGM, FedEx, Lufthansa, Singapore Airlines, Korean AirLines, British Airways, Air France, Cathay Pacific [3].

Помимо увеличения числа крупных компаний, в международной логистике становится все более распространенной практика создания альянсов между транспортными компаниями. Так, например, на рынке доставки грузов авиатранспортом около 80 % всего объема осуществляют подобные группы. Ярким примером этому может служить крупнейший авиационный альянс из 27 компаний — Star Alliance, в составе которого Lufthansa, Air Canada, Scandinavian Airlines, United Airlines и др. Следующий после него крупный альянс — Oneworld, с входящими в него 13 ведущими мировыми авиакомпаниями и около 30 дочерними. Третьим по величине в мире является альянс SkyTeam, который возглавляет французская компания Air France, в состав которого входит российская компания «Аэрофлот».

Что касается сферы доставки грузов морским транспортом, то и здесь аналогичная ситуация. На данном рынке присутствуют такие альянсы, как New World, UASC, Grand Alliance, YCC. Для привлечения большего количества клиентов они договариваются о сотрудничестве с сухопутными операторами и с различными терминалами в портах [7].

В настоящее время наблюдается ежегодный неуклонный рост контейнерных перевозок, что является одной из основных тенденций современной международной логистики. Однако по сравнению с другими странами в России этот способ доставки грузов не столь популярен [6].

Развитие логистических систем тесно связано с использованием и внедрением информационных технологий, которые сейчас находятся в активной стадии развития. Среди них можно выделить следующие. Electronic Data Interchange (EDI), программу электронного документооборота, которая является альтернативной заменой бумажных документов [1]. Еще одно нововведение — электронное декларирование товаров в рамках таможенной обработки грузов. Оно позволило упростить и ускорить процесс прохождения таможенного контроля и таможенных процедур для всех участников данной сферы деятельности [2].

На повышение эффективности логистики оказало большое влияние и штриховое и электронное кодирование товаров (RFID — Radio Frequency Identification), в особенности их упаковок. Оно открывает возможности по определению местонахождения товаров и их идентификации [10].

Использование спутниковых систем слежения, связи и навигации, а также создание информационно-логистических комплексов — все это также находится в активной стадии внедрения участниками внешнеэкономической деятельности в различные сферы своей деятельности [9].

Увеличение доли прямых поставок, в которых отсутствуют какие-либо посредники и различные виды промежуточного хранения товаров, где производители работают напрямую с потребителями, является еще одной важной тенденцией, существующей в современной международной логистике. Среди транснациональных компаний, занимающихся экспресс-доставкой, можно выделить DHL, FedEx, UPS. Они, как правило, доставляют небольшие грузы в кратчайшие сроки в любое место мира [4].

Таким образом, в современных условиях логистические системы являются не только элементом ключевой компетенции компании, но и значительным фактором, влияющим на конкурентные преимущества предприятия на национальном и международном уровнях. Процессы постоянной глобализации и интеграции в мировой экономике привели к появлению глобальных международных логистических систем.

Динамичное развитие транспортной системы и, как результат, развитие сферы экспедиторских услуг — необходимое условие решения важнейших экономических и социальных задач современности.

В условиях постоянно возрастающей конкуренции не только со стороны отечественных фирм транспортно-экспедиторского обслуживания, но и со стороны иностранных участников проблемы развития транспортных логистических систем и их эффективного функционирования становятся еще более актуальными. Поэтому необходимо создание, внедрение и развитие специальных механизмов и методологических подходов к регулированию грузоперевозок, учитывающих всю совокупность реалий и обстоятельств, характерных для современной ситуации в социально-экономической сфере.

#### Библиографический список

1. *Дмитриев А. В.* Цифровые технологии прослеживаемости грузов в транспортно-логистических системах // Стратегические решения и риск-менеджмент. 2019. Т. 10, № 1. С. 20–26.
2. *Дунаев О. Н., Кулакова Т. В.* Транслогистическая платформа: развитие логистических информационных платформ // Транспорт Российской Федерации. Журнал о науке, практике, экономике. 2016. №1(62). С. 36–39.
3. *Карапетьяни И. В., Шкарупета Е. В., Толстых Т. О.* Трансформация логистических процессов в цифровой экономике // Регион: системы, экономика, управление. 2017. № 3(38). С. 104–110.
4. *Кардашова М. А., Далгатова И. Д.* Перспективы развития транспортной логистики // РППЭ. 2016. №9(71). С. 69–75.
5. *Логистика — фактор успеха в бизнесе / Н. С. Сарвинова, Ю. А. Хегай, Е. П. Усольцева и др.* // Экономика и предпринимательство. 2016. № 10-3(75). С. 297–299.
6. *Позиция России в сфере логистики по рейтинговым показателям Всемирного банка / Ю. А. Хегай, Е. С. Лукьяненко, Е. П. Усольцева и др.* // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-2. С. 1034–1037.

7. Хезай Ю.А. Перспективы и проблемы развития рынка транспортно-логистических услуг // Теория и практика общественного развития. 2014. № 3. С. 267–271.

8. Lukinskiy V., Shulzhenko T. Logistic Systems Efficiency Increase Based on the Supply Chains Integration // Procedia Engineering. 16th International scientific conference reliability and statistics in transportation and communication. RELSTAT 2016 (Riga, October 19–22, 2016). Elsevier Ltd., 2017. Pp. 117–122.

9. Madleňák R., Madleňáková L., Kolarovszká, Z. System of Management and Traceability of Logistic Items through New Technologies. Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2016. Vol. 230. Pp. 128–135.

10. Makarova I., Shubenkova K., Pashkevich A. Logistical Costs Minimization for Delivery of Shot Lots by Using Logistical Information Systems // Procedia Engineering. 16th International scientific conference reliability and statistics in transportation and communication. RELSTAT 2016 (Riga, October 19–22, 2016). Elsevier Ltd., 2017. Pp. 117–122, 330–339.

**Ю. А. Пилер**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Влияние ритейла на рынок складской недвижимости Свердловской области**

Несмотря на довольно устойчивую позицию сегмента складской недвижимости в Свердловской области, спрос на качественные складские помещения растет. Основными генераторами строительства складов являются ритейлеры.

**Ключевые слова:** инфраструктура; недвижимость; склад; торговля; рынок; распределительные центры.

Розничная торговля вносит весомый вклад в экономику Екатеринбурга и Свердловской области. Так, оборот розничной торговли по крупным и средним организациям в 2018 г. составляет 1 130 702,0 млрд р.<sup>1</sup>, можно отметить, что по отношению к 2017 г. произошло увеличение розничного оборота на 4,86%. По состоянию на начало 2019 г. в Екатеринбурге действовало 24 торговых центра<sup>2</sup>, общая площадь которых составляет 1 594 905 тыс. м<sup>2</sup>, поэтому необходимо отметить, что на 1000 чел. приходится 507 м<sup>2</sup>.

Объем оптовой торговли в Свердловской области достигает почти 2 трлн р.<sup>3</sup>, что свидетельствует о необходимости развития эффективной логистической инфраструктуры в регионе.

---

<sup>1</sup> Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://gks.ru>.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

Исходя из оценки аналитиков Уральской палаты недвижимости<sup>1</sup>, следует отметить, что на 2019 г. в Екатеринбурге и Свердловской области наибольшую долю в м<sup>2</sup> занимает сегмент складов класса «В», затем идет сегмент складов класса «А», который приблизился к отметке в 800 тыс. м<sup>2</sup>.

Из оценки Knight Frank, Свердловская область занимает первое место по объему предложений площадей класса А (1128 тыс. м<sup>2</sup>), на ее долю приходится больше всего (22,5%) сделок аренды на региональных рынках<sup>2</sup>.

Основываясь на ретроспективной динамике складских помещений, можно отметить, что наибольшую долю в структуре спроса на складскую недвижимость занимает сегмент розничной торговли. Отсюда следует, что ряд крупных розничных сетей ищет подходящие земельные участки в регионах России для строительства собственных распределительных центров. Данный факт влечет за собой образование разрозненной складской инфраструктуры различного назначения, которая слабо интегрирована с существующей транспортной инфраструктурой и проектами ее развития, увеличивая разгрузку на не рассчитанные на это инфраструктурные объекты. Имеющаяся система не дает обеспечения единства экономического пространства для Свердловской области.

Наиболее активный спрос в Екатеринбурге растет на складские помещения классов «А» и «В» в пределах ЕКАД. Самый большой спрос исходит от продуктового ритейла, но крупные торговые сети предпочитают сами строить складские центры. Пример тому — открытый в 2017 г. региональный логистический центр X5 Retail Group, который находится в районе Кольцово и будет обслуживать магазины «Пятерочки». Годом ранее, в 2016 г., сеть «Монетка» запустила вторую очередь распределительного центра в районе Ново-Свердловской ТЭЦ<sup>3</sup>.

Стоит отметить, что сетевые ритейлеры осуществляют строительство собственных распределительных центров, в том числе, в индустриальных бизнес-парках. К примеру, сети «Спортмастер» и «Верный» построили склады в екатеринбургском «Про-Бизнес-Парке». При этом «Спортмастер» реализует проект по созданию крупного федерального распределительного центра, и работы в на-

---

<sup>1</sup> Исследование рынка недвижимости в Екатеринбурге. URL: <https://ekb.dk.ru/wiki/issledovanie-rynka-nedvizhimosti>.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Склады опережают офисы. URL: <https://kommersant.ru/doc/3813710>.

стоящий момент продолжают. Площадь логистического центра после окончания строительства<sup>1</sup> составит свыше 100 тыс. м<sup>2</sup>. Что касается спроса на аренду и покупку готовой складской недвижимости, то его обеспечивают, главным образом, компании, которые ведут торговлю через интернет; операторы, принимающие товары на ответственное хранение в целях распределения и доставки; оптовые поставщики.

В Свердловской области планируют до 2022 г. реализовать проект бизнес-парка с логистическими площадями на базе терминала «Чкаловский» в Кольцово. Данный проект будет составлять 33 тыс. м<sup>2</sup>, себестоимость — более 300 млн р. Арендаторами будущего центра должны стать китайские интернет-ритейлеры, среди них — AliExpress, Taobao и JD.com, что позволит ускорить доставку товаров из КНР российским потребителям и превратит Свердловскую область в один из крупнейших транзитных пунктов на территории страны<sup>2</sup>.

Из плана Стратегического развития Свердловской области до 2022 года основными целевыми ориентирами складской логистики Свердловской области выступают следующие<sup>3</sup>:

- достижение объемов розничного рынка к 2020 г. в объеме 1940–2175 млрд р.;
- участие Свердловской области в формировании розничного рынка Российской Федерации в размере 4,2–5 % к 2020 г.;
- обеспеченность населения торговыми площадями в целом по области до 800 м<sup>2</sup> в расчете на 1000 жителей,
- увеличение доли современных торговых площадей в 2–2,5 раза;
- совокупный оборот розничной торговли к 2020 г. до 45 %, доля торговых площадей, аккумулированных торговыми сетями, — до 50 %.

Учитывая вышеизложенное, можно сделать выводы, что на данном рынке сохраняется потенциал для увеличения предложения в среднесрочной и долгосрочной перспективе, которая вскоре даст положительную динамику в розничной торговле. Но, как и ранее,

---

<sup>1</sup> Рынок складской и производственной недвижимости Свердловской области: тренды и предварительные итоги 2018 года. URL: <http://invest.midural.ru/region/news/economy/rynok-skladskoy-i-proizvodstvennoy-nedvizhimosti-sverdlovskoy-oblasti-trendy-i-predvaritel-nye-itogi-2018-goda88151>.

<sup>2</sup> Министерство экономики и территориального развития Свердловской области. URL: <http://economy.midural.ru/content/sovet-strategicheskogo-razvitiya>.

<sup>3</sup> Там же.

решения по вводу новых складских площадей в Свердловской области будут экономически обоснованными и опираться на стратегию развития региона.

Научный руководитель: *С. В. Потапова*,  
кандидат экономических наук, доцент

**Е. А. Рымашевская, Д. А. Карх**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Страхование как инструмент управления рисками в транспортной логистике**

В условиях глобализации и концентрации производства отрасль транспортно-логистических услуг сталкивается со множеством рисков, неспособность в достаточной степени решить возникающие проблемы может существенно повлиять на финансовое и операционное состояние транспортного бизнеса. Страхование является одним из методов управления рисками, который поможет минимизировать нежелательные последствия.

**Ключевые слова:** страхование; транспортная логистика; конкурентоспособность; управление рисками.

В современных условиях большую роль играет качество оказываемых услуг, что влияет на уровень конкуренции компании в отрасли, как следствие — на получение прибыли. Конкуренция — непосредственное взаимодействие организаций и поставщиков, использующих свои конкурентные преимущества при реализации продукции; борьба за выбор покупателя с помощью продвижения своего товара или услуги [3, с. 5]. Управление рисками — это один из способов повышения конкурентоспособности компании.

Управление рисками — это процесс выявления, оценки и контроля угроз для капитала и прибыли организации. Эти угрозы или риски могут исходить из самых разных источников, включая финансовую неопределенность, юридические обязательства, ошибки стратегического управления, аварии и стихийные бедствия [2]. Каждая организация сталкивается с риском неожиданных, вредных событий, которые могут негативно повлиять на деятельность компании. Стратегии управления рисками особенно актуальны в логистической деятельности.

Во времена быстрых изменений управление рисками становится более важным для создания эффективной логистической деятельности, где оно повышает ценность как качества, так и непрерыв-

ности логистических процессов. Продолжающаяся глобализация и зависимость от информационных технологий означают увеличение сложности и уязвимости логистической деятельности. Прозрачность также снижается, так как логистика передается на аутсорсинг, а операторы формируют партнерские отношения. В результате повышается вероятность сбоев в работе.

Более 90 % поставщиков транспортно-логистических услуг утверждают, что знают об их основных операционных и стратегических рисках, тем не менее только 61 % имеют запасной план на случай серьезного сбоя в их работе. Чуть менее 50 % компаний выражают деловые последствия в денежном выражении [2]. Отрасль транспортно-логистических услуг находится на правильном пути; теперь им необходимо сделать следующий шаг к принятию более зрелого подхода к управлению рисками. Компании должны систематически определять риски, могущие повлиять на их бизнес-цели, и формализовать меры контроля.

При высокой конкуренции на рынке логистических услуг поиск методов, способов и инструментов, обеспечивающих конкурентоспособность компаний, занимающихся транспортной логистикой, является одной из наиболее актуальных задач. Наличие конкурентов заставляет каждую транспортную компанию быть предельно внимательными к запросам своих потребителей, совершенствовать услуги, оперативно доставлять груз, устанавливать оптимальные тарифы на предоставляемые услуги.

Организации со зрелой культурой риска явно описывают, делятся, обсуждают и количественно определяют свои риски. Компании, которые эффективно и структурно контролируют свои риски, несут меньше непредвиденных расходов, меньше страдают от простоев из-за инцидентов, повышают свою конкурентоспособность и лучше способны принимать тщательно продуманные решения.

Цель логистики состоит в обеспечении потребителя необходимым продуктом в определенное время и месте при минимальных затратах на осуществление логистических операций и используемых ресурсов.

Управление рисками является одним из методов по достижению основной цели логистики, позволяет подготовиться к непредвиденным обстоятельствам, сводя к минимуму риски и дополнительные расходы, прежде чем они произойдут. Другие важные преимущества управления рисками в транспортной логистике включают в себя:

- создание безопасного и надежного маршрута от производителя до конечного потребителя;
- увеличение стабильности деловых операций, а также снижение юридической ответственности;
- обеспечение защиты от событий, наносящих ущерб как компании, так и окружающей среде;
- защита всех заинтересованных сторон (производителей, потребителей, государства и общества в целом);
- установление потребности в страховании груза.

В текущих условиях важной составляющей управления рисками является страхование. Отрасль транспортно-логистических услуг посвящена срокам, и вместе с тем возникают конкретные проблемы страхования, особенно в области замены оборудования, экологических норм и безопасности людей и продуктов. На современном рынке страховой услугой принято считать комплекс услуг по страхованию рисков, который представляет собой гарантию материальной компенсации ущерба страхователя при наступлении страхового случая, прописанного в договоре. Страхование в логистике охватывает достаточно широкий спектр рисков, в числе которых:

- пропажа без вести транспортного средства, везущего груз;
- повреждение и/или гибель материальных ценностей в связи с ураганами, наводнениями, пожарами и другими стихийными бедствиями или же неблагоприятными для состояния груза условиями окружающей среды;
- утрата имущества в результате разбойных нападений, актов вандализма, краж и др.;
- нанесение ущерба окружающей среде самим грузом (экологические риски);
- возникновение правовой ответственности отправителя груза в процессе его транспортировки и др. [1].

Транспортная логистика связана с природными, экономическими, технологическими и соответствующими рисками. Совершенно неслучайно основные принципы страхования получили развитие в логистической деятельности. Существует множество разновидностей страхования, которые связаны с транспортом: страхование транспортных средств, грузов, контейнеров, ответственности перед третьими лицами, договорной ответственности операторов и др.

Неизбежность непредвиденных факторов и, соответственно, рисков определена самим строением любой логистической системы, большим числом и разнородностью входящих в нее факторов, вли-

яние которых на процессы перемещения грузов, производство и обращение на рынке материальных ресурсов часто непредсказуемо. Поскольку только страхование рисков — реальная гарантия предотвратить (или возместить) имущественные потери грузоотправителя, то и оценка вероятности возникновения ущерба при перевозке, то есть прогнозирование ситуаций возникновения рисков (страховых случаев), становится ключевым моментом организации любой перевозки.

Сложность транспортно-логистической отрасли затрудняет поиск правильного страхового покрытия. Правильно выбранное страховое покрытие транспортно-логистических услуг позволит добиться безопасности и своевременности перевозок, так как будут:

- разработан наиболее подходящий маршрут;
- выбран наиболее оптимальный вид транспорта и пунктов перегрузки (хранения, контроля и т. д.) груза;
- обеспечены необходимые параметры перемещения грузов;
- оптимизирован документооборот.

Таким образом, страхование транспортно-логистических услуг не только дает гарантию возмещения ущерба, но и возможность свести к минимуму и сам риск его возникновения, и связанные с ним издержки, как прямые, так и косвенные. Страхование в логистике — это продуманная система защиты интересов участников процесса — как юридических, так и физических лиц.

Контролируя последствия рисков, управление рисками повышает ценность логистической компании. Это помогает улучшить непрерывность и оптимизировать операции. Поставщик логистических услуг или транспортная компания, которая готовится к рискам и застраховала их, может не только ограничить свои убытки и ущерб, лучше взвесить и использовать возможности, но и укрепить свою репутацию надежного логистического партнера.

### Библиографический список

1. Балабанов И. Т. Страхование. Организация. Структура. Практика: учеб. пособие. М.: Питер, 2016.
2. Никонов В. Управление рисками: как больше зарабатывать и меньше терять / пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2018.
3. Фидельман Г. Н. Альтернативный менеджмент: путь к глобальной конкурентоспособности / пер. с англ. 2-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2015.

## Опыт организации и управления цепями поставок в зарубежных странах (на примере компании Apple)

Рассматривается опыт организации и управления цепями поставок в зарубежных странах. Дано определение организации и управления цепями поставок. Исследуются вопросы роста значимости управления цепями поставок. В качестве примера приводится история компании Apple, ее эффективный опыт организации и управления цепями поставок.

**Ключевые слова:** Apple; цепь поставок; поставщик; конкурент; опыт организации и управления.

Организация и управление цепями поставок представляет собой организационную стратегию и управленческую концепцию. Суть организации и управления цепями поставок заключается в интегрированном подходе к планированию и управлению потоком информации о продуктах, сырье, материалах и услугах, которые возникают и преобразуются в логистических и производственных процессах предприятия. Интегрированный подход в организации, в свою очередь, должен быть нацелен на достижение совокупной экономической эффективности [6, с. 31].

Концепция организации и управления цепями поставок была предложена Кейтом Оливером в 1982 г., впоследствии она была развита и стала использоваться повсеместно [3, с. 315].

Надежные цепочки поставок обеспечивают долгосрочное планомерное развитие компании. Гармонично сформированная цепь поставок позволяет улучшить качество поставок продукции, увеличить объем продаж, а также привлечь новых клиентов. Таким образом, организация и управление цепями поставок играют одну из ключевых ролей в современном международном бизнесе, обеспечивая реальный инструмент развития мировой торговли.

Основной целью организации и управления цепями поставок является контроль и планирование всей деятельности предприятия по поставке товаров с момента заключения контракта и размещения заказа до момента доставки товара конечному потребителю [5, с. 72].

Роль организации и управления цепями поставок за последние два десятилетия существенно возросла. В связи с глобализацией, нарастанием конкуренции и индивидуализацией рынков сбыта, а также ростом и образованием новых расширяющихся сетей

по созданию стоимости цепи поставок продолжают развиваться, превращаясь в основной стратегический ресурс компаний [4, с. 100].

Ярким примером эффективной организации цепи поставок является компания Apple. Apple — это американская компания, которая занимается разработкой и производством электроники, а именно: персональных и планшетных компьютеров, телефонов, электронных часов, аксессуаров и программного обеспечения.

Apple была основана в середине 1970-х гг. на территории штата Калифорния (США) Стивом Джобсом и Стивом Возняком. Официальной датой рождения организации считается 1 апреля 1976 г. Именно в этот день основатели компании собрали вручную свой первый компьютер. Его назвали Apple Computer I. В течение нескольких месяцев ее создатели собрали и реализовали 175 компьютеров по цене 666,66 долл., но большой популярности данная модель не получила [1, с. 155].

В 1977 г. был сконструирован новый, более технологичный персональный компьютер. Модель получила название Apple II. Это был первый персональный компьютер, оснащенный цифровой графикой. Данная модель очень понравилась пользователям своим дизайном и функциональностью, вследствие чего приобрела большую популярность на рынке электроники.

Со временем компания развивалась и увеличивала объемы продаж. В 1997 г. для обеспечения бесперебойного экспорта продукции Apple сосредоточилась на разработке эффективных цепей поставок. Чтобы продукция доставлялась потребителю в кратчайшие сроки, глава компании Стив Джобс заплатил 50 млн долл. авиаперевозчику, на тот момент многие конкуренты компании предпочитали пользоваться морским транспортом. Данное решение позволило обогнать конкурентов и увеличить объем продаж продукции в два раза по сравнению с прошлым отчетным периодом.

На 2019 г. Apple занимает первое место в мире по количеству цепей поставок, а ее продукция доставляется в 130 стран мира. Налаженная цепочка поставок Apple обеспечивает компании мощное конкурентное преимущество на рынке электронной продукции [1, с. 487].

Важную роль в организации цепей поставок Apple занимают ее поставщики, к которым относятся такие компании, как: TSMC (Taiwan Semiconductor Manufacturing Company); Analog Devices, Inc.; Glu Mobile, Inc.; Qualcomm, Inc.; Samsung.

Данные компании зарекомендовали себя как надежные партнеры, которые обеспечивают быструю и безопасную доставку комплектующих для электроники Apple. В настоящее время многие компании — поставщики комплектующих для электроники — отказываются работать с Apple. Этот страх связан с высокими стандартами Apple, а также с тем, что компании будут сильно зависеть от чужой деятельности и что цены на их собственную продукцию могут упасть.

Руководство Apple для обеспечения быстрой доставки своей продукции постоянно совершенствует цепи поставок компании и изменяет подход к поставщикам комплектующих. Чтобы гарантировать быстрые поставки продукции, Apple вносит большие суммы предоплат на счета поставщиков, что предоставляет компании определенные преимущества по сравнению с их конкурентами. Данное решение заставляет поставщиков чувствовать себя обязанными Apple, и, процесс доставки продукции компании таким образом ускоряется.

Конкуренты Apple всегда внимательно наблюдают за изменениями, которые компания вносит в процесс поставок своей продукции. К главным конкурентам Apple относятся такие компании, как: Microsoft; Huawei; Sonu Mobile; LG; Samsung.

Они признают, что компания достигла новых высот с точки зрения операционной эффективности. «Операционная компетентность является таким же значительным активом Apple, как и новаторство в продукции или маркетинг. Они довели операционную эффективность до уровня, которого я ни у кого не видел», — говорил Майк Фокс, бывший глава отдела поставок компании Hewlett-Packard.

Одну из ключевых ролей в эффективности процесса поставок Apple играет секретность действий на всех этапах поставки продукции. Так, перед стартом продаж новых продуктов управляющее звено компании размещает своих подчиненных, сотрудников Apple, в каждом звене цепочки поставок. Данное действие гарантирует конфиденциальность информации и сохранность продукции компании на протяжении всей цепи поставок.

Управление цепями поставок компании Apple представляет собой определенную стратегию, которая позволяет обеспечить синхронизацию отдельных звеньев цепи поставок, оптимизировать затраты и время на поставку товаров.

На данный момент в России, по оценкам экспертов, цепи поставок организованы неэффективно [2, с. 105]. Многие отече-

ственные компании, по сравнению с иностранными конкурентами, вынуждены платить большие деньги за доставку комплектующих и, соответственно, своих готовых товаров, что приводит к высокой себестоимости продукции и, как следствие, к низкой конкурентоспособности данных компаний на международном рынке. Для решения проблемы неэффективности цепей поставок российских компаний можно позаимствовать опыт организации и управления цепями поставок у Apple. Это заимствование позволит за короткий срок реорганизовать цепи поставок российских компаний и уменьшить затраты на доставку товаров.

Apple задает определенный ритм в мире технологий, она постоянно совершенствует свои продукты, реализуя в них новые научные открытия и наработки. Компания является лидером на рынке по продажам электроники. Немалую роль в лидерстве Apple на рынке играет грамотно организованное и эффективное управление цепями поставок. Компания имеет значительный опыт в данном вопросе, при этом многие аспекты поставок продукции тщательно скрываются от конкурентов. Это значит, что организация и управление цепями поставок занимает значимое место в различных компаниях, в том числе и в компании Apple.

#### Библиографический список

1. Айзексон У. Стив Джобс. М.: АСТ; Corpus, 2015.
2. Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-Бизнес, 2017.
3. Григорьев М. Н., Долгов А. П., Уваров С. А. Логистика: продвинутый курс: учебник для магистров. М.: Юрайт, 2015.
4. Курочкин Д. В. Логистика и управление цепями поставок: практ. пособие. Минск: Альфа-книга, 2016.
5. Сергеев В. И. Управление цепями поставок. М.: Юрайт, 2015.
6. Щербаков В. В. Логистика и управление цепями поставок: учебник. М.: Юрайт, 2015.

Ю. В. Солдатова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Особенности управления закупками ресурсоснабжающей организации в регионах с ограниченными условиями поставки

Рассмотрены основные принципы и особенности закупок ресурсоснабжающими организациями, предложена схема процесса их закупочной деятельности и сформированы предложения по ее совершенствованию.

**Ключевые слова:** управление закупками; поставки; логистика; регионы.

В настоящее время в результате рыночных преобразований и отказа от централизованного снабжения товарами народного потребления отдаленных районов страны возникли задачи качественного обеспечения таких регионов необходимыми для их жизнедеятельности ресурсами. Функции централизованного обеспечения перешли от традиционно выполнявших такие задачи снабженческо-сбытовых организаций к предприятиям других отраслей экономики.

Важность принятия специальных мер для обеспечения поставок товаров в регионы с ограниченными условиями поставки обусловлена отсутствием в этих районах собственной производственной базы большинства промышленных товаров, а также многих сельскохозяйственных товаров, необходимых для жизнеобеспечения населения и функционирования экономики; удаленностью и низким уровнем развития транспортной инфраструктуры; сложными природно-климатическими условиями, что отмечается, в частности, в рекомендациях по вопросам обеспечения поставок продукции (товаров) в районы Крайнего Севера и приравненные к ним местности с ограниченным сроком завоза грузов<sup>1</sup>.

Под регионами с ограниченными условиями поставки в настоящей работе понимаются регионы, в которых в силу их географического положения и отдаленности от основных транспортных потоков, пространственной локализации населенных пунктов, транспортной инфраструктуры и сезонным характером спроса на товары существует неоднородность материальных потоков по объему и интенсивности. К таковым в нашей стране традицион-

---

<sup>1</sup> Утверждены на заседании Комитета Совета Федерации по федеративному устройству, региональной политике, местному самоуправлению и делам Севера (протокол № 189 от 29 января 2019 г.). URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/parliamentary/100411>.

но относят районы Крайнего Севера, Восточной Сибири и Дальнего Востока, а также северных территорий центральной и юго-западной частей России [1].

Как правило, в указанных регионах отсутствует полноценная отраслевая структура экономики, а роль градообразующих предприятий выполняют предприятия топливно-энергетического комплекса, жилищно-коммунального хозяйства и торговли в случае наделения таких предприятий правом централизованного снабжения товарами народного потребления.

Согласно постановлению Правительства РФ от 14 февраля 2012 г. №124 «О правилах, обязательных при заключении договоров снабжения коммунальными ресурсами», ресурсоснабжающая организация (далее — РСО) определяется как юридическое лицо, независимо от организационно-правовой формы, или индивидуальный предприниматель, осуществляющие продажу коммунальных ресурсов (отведение сточных вод).

В связи с этим в работе предлагается расширительное толкование термина ресурсоснабжающих организаций — это предприятия, которые вследствие сложившихся в результате развития в регионе своего присутствия производительных сил и производственных отношений обеспечивают население и хозяйствующие субъекты необходимыми для их жизнедеятельности товарами и услугами.

В настоящее время деятельность РСО в регионах с ограниченными условиями поставки характеризуется следующими особенностями:

- высокая степень регулирования и контроля финансово-экономической и производственно-технологической деятельности со стороны контрольных и регулирующих органов (органы местного самоуправления и региональные правительства, региональные энергокомиссии, подразделения Ростехнадзора, МЧС, Федеральной антимонопольной службы и т.п.), которая проявляется в необходимости согласования тарифов и снабженческо-сбытовых надбавок, проектных и технических решений, разрешений на ввод в эксплуатацию и пуск технологического оборудования и производственных объектов;

- осуществление закупочной деятельности строго в соответствии с законодательством о защите конкуренции и о закупках (федеральные законы №135, 44 и 223, ведомственные и локальные нормативные акты и т.п.);

– неоднородность и дискретность поставок товаров в течение календарного года, связанные с сезонностью работы транспортно-го комплекса, отсутствием регулярного сообщения с населенными пунктами, а также коротким периодом проведения строительно-монтажных и ремонтно-восстановительных работ (в большинстве указанных регионов такой период составляет не более 3–4 календарных месяцев в году);

– диспропорции в структуре закупаемых товаров РСО, характеризующиеся высокой долей финансовоёмких товаров (топливно-энергетические ресурсы, энергетическое оборудование, трубная и электротехническая продукция) при одновременно широком ассортименте закупаемых товаров (от продуктов питания до спец-одежды и химических реагентов);

– дисбаланс входящих и исходящих финансовых потоков РСО в течение календарного года, связанный с необходимостью осуществления оплаты поставщикам товаров, работ и услуг, с одной стороны, и неоднородностью денежных поступлений от потребителей в разные периоды времени. Так, нередко случаи, когда срок оплаты по заключенным и исполненным со стороны поставщиков договорам попадает на период наименьшей (отрицательной) платежеспособности РСО в связи с отсутствием поступлений от его потребителей;

– низкая платежеспособность отдельных групп потребителей (как правило, предприятий муниципальной собственности и населения);

– отсутствие достаточного запаса финансовой прочности у поставщиков, что проявляется в необходимости предварительной оплаты за товары, работы услуги и, как следствие, в отвлечении финансовых ресурсов РСО до момента полного осуществления контрагентом своих обязательств и т. д.;

– отсутствие в целом ряде сегментов рынка конкуренции между производителями — поставщиками оборудования и товаров, возникающей как в результате санкционных действий, так и неразвитостью отраслей промышленности. В большинстве случаев отдельные сегменты рынка имеют моно- либо олигопольные структуры с минимальным количеством потенциальных контрагентов, что приводит к формированию монополюс высокой стоимости закупаемых товаров и влиянию нерыночных факторов на формирование равновесной цены;

– длительный процесс изготовления и поставки энергетического и электротехнического оборудования. Например, поставляемое оборудование может содержать импортные компоненты, также требующие время на изготовление и поставку. Общий срок поставки оборудования в таких случаях может достигать 180 и более дней, что с учетом времени на планирование и проведение закупки, а также сезонности транспортировки и отсутствия регулярного транспортного сообщения может выходить за рамки годового горизонта планирования.

Один из ключевых факторов, влияющих на хозяйственную деятельность РСО, — регулирование закупочной деятельности федеральным законодательством о закупках<sup>1</sup>.

Для целей закупочной деятельности РСО осуществляют перспективное планирование закупок путем формирования годового плана закупок товаров, работ, услуг (ГПЗ), который размещается в Единой информационной системе закупок (ЕИС) не позднее конца года, предшествующего планируемому.

Основным документом, регламентирующим закупочную деятельность, является Положение о закупке, которое подлежит утверждению высшим органом управления РСО и регулирует его закупочную деятельность, и должно, в частности, содержать требования к закупке, в том числе порядок подготовки и проведения процедур закупки (включая способы закупки) и условия их применения, порядок заключения и исполнения договоров, а также иные, связанные с обеспечением закупки положения. Подобный механизм описан в работе А. Лукьяновой [2].

Для проведения закупки формируются и утверждаются извещение и документация закупки. По итогам закупочной процедуры заключаются договоры (см. рисунок).

В целом цикл поставки от планирования потребности в материальных ресурсах до передачи оборудования в монтаж либо потребления приобретенных товаров на производственных объектах составляет не менее 1,5 лет. Данное обстоятельство обуславливает необходимость перехода от краткосрочного планирования закупочной деятельности (до 1 года) к среднесрочному (до 3 лет — для циклически потребляемых товаров) и долгосрочному (до 5 лет — для сложного высокотехнологичного оборудования).

---

<sup>1</sup> *Федеральный закон от 18 июля 2011 г. №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».*



Схема процесса закупочной деятельности РСО

В целях совершенствования закупочной деятельности ресурсонабджающих организаций в регионах с ограниченными условиями поставки предлагаются следующие меры:

- формирование годового плана закупок, учитывающего факторы сезонности транспортной инфраструктуры и ремонтно-строительных работ, а также финансовый план поступления средств от потребителей;
- повышение горизонта планирования до 3–5 лет, с формированием соответствующего ГПЗ, являющегося обязательным к исполнению всеми подразделениями РСО;
- уменьшение времени проведения закупочных процедур за счет унификации и стандартизации документации закупок, использования электронных торговых площадок и осуществления предварительного отбора поставщиков;
- формирование пула поставщиков и логистических посредников, обеспечивающих применение современных технологий при поставке в регионы присутствия РСО продукции требуемого качества в наименьшие сроки при наименьшей цене.

#### Библиографический список

1. *Алексеев А. Н.* Совершенствование процесса управления закупками в регионах // Транспортное дело России. 2015. № 3. С. 140–141.
2. *Лукьянова А.* Опыт организации закупок в атомной энергетике и совершенствование их на основе логистических принципов // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2012. № 4. С. 66–70.

## **Формирование системы управления логистическим потоком НИОКР виртуального технопарка**

Рассматриваются процессы создания виртуального технопарка, задачей которого будут сбор, обработка информации по инновационным продуктам, разработка инновационного интеллектуального продукта для определенной экономической отрасли, коммерциализация и внедрение ее на рынки промышленного производства.

**Ключевые слова:** инновационный продукт; логистический поток НИОКР; информационный продукт; виртуальный технопарк; рынки промышленного производства.

Современные реалии ставят перед экономическим развитием страны задачи импортозамещения товаров не копированием, а именно созданием новых инновационных товаров российского производства. Для эффективного внедрения таких товаров на российский рынок необходима инновационная система разработки инновационного продукта: от системы управления и организации, системы логистического потока научно-исследовательских разработок до создания и расширения информационных продуктов, системы учета инновационных разработок, правового обеспечения авторов, конкурентоспособности готового инновационного продукта и минимизации затрат на его создание.

Под виртуальным технопарком предлагается понимать интернет-платформу, на которой будет внедряться система управления логистическим потоком научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок.

Данная система унифицирует процесс реализации готового инновационного продукта, который будет создан на базе виртуального технопарка, а также сделает его конкурентоспособным.

На сегодняшний день в РФ активно реализуется и внедряется программа поддержки инновационного развития и активности предприятий любых экономических видов деятельности. Это подтверждается проводимыми Росстатом исследованиями предприятий и собранными статистическими данными (см. таблицу).

По приведенным данным можно сделать вывод, что сейчас происходит увеличение активного использования новых инновационных продуктов в деятельности предприятий, но при этом снижаются их разработки и внедрение.

## Инновационная активность в Российской Федерации

Показатель	2017	2018
Инновационные товары, вновь внедренные или подвергшиеся значительным технологическим изменениям, млн р.	3 014 435,1	3 006 565,0
Число используемых передовых производственных технологий, ед.	240 054	254 927
Число принципиально новых разработанных передовых производственных технологий, ед.	190	181
Объем инновационных товаров, используемых в РФ собственного производства, млн р.	4 166 998,7	4 516 276,4
Число приобретенных организациями новых технологий в целом по РФ, ед.	20 042	22 678
Число разработанных нанотехнологий по РФ, ед.	446	402
Число используемых нанотехнологий по РФ, ед.	1 144	1 258

*Примечание.* Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://gks.ru>.

В первую очередь это связано со снижением конкурентоспособности выпускаемого инновационного продукта, с неэффективностью вложенных затрат и низкой рентабельностью, а во вторую — с недостаточными коммуникационными способностями проведения информации как логистического потока между всеми заинтересованными участниками разработки и внедрения готового инновационного продукта.

Для решения выявленной проблемы есть множество подходов к разработке и внедрению конкурентоспособного и рентабельного готового инновационного продукта. Самыми известными являются подходы, разработанные на базе технополисов и технопарков. Сегодня насчитывается несколько десятков эффективно реализующих свою инновационную деятельность технополисов по всему миру. В РФ самым известным технополисом является Сколково [2].

Однако применение более эффективных инновационных продуктов в производственной деятельности предприятий, ограничение конкурентоспособности использования мировых технологий, снижение затрат приводит к необходимости создания готового инновационного продукта в РФ, обладающего свойствами, позволяющими при минимизации затрат получать наибольшую прибыль и выводить на рынок конкурентоспособный инновационный продукт. При этом большую роль играет система управления инфор-

мационным, материальным, правовым и финансовым потоками, которая создает логистическую систему научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, а также дает возможность любому участвовать в разработке и реализации готового инновационного продукта.

Для этого предлагается создать виртуальный технопарк на базе интернет-платформы, в котором разместятся [3]:

- 1) управление логистическими потоками НИОКР;
- 2) формирование унифицированной системы приема и учета информации по разработке НИОКР;
- 3) обеспечение правовой защиты и коммерциализации готового инновационного продукта;
- 4) создание базы данных участников логистического потока.

Таким образом, можно выделить основных участников системы управления логистическим потоком НИОКР на базе виртуального технопарка:

- координатор проектов, создатель отдельных ячеек для каждого инновационного продукта;
- авторы-изобретатели, которые имеют возможность создавать инновационные продукты;
- заказчики инновационных продуктов (предприятия, занимающиеся различными видами экономической деятельности: перерабатывающее производство, сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых и др. согласно коду ОКВЭД, принятому в РФ);
- финансовые организации, готовые участвовать в финансировании процесса разработки готового инновационного продукта с целью получения прибыли.

Все вышеуказанные участники включены в единый непрерывный логистический процесс создания готового инновационного продукта. Так как в этом процессе возникают взаимосвязи между движениями информационных, материальных, финансовых и правовых потоков, то возникает система управления логистическими потоками по созданию научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. В этой системе каждый участник принимает определенную роль на себя, выполняет обязательства и имеет права [1].

Одним из основных вопросов является вопрос мотивации каждого из участников для принятия решения в реализации логистических потоков НИОКР. Ответов много и главными являются:

- получение прибыли,

- эффективное вложение средств в логистический поток НИОКР,
- повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции за счет обладания уникальным инновационным продуктом, что позволит увеличить не только прибыль предприятия, но и получить дополнительную прибыль за счет повышения стоимости активов предприятия.

Таким образом, формируется виртуальный технопарк как цифровая платформа, на которой будет реализован полный цикл системы управления логистическим потоком научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок на основе экономической модели:

Информация — деньги — результат.

Информация — это логистический поток движения информации о имеющейся необходимости создания инновационного продукта на основе маркетингово-логистических исследований; поток движения информации об имеющихся финансовых ресурсах обеспечения логистического потока НИОКР; поток движения информации о технологических и интеллектуальных способностях авторов-изобретателей и их готовности к участию в логистическом потоке НИОКР; поток движения информации к правовой защите и коммерциализации авторских прав и права промышленной собственности в логистическом потоке НИОКР.

Деньги — это субсидии в виде коммерческих вложений, федеральных грантов, собственных свободных денежных средств предприятия из получаемой прибыли.

Результат — это готовый инновационный продукт, получаемый и реализуемый в системе управления логистическим потоком НИОКР. Если результат не является готовым инновационным продуктом, способным приносить прибыль, то деньги возвращаются их собственнику. Конечно, возникает риск у каждого участника системы управления логистическим потоком НИОКР, однако при правильной оценке рисков они минимизируются и при правильном страховании своей деятельности система управления логистическим потоком НИОКР получает экономический эффект в виде прибыли.

#### Библиографический список

1. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика — новые инструменты хозяйствования: учеб. пособие. М.: Экзамен, 2006.

2. Каточков В.М., Топоркова Е.В. Сравнительная характеристика логистической системы технопарков разных стран // Технологические инициативы в достижении целей устойчивого развития: материалы междунар. науч.-практ. конф. (10–11 октября 2019 г.). Ростов н/Д: Изд.-полиграф. комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. С. 403–407.

3. Экономика инноваций: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля. М.: Вузовский учебник, 2009.

**К.Д. Хасанова**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Опыт организации и управления цепями поставок в России (на примере компании X5 Retail Group)**

Рассмотрено состояние логистики и управления цепями поставок в современных торговых компаниях и более подробно раскрыто применение управления цепей поставок в России компанией X5 Retail Group.

**Ключевые слова:** ритейл; управление цепями поставок; логистика; торговля.

Развитие логистики сетевых торговых компаний становится яркой особенностью ритейла в последнем десятилетии, приобретая важное значение не только для отдельно взятой компании и ее итоговой прибыльности, но и для развития торгово-транспортной сети региона и страны. Каждый ритейлер, развивая свою собственную логистическую структуру и организуя цепь поставок, также вносит свой вклад в рост и развитие региональной инфраструктуры.

Одной из ключевых задач логистики сетевого ритейла в России стала проблема преодоления огромных расстояний и связь звеньев в цепи поставок на всей территории при минимальных затратах на транспортную составляющую. И если внутри региона легко было захватить торговые и складские площади, а также выстроить оптимальную сеть, то при экспансии на федеральном уровне появились трудности в координации и эффективной логистизации на большой территории. Основными проблемами являлись: поддержание одинакового ассортимента в каждом магазине одного формата по всей сети (с учетом особенностей регионов), хранение и распределение товаров в надлежащем качестве и количестве, поддержание связей со всеми поставщиками в каждом из регионов.

Логистический подход доказал свою эффективность относительно традиционного, но и это еще не совершенная система оптимизации потоковых процессов. Куда масштабнее процесс ор-

ганизации управления цепями поставок относительно фокусной компании, не только внутри которой, но и во внешнем ее экономическом пространстве (контрагенты, потребители) происходит оптимизация затрат на все виды логистики. Именно это является дальнейшей важной целью логистики ритейла в последующие годы.

Рассмотрим подход к данному вопросу в крупной компании X5 Retail Group, в составе которой магазины «Карусель», «Пятерочка» и «Перекресток».

Стратегический проект по разделению логистики торговых сетей X5 на обеспечение «магазинов у дома» и отдельно — обеспечение форматов «супермаркет» и «гипермаркет» начался в 2013 г.<sup>1</sup>

На 30 июня 2019 г. X5 управляет 42 распределительными центрами (РЦ) общей площадью 1,1 млн м<sup>2</sup>, из которых 30 РЦ обслуживают торговую сеть «Пятерочка», а 12 — торговые сети больших форматов «Перекресток» и «Карусель». Самый большой РЦ находится в Московской области — РЦ «Софьино», самый восточный — в Новосибирске, самые южные — «Краснодар» и «Адыгея», самый западный — около Санкт-Петербурга, самый северный — в Петрозаводске<sup>2</sup>.

Распределительный центр позволяет минимизировать затраты ритейлера на снабжение собственных магазинов сети, улучшить контроль над работой по формированию и обеспечению ассортимента продукции каждого магазина в регионе, наладить повременную и одновременно с этим качественную и количественную приемку и хранение товаров. А грамотное использование складских площадей с учетом современных технологий сокращает затраты на хранение и списание продукции.

Сейчас в России работают около 100 распределительных центров крупнейших участников розничного рынка, около 40 % из них принадлежат одному игроку — X5 Retail Group (42 РЦ), чуть меньше — другому крупному игроку («Магнит»), менее 10 РЦ у таких игроков, как «Лента» и «Дикси»<sup>3</sup>.

В их числе и крупные хабы для прямого импорта (преимущественно овощей и фруктов) с оборудованием для газации бананов — фрукта номер один в продуктовой корзине россиян. Благодаря

---

<sup>1</sup> Годовые отчеты компании X5 Retail Group за 2017–2018 гг., 1-2 кв. 2019 г.

<sup>2</sup> Шушары умножили склады X5 // Коммерсантъ Санкт-Петербург. 2016. № 166. 9 сент. С. 12.

<sup>3</sup> Пастушин А. И. X5 Retail Group закрыла крупнейшую сделку по аренде склада // RBK. 2015. 26 авг. URL: <https://rbk.ru>.

такому масштабному расширению общая складская площадь X5 достигнет цифры свыше 1,2 млн м<sup>2</sup>.

Однако развитием сети собственных РЦ дело не ограничивается. Так, в регионах, в которых создание собственных крупных логистических центров экономически неэффективно, ритейлеры активно используют кросс-докинги с привлечением 3PL-операторов. Такую схему, в частности, выбрало X5 для развития на Севере России.

Транспортный парк X5 Retail Group состоит из 3 830 собственных грузовых автомобилей на территории Российской Федерации (по данным на 30 июня 2019 г.). Партнеры и поставщики X5 Retail Group, имеющие с компанией юридически оформленные отношения, могут воспользоваться ее транспортной инфраструктурой, например временно свободный транспорт используется для сдачи в аренду другим компаниям внутри городов, связанных с ближайшим РЦ<sup>1</sup>.

Расчет данной компании идет на короткое логистическое плечо. К примеру, при имеющейся средней длине плеча по компании в 450 км в 2018 г. к 2020 г. планируется сократить расстояние до 200 км. Таким образом, компания представляет один из лучших показателей по России — 2,5 рейса в сутки по центральной части России.

X5 Retail Group обладает развитой логистической и транспортной инфраструктурой. Поставка товаров через распределительные центры, в которых уже организовано распространение новой системы пополнения запасов и планирования спроса JDA, создает дополнительные выгоды и сервис для поставщиков в рамках управления цепями поставок<sup>2</sup>.

В 2015 г. в части РЦ, отведенных для поставок в «Пятерочки», стартовал проект «Эффективный РЦ». Суть его заключается в улучшении работы распределительных центров, основанном на трех принципах: стандартизация, оптимизация, автоматизация.

Не стал отставать и «Перекресток», запустив в своих РЦ инновационные системы по планированию спроса и распределению запасов внутри розничного магазина, включая стеллажи в торговом зале, с функцией автоматического расчета пополнений и точки заказа. Это позволяет обеспечивать сквозное прохождение товарного

---

<sup>1</sup> Презентация компании X5 Retail Group для инвесторов.

<sup>2</sup> Шушары умножили склады X5 // Коммерсантъ Санкт-Петербург. 2016. № 166. 9 сент. С. 12.

потока до потребителя без участия лишней рабочей силы и дополнительных затрат.

При столь же агрессивной экспансии федеральных продуктовых сетей старые схемы сотрудничества с транспортными компаниями перестают работать эффективно, они уже не могут потянуть те объемы товарного потока, до которых растут сети даже в отдельно взятом регионе. Сюда же добавляется и проблема особого спроса на высокотехнологичность транспорта (изотермические контейнеры и кузова), который транспортные компании уже не в состоянии полностью покрыть имеющимся предложением.

Более эффективной, как показывает опыт X5 Retail Group, стала ставка на принцип «уберизации» в деле привлечения стороннего транспорта. Компания активно прибегает к услугам сервиса CarGO, который дает возможность использования грузового транспорта в абсолютно различных объемах через мобильное приложение. В составе парка CarGo имеются и профессиональные грузовики. Такой принцип, как полагают эксперты, особенно востребован в рамках региональной экспансии сети с распространенной там схемой кросс-докинга<sup>1</sup>.

Стоит отметить и тот момент, что X5 Retail group активно привлекает к сотрудничеству местных производителей и крупных оптовиков для сокращения издержек по дальним поставкам продукции за счет покрытия потребности местным товарным предложением. Это улучшает показатели валового регионального продукта и позволяет сокращать безработицу, поддерживать частный бизнес. Чем ближе к РЦ находится поставщик продукции, тем меньше издержек по доставке и концентрации товара, соответственно и меньше итоговая цена товара, которую розничный покупатель видит в магазине.

Также компания с 2015 г. запустила новую программу «обратной франшизы» на базе магазинов «Пятерочка» и «Перекресток», где 80 % ассортимента магазина обеспечивает ближайший РЦ компании, франчайзи же занимается только руководством и развитием магазина, получая 7 и 15 % от товарооборота соответственно. На данный момент именно так работают 41 магазин «Пятерочка» и 7 магазинов «Перекресток», существует и стандартная франшиза с 3 % роялти, но более высокой ответственностью франчайзи<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Пастушин А. И. X5 Retail Group закрыла крупнейшую сделку по аренде склада // RBK. 2015. 26 авг. URL: <https://rbc.ru/>

<sup>2</sup> Официальный сайт X5 Retail Group. URL: <https://x5.ru>.

Мероприятия по взаимодействию с контрагентами и потребителями являются следующим шагом перехода от внутренней логистики к управлению цепями поставок как к более широкому комплексу по совершенствованию сетевого предложения. Они способствуют более полному удовлетворению потребительского спроса и налаживанию более тесных и выгодных отношений между компаниями-звеньями цепи поставок.

Научный руководитель: *С. В. Потапова*,  
кандидат экономических наук доцент

**З. Б. Хмельницкая**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Проблемы подготовки и сертификации кадров логистического профиля**

Статья посвящена проблеме подготовки и сертификации специалистов в области логистики. Приведены характерные особенности европейской и российской систем сертификации логистов. Дано обоснование особенностей российской системы.

**Ключевые слова:** логистика; управление цепями поставок; стандарт; сертификация.

Одна из ключевых проблем, которая стоит сегодня перед логистикой в России, — это проблема подготовки высококвалифицированных кадров. С ней связаны такие вопросы, как развитие специальности «Логистика» и внедрение европейской системы сертификации. Без четкого и ясного понимания этих аспектов и должного внимания к ним логистика не сможет стать самостоятельной областью в образовании, а значит, не сможет занять и надлежащее ей место в системе менеджмента на предприятиях [1; 2].

Неудовлетворенность спроса на дипломированных логистов в регионах Российской Федерации составляет от 68 до 99 % по различным отраслям и направлениям бизнеса.

Высшие учебные заведения страны вполне способны выполнять задачу подготовки высококвалифицированных кадров для развития логистической отрасли. Однако следует отметить ряд системных проблем в подготовке управленческих кадров логистического профиля.

Первая проблема — это недостаточно высокая квалификация преподавательского состава. Логистика — наука молодая, чем мож-

но объяснить дефицит не только логистов производства, но и подготовленного преподавательского состава, способного обеспечить набор знаний будущего специалиста по логистике в части обоснования корпоративной стратегии фирмы; применения оптимальных логистических решений; построения информационных систем и программных продуктов; моделирования бизнес-процессов.

Вторая проблема — отсутствие четкой аргументации применяемого терминологического аппарата, который в ряде случаев не всегда отвечает сути рассматриваемых явлений.

Третья проблема — это недостаточная связь науки и производства.

Четвертая проблема заключается в отсутствии единого подхода к определению в программах подготовки логистов четко поставленных задач, входящих в сферу их профориентации.

Пятая проблема связана с решением вопросов подготовки профильных логистов, соответствующих требованиям работодателей.

Немаловажным фактором в подготовке логистов является использование положений профессиональных стандартов.

Профстандарт логиста относится к числу тех документов, которые с июля 2016 г. становятся обязательными к применению. В сфере логистической деятельности действует несколько профессиональных стандартов, касающихся работы этих специалистов в разных областях.

Вместе с тем любой профессиональный стандарт по логистике готовится по единому шаблону. В соответствии с этим каждый профстандарт имеет следующую структуру: общие сведения; функциональная карта; характеристика профессиональных функций; сведения о разработчиках<sup>1</sup>.

*Европейская и российская системы подготовки и сертификации логистов.* В Европе, начиная с 80-х гг. прошлого столетия, существует продуманная система подготовки и сертификации логистов разного уровня и сложности работ.

Национальная логистическая ассоциация России (НЛА) является членом Европейской логистической ассоциации (ЕЛА) с 2001 г.

Право европейской сертификации логистов делегировано Национальному сертификационному комитету по логистике, созданному на базе Национальной ассоциации логистики и управления цепями поставок и МУЛ НИУ ВШЭ<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> *Профессиональный стандарт «Логист в промышленности».*

<sup>2</sup> *Национальная ассоциация логистики и управления поставок.* URL: <http://nla.ru>.

## Сравнительная характеристика европейской и российской сертификации логистов

Уровень сертификации	Целевая аудитория	Компетенции	Ключевые результаты
<b>Европейский стандарт</b>			
Контролирующий/операционный логист (тоннор-логист), молодой профессиональный логист с ограниченным опытом работы	Начинающие руководители среднего звена, инженеры, функциональный персонал, который работает на складе, в транспортных подразделениях, в управлении запасами и др.	Кандидату требуются знания и навыки трудовой деятельности, как правило, выполняются в самых разнообразных задачах, некоторые из которых являются сложными. Могут нести ответственность за контроль или руководство других	Кандидат должен: понять логистические стратегии и процессы, взаимосвязи внутри логистических сетей; иметь специальные функциональные навыки и знания; иметь возможность оптимизировать деятельность в пределах своей зоны ответственности
Старший логист (сеньор-логист). Прошли первую стадию своей профессиональной карьеры и желают двигаться дальше	Менеджеры или консультанты планирования, координации и контроля различных частей логистической сети	Предполагает наличие специальных навыков и знаний в трудовой деятельности. Важно хорошо разбираться в своих функциональных обязанностях: закупки, распределение, производство, транспортирование, информационная поддержка и т. д.	Кандидат должен: понимать логистические стратегии и процессы, взаимосвязи внутри логистических сетей; иметь навыки и знания в области управления процессами и проектами; быть в состоянии определить и оптимизировать логистические стратегии в своей зоне ответственности
Логист стратегического уровня (мастер-логист), имеющий значительный опыт в логистике	Старшие менеджеры, старшие консультанты или директора со значительным опытом в логистике. Начальники логистических отделов компаний. Это уровень интегрального менеджмента	Требуется применение основополагающих принципов и сложных методов при нестандартных ситуациях. Высший уровень персонала должен обладать стратегическим мышлением, уметь формировать бюджет компании по логистике, планировать и управлять работой цепей поставок, формировать организационную структуру службы логистики и т. д.	Кандидат должен: понять логистические стратегии и процессы, взаимосвязи внутри логистических сетей; иметь специальные навыки и знания в логистических стратегиях; быть в состоянии определить и оптимизировать логистические стратегии в своей зоне ответственности

Уровень сертификации	Целевая аудитория	Компетенции	Ключевые результаты
Управление логистическими операциями	<p>Логист операционного отдела. Ведущий (старший логист). Специалист по логистике. Логист по распределению. Логист-координатор транспортных и складских процессов. Логист-координатор логистических бизнес-процессов. Старший аналитик по логистике</p>	<p><b>Российский стандарт</b></p> <p>Выбор источников поставок, промежуточных складов, субконтрактных производителей, исполнителей логистических (транспортных, грузопереработка), подготовительных и вспомогательных (документационное обеспечение, таможенное оформление и др.) операций. Разработка схем доставки, выбор вида (способа) транспортировки, видов и типов транспортных средств, технологий грузопереработки, в том числе внутрипроизводственных</p>	<p>Кандидат должен владеть системным и процессно-ориентированными подходами при оптимизации параметров материальных потоков при принятии решений в логистической системе компании; уметь выбирать, адаптировать и применять теоретические и методические подходы к оптимизации параметров материальных потоков при принятии решений в логистической системе компании с учетом специфики ее внутренней и внешней среды</p>
Управление запасами	<p>Начальник службы (департамента, дирекции, отдела) логистики компании. Ведущий аналитик, эксперт службы логистики. Ведущий аналитик по логистике. Руководитель службы (группы) логистики компании</p>	<p>Анализ показателей состояния и динамики запасов, эффективности управления запасами. Формирование стратегии управления запасами. Определение требований к системе информационной поддержки управления запасами. Разработка системы показателей для оценки состояния и динамики запасов, эффективности управления запасами</p>	<p>Кандидат должен: уметь выбирать, адаптировать и применять теоретические и методические подходы к оптимизации параметров материальных потоков при принятии решений в логистической системе компании с учетом специфики ее внутренней и внешней среды; планировать и осуществлять мероприятия на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях, направленные на реализацию логистической стратегии</p>
Стратегическое управление логистикой	<p>Вице-президент по логистике. Начальник департамента (дирекции, отдела, службы) логистики промышленной компании. Начальник аналитического отдела службы логистики. Начальник департамента стратегического планирования логистики</p>	<p>Управление проектами, направленными на совершенствование логистической системы. Разработка логистической стратегии компании, ее согласование с общекорпоративной и функциональными стратегиями. Прогноз и определение целевых значений показателей эффективности логистики (формализация логистической стратегии). Разработка планов реализации логистической стратегии и контроль за их выполнением</p>	<p>Кандидат должен: уметь оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование при решении задач в профессиональной деятельности; уметь принимать решения в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности и оценивать их последствия</p>

*Примечание.* Национальная ассоциация логистики и управления поставок. URL: <http://nla.ru>; профессиональный стандарт «Логист в промышленности»; EIA Certification for Logistics Professionals. Standards 040805. Brussels: European Certification Body for Logistics, 2004.

В таблице приведены данные, характеризующие особенности российской и европейской систем подготовки и сертификации специалистов по профилям «Логистика» и «Управление цепями поставок».

Европейская трехуровневая сертификация логистов осуществляется на основе стандартов в области логистики/управления цепями поставок. Каждому уровню сертификации соответствуют целевая аудитория, перечень компетенций и ключевые результаты<sup>1</sup>.

По аналогии с европейскими стандартами компетенций в рамках российского стандарта установлены три уровня профессиональных компетенций персонала исполнителя логистических услуг. Это управление логистическими операциями, управление запасами и стратегическое управление логистикой. Подбор именно таких уровней обусловлен тем, что в настоящее время для большинства российских компаний, имеющих выделенные в организационной структуре управления службы логистики, присуща в основном операционная направленность деятельности, так называемая операционная логистика [1].

#### Библиографический список

1. Дыбская В. В., Сергеев В. И. Логистика / под общ. и науч. ред. В. И. Сергеева. М.: Юрайт, 2016.
2. Кадыров Ф. Н., Курбужаева Л. Ю. Актуальные проблемы внедрения профессиональных стандартов // Менеджер здравоохранения. 2016. № 4. С. 69–77.

---

<sup>1</sup> ELA Certification for Logistics Professionals. Standards 040805. Brussels: European Certification Body for Logistics, 2004.

Д. С. Шалагинов

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Современное состояние, проблемы и перспективы развития транспортно-логистических услуг в Свердловской области**

Представлено исследование рынка транспортно-логистических услуг в Свердловской области: современное состояние, проблемы и перспективы развития. Данная статья включает в себя анализ данных объема перевезенных грузов (авиа-, железнодорожные и автоперевозки) в период с 2016—2019 гг. Рассмотрены преимущества и недостатки Свердловской области в качестве транспортного узла, а также дальнейшие перспективы развития.

**Ключевые слова:** логистика; Свердловская область; международный транспортный коридор.

Основной плюс Свердловской области — это ее географическое расположение, ее транзитная роль между азиатскими и европейскими странами. Также стоит отметить приграничное положение с такой страной, как Казахстан, что повышает роль региона в укреплении экономических связей.

Свердловская область является одним из главных центров транспортных узлов, плотность автодорожной и железнодорожной сети превышает средние показатели по стране. Здесь сосредоточены значительные природные ресурсы, создан один из крупнейших региональных оборонно-промышленных комплексов, активно развивается металлургическая промышленность.

Сформированная на федеральном уровне система транспортных коридоров — первый шаг, который в стратегической перспективе должен обеспечить повышение транзитного потенциала страны и стать основой для развития транспортно-логистического комплекса в регионах.

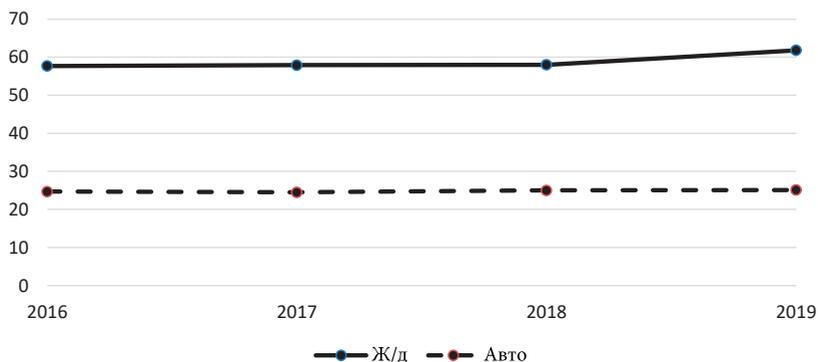
Свердловская область в этой системе обладает двумя основными транспортными коридорами федерального и регионального значения:

– Транссибирская магистраль, включающая железную дорогу, а также дороги федерального значения Пермь — Екатеринбург, Екатеринбург — Тюмень;

– железная дорога Екатеринбург — Ивдель и автомобильная дорога Челябинск — Екатеринбург — Серов — Ивдель, которая является основным транспортным узлом регионального значения,

обеспечивающим движение грузов по территории области с юга на север.

Динамика перевозки грузов на территории Свердловской области показана на рисунке.



Объем перевезенных грузов в период с 2016 по 2019 г.<sup>1</sup>

В 2016 г. объем перевозок железнодорожным транспортом составил 59,7 млн т, это меньше на 0,9 млн т, чем в 2010 г., но в 2019 г. этот показатель составил 61,8 млн т., это связано с тем, что железная дорога в Свердловской области входит тройку крупнейших железнодорожных магистралей России, станция Екатеринбург-Сортировочный — один из крупнейших транспортных узлов России [1].

Объем грузоперевозок автомобильным транспортом в 2017 г. составил 24,5 млн т. Это на 0,7 % ниже уровня соответствующего периода 2016 г. Далее наблюдается рост грузовых перевозок автомобильным транспортом: с 2016 г. объем перевозок увеличился на 0,4 млн т.

В целом транспортно-логистический комплекс в Свердловской области начал стремительно расти, особенно это наблюдается с 2016 г. Это обусловлено выгодным геополитическим положением, а также большим финансированием в авиа- и железнодорожные перевозки, но есть такие недостатки, как плохие дороги на территории Свердловской области, а также отставание в развитии инфраструктуры (это и стоянки для отдыха, и отсутствие современных

<sup>1</sup> Интерактивный портал Департамента по труду и занятости населения Свердловской области. URL: <https://szn-ural.ru>.

транспортно-логистических узлов, развязок) от темпов развития реального сектора экономики<sup>1</sup>.

В дальнейшем транспортный узел в Свердловской области будет обеспечивать не только свои потребности в автомобильных и железнодорожных перевозках, но и соседние регионы эффективной доставкой грузов: это и Пермский край с доступом к морскому транспорту, к Тюмени, к Сибири, а отправленные из Европы грузы могут быть доставлены в любой район Свердловской области, и в соседние регионы автомобильным транспортом.

Преимущества Свердловской области в транспортно-логистических услугах:

- выгодное расположение на пересечении двух основных транспортных коридоров федерального и регионального значения;
- деятельность на территории региона крупнейших транспортно-логистических компаний России, что обеспечивает наличие современных технологий и компетенции в области логистики;
- транзитная роль между европейской и азиатской частями страны.

Недостатки Свердловской области в транспортно-логистических услугах:

- отставание темпов развития транспортной инфраструктуры, в том числе современных транспортно-логистических узлов, от темпов развития реального сектора экономики;
- неразвитая инфраструктура.

В дальнейшем для развития транспортной логистики в области нужно улучшать качество услуг, автоматизировать процессы, минимизировать издержки, так как есть большая конкуренция со стороны других регионов, таких как Челябинская, Тюменская области, Пермский край и центральная часть России.

Для развития транспортно-логистических услуг в Свердловской области, которые обеспечивают перевозки как внутри региона, так и за его пределами, необходимо строительство конкурентной транспортной инфраструктуры, а также обеспечение более эффективного транзитного потенциала. Для этого предлагается ряд программных документов:

- Социально-экономическое развитие до 2020 года (утверждено постановлением Правительства Свердловской области от 27.08.2008);

---

<sup>1</sup> PWC Россия. URL: <https://pwc.ru>.

– Инвестиционная стратегия Свердловской области до 2020 года (утверждена указом губернатора Свердловской области от 14 ноября 2012 г.);

– Региональная целевая программа «Развитие транспортного комплекса Свердловской области на 2011–2016 годы» (утверждена постановлением Правительства Свердловской области от 11 октября 2010 г.) и иными.

По расчетам Института экономики УрО РАН, к 2025 г. на Урале потребность только в автомобильном транспорте возрастет в 6,2–7,6 раза. Это только прогноз. На самом деле объемы, перевозимые сегодня, увеличатся практически в два раза [2].

Таким образом, усилия, предпринимаемые государством, регионом и властью, бизнесом, в настоящий момент будут вносить вклад в реализацию запланированных программ в области транспортно-логистического развития региона.

#### Библиографический список

1. *Афанасенко И. Д., Борисова В. В.* Цифровая логистика СПб.: Питер, 2019.
2. *Горбуров В. А.* Современная транспортная логистика. Издательские решения, 2018.

Научный руководитель: *С. В. Потапова*,  
кандидат экономических наук, доцент

## СЕКЦИЯ 4

### Тенденции и перспективы развития внутренней и внешней торговли Российской Федерации

---

У. Босе, Г. М. Грейз

*Южно-Уральский государственный университет (НИУ), г. Челябинск*

### Российские инвестиции в страны Центральной Азии

Рассмотрены основные направления российских инвестиций в экономику государств Центральной Азии и усилия по восстановлению прежних экономических, социальных и культурных связей. Освещена деятельность российских компаний, функционирующих в Центральноазиатском регионе, а также перспективы дальнейшего развития экономического сотрудничества в экономической сфере и сфере науки и образования.

**Ключевые слова:** страны Центральной Азии; российские инвестиции; перспективы сотрудничества.

В начальный период образования современной России ее политические и экономические связи с государствами Центральной Азии существенно ослабели. Основная причина такой ситуации — преимущественная ориентация на Запад как средство подъема экономики после распада Советского Союза. Однако в последние годы «многополярность» стала одним из основных факторов внешней политики России и отношение к центральноазиатским странам очень изменилось. Регион имеет большое значение благодаря своей географической близости к России, историко-культурным связям и изобилию природных ресурсов — нефти, природного газа и других полезных ископаемых. Одним из средств восстановления прежних экономических, социальных и культурных связей является активное инвестирование в экономику стран Центральной Азии. Рассмотрим основные направления такого инвестирования.

*Российские инвестиции в Казахстан.* Товарооборот между странами к концу 2018 г. составил 11,3 млрд долл., увеличившись на 8,3%. Экспорт Казахстана в Россию вырос на 13,3%, а импорт на 6,2%<sup>1</sup>. Валовой приток прямых иностранных инвестиций в Казахстан из России с 2005 по 2018 г. составил 12,6 млрд долл. Такие российские компании, как «Газпром», «Лукойл» и «Роснефть», проводят в Казахстане геологоразведочные работы, занимаются

---

<sup>1</sup> *Russia-Kazakhstan Interregional Cooperation Forum* (2018). URL: <http://en.kremlin.ru/events/president/news/59075>.

разработкой месторождений нефти и природного газа, а также развитием трубопроводной системы. В настоящее время действует или планируется около 100 крупных российско-казахстанских проектов на сумму около 20 млрд долл. По состоянию на октябрь 2018 г. в Казахстане работает 9900 российско-казахстанских совместных предприятий. Ежегодно с участием глав государств обеих стран проводится Форум межрегионального сотрудничества. В Челябинске 9 ноября 2017 г. прошел 14-й Форум межрегионального сотрудничества, посвященный развитию человеческого капитала. Направлением 15-го Форума было совершенствование и развитие туризма между странами. Также были внесены изменения в договор аренды космодрома Байконур и в межправительственное соглашение о пересечении границы между двумя странами лицами, проживающими в этих регионах.

*Российские инвестиции в Туркменистан.* В Туркменистане действуют такие компании, как «Газпром» и международная группа компаний «ITERA». В 2019 г. «Газпром» продолжил закупку туркменского газа<sup>1</sup>. Российский капитал инвестирован в 190 компаний Туркменистана. Планируется запустить грузовой маршрут через Каспийское море от Махачкалы до порта Туркменбаши. На международной выставке инновационных технологий прикаспийских государств Российский экспортный центр представлял 10 российских компаний. Обе страны также объединили усилия для стабилизации ситуации в Афганистане.

*Российские инвестиции в Узбекистан.* В октябре 2018 г. правительства Узбекистана и России подписали в Ташкенте торгово-инвестиционную сделку на сумму около 27 млрд долл. В рамках межрегионального форума было создано 79 совместных узбекско-российских компаний, 23 коммерческих торговых дома и 20 оптовых складов в Узбекистане. Было подписано более 785 двусторонних соглашений. Россия по-прежнему является важным деловым партнером Узбекистана. Объем российских инвестиций составляет около 9 млрд долл., создано более 1100 совместных предприятий. По данным российской статистики, в 2018 г. товарооборот между двумя странами вырос на 20%. Межправительственная программа экономического сотрудничества рассчитана до 2024 г.<sup>2</sup> Она включает в себя 109 проектов в различных областях. Внешэкономбанк

---

<sup>1</sup> *Foreign business penetrates Turkmenistan* (2019). URL: <https://investforesight.com>.

<sup>2</sup> *Dmitry Medvedev's visit to the Republic of Uzbekistan* (2019). URL: <http://government.ru>.

финансирует многие проекты, в том числе поставки вагонов метро в Ташкент.

*Российские инвестиции в Таджикистан.* Товарооборот и инвестиции в Таджикистан меньше по сравнению с другими странами СНГ. По данным статистического агентства Таджикистана, с 2005 по 2010 г. российские компании инвестировали в Таджикистан около 380 млн долл. В Таджикистане зарегистрировано около 60 совместных предприятий с российским капиталом. Основные инвестиции выполнены «Газпромом». Геологическая разведка на трех объектах в Таджикистане ведется с 2010 г. Страна имеет богатые водные ресурсы и производит электроэнергию. Российское правительство и компании «Росатом» и «Интер РАО ЕЭС» инвестировали в энергетику 680 млн долл. и владеют 75 % акций энергетических компаний. Таджикистан увеличивает экспорт сельскохозяйственной продукции в Россию. На железнодорожные перевозки овощей и фруктов из Таджикистана предоставлена скидка 50 %. Алюминиевая промышленность также имеет хорошие перспективы. Банк ВТБ России окажет содействие Таджикской алюминиевой компании в закупке сырья, а также в модернизации производства и повышении качества продукции. В 2018 г. РФ было выделено 7 млн долл., а в 2019 г. 4 млн долл. на развитие предпринимательства среди таджикской молодежи<sup>1</sup>. Сотрудничество затрагивает и сферу образования. В российских вузах обучается около 20 тыс. таджикских студентов. Таджикистан планирует открыть пять школ русского языка в пяти разных городах. Россия поддерживает интересы Таджикистана по установлению более тесных связей с Евразийским экономическим союзом. Международная безопасность также играет важную роль. Таджикистан помогает эффективно работать крупнейшему иностранному военному объекту России — 201-й военной базе.

*Российские инвестиции в Кыргызстан.* Товарооборот между Россией и Кыргызстаном в 2018 г. вырос на 17 % и достиг 1,9 млрд долл.<sup>2</sup> Россия подарила Киргизии 30 млн долл. и списала более 700 млн долл. долгов. Обе страны подписали соглашение об инвестициях в разведку полезных ископаемых на сумму 1,2 млрд долл. Ожидается подписание еще 30 двусторонних соглашений. «Газпром» играет активную роль в снабжении Киргизии газом, а также стро-

---

<sup>1</sup> Press statements following Russian-Tajikistani talks (2019). URL: <http://en.kremlin.ru>.

<sup>2</sup> Press statements following Russia-Kyrgyzstan talks (2019). URL: <http://en.kremlin.ru>.

ительстве газопроводов и продолжит работу до 2030 г.<sup>1</sup> Компания уже инвестировала 16 млрд р. Перспективным инновационным проектом является совместное с российской VL group производство монокристаллических пластин для солнечных электростанций в Кыргызстане. В 2019 г. «Роснефть» подписала соглашение о покупке двух кыргызских компаний, занимающихся распределением топлива. «Газпромнефть-Азия» и «Лукойл» получают контроль практически над всем рынком распределения топлива в Кыргызстане. Также был подписан меморандум о намерениях «Роснефти» приобрести 51 % акций международного аэропорта «Манас» в Бишкеке, инвестировав до 1 млрд долл. В Кыргызстане действует более 700 российско-кыргызских совместных предприятий. Страны также создали благоприятные условия в области сельского хозяйства. Это позволит увеличить поставки кыргызской сельхозпродукции на российский рынок. Предполагается участие ВТБ и Группы «Альянс» в разработке золотого месторождения Джеруй, с привлечением инвестиций в размере около 600 млн долл. в течение следующих 20 лет. Российско-Кыргызский фонд развития уже инвестировал в экономику Кыргызстана более 300 млн долл. Россия выделила около 200 млн долл. на развитие таможенной инфраструктуры Кыргызстана и 700 млн долл. на помощь республике в интеграцию в ЕАЭС. Особое внимание уделяется вопросам образования и социальным вопросам. В России уже обучается более 15 тыс. кыргызских студентов.

*Проблемы российских инвестиций.* Россия инвестирует лишь немногим более 1 % своего ВВП в собственные исследования и разработки. Из этого объема 70 % инвестиций поступает из государственных источников и используется государственными научно-исследовательскими учреждениями. Частные корпорации и университеты играют незначительную роль в исследованиях и инновациях. Эта же проблема существует в рамках российской инвестиционной активности в Центральной Азии. На наш взгляд, необходимо постепенно сокращать инвестиции в добычу сырья и увеличивать долю российских инвестиций в инновационную сферу. Перспективы имеет помощь малым стартап-компаниям.

---

<sup>1</sup> *Russia Gives Kyrgyzstan \$30M Grant as Putin Visits Key Regional Ally* (2019). URL: <https://themoscowtimes.com>.

## Тенденции и перспективы развития рынка целлюлозно-бумажной продукции

Представлен анализ современного состояния рынка целлюлозно-бумажной продукции. Выявлены положительные и отрицательные тенденции развития рынка целлюлозно-бумажной продукции в условиях Евразийского экономического союза и ВТО.

**Ключевые слова:** целлюлозно-бумажная продукция; рынок; отраслевая экономика; производство; внешнеэкономические показатели.

На сегодняшний день производство целлюлозно-бумажной продукции играет не самую важную роль в российской экономике, а показатель ее производства в России довольно низок по отношению ко многим странам. Тем не менее в целлюлозно-бумажной индустрии Российской Федерации наблюдается тенденция роста по основным видам продукции (целлюлоза, бумага, картон, продукты лесохимической и биохимической переработки древесины).

Общий объем производства целлюлозно-бумажной продукции (ЦБП) в мире составляет около 440 млн т, при этом 85 % производства приходится на 10 стран. Лидирует США, где сосредоточено производство около 50 млн т. Динамика объемов производства целлюлозно-бумажной продукции в Российской Федерации за 2017–2018 гг. представлена в табл. 1.

Таблица 1

Динамика объемов производства ЦБП в РФ за 2017–2018 гг.

Вид целлюлозно-бумажной продукции	2017	2018	Относительное отклонение, %
Целлюлоза древесная и целлюлоза из прочих волокнистых материалов, тыс. т	8323	8578	103,1
Бумага и картон, в том числе, тыс. т:	8717	9058	104,0
бумага газетная в рулонах или листах	1438	1527	106,1
бумага офсетная	441	452	102,4
картон тарный (крафт-лайнер) небеленый, немелованный	1788	1865	104,3
Всего, тыс. т	17 029	17 636	103,5

Окончание табл. 1

Вид целлюлозно-бумажной продукции	2017	2018	Относительное отклонение, %
Бланки из бумаги или картона, млн ед.	2105	1895	90
Ярлыки и этикетки из бумаги или картона, млрд ед.	48	54,6	112,7

*Примечание.* Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://gks.ru>.

Таким образом, табл. 1 свидетельствует о положительной динамике российского производства ЦБП. Общий объем производства ЦБП в РФ за 2018 г. составил 17,6 млн т продукции. Доля производства ЦБП составляет всего порядка 3% от всей промышленности РФ и по отношению к лидирующим в данной отрасли странам этот показатель довольно низок.

Существуют проблемы российского рынка ЦБП. Неконтролируемое использование лесных фондов. Расходы федерального бюджета на лесное хозяйство за весь 2018 г. составили 32,8 млрд р., а плата в федеральный бюджет за пользование лесными фондами — 29,5 млрд р.<sup>1</sup> Наблюдается высокая доля убыточных и неконкурентоспособных комбинатов. Объясняется это устареванием производственных фондов множества российских целлюлозно-бумажных комбинатов и невозможностью их модернизации. Крупные компании повышают объемы производства с каждым годом, в то время как на небольших предприятиях снижается финансовая устойчивость, что способствует консолидации крупных компаний на рынке.

В РФ действует порядка 150 целлюлозно-бумажных предприятий, но крупнейшими из них являются лишь около тридцати, расположенные в Архангельской, Иркутской, Нижегородской областях, Республиках Карелия, Марий Эл и Коми, Пермском крае<sup>2</sup>.

Крупнейшими выступают предприятия, относящиеся к акционерному обществу «Группа «Илим», другие ведущие предприятия принадлежат компаниям International Paper, «Монди Сыктывкар», «Карелия Палп», группа компаний «Сегежа», «ПЦБК» и др.

Деятельность ведущих предприятий характеризуется высокими объемами производства, использованием дорогостоящего оборудования и достижений научно-технического прогресса, а также

<sup>1</sup> Официальный сайт Федерального Казначейства России. URL: <http://roskazna.ru>.

<sup>2</sup> Союз бумажных оптовиков. URL: <http://sbo-paper.ru>.

современных технологий производства, что, в свою очередь, способствует выпуску качественной и весьма конкурентоспособной продукции. Ярким примером может служить бумага для офисной техники SvetoCopy, являющаяся лидером на российском рынке в своем классе, производимая российским филиалом International Paper.

Треть всего мирового производства целлюлозы направляется на экспорт в другие страны. Крупнейшими экспортерами на 2016 г. с годовыми объемами от 7 до 11 млн т являлись Бразилия, Канада и США. Также странами-экспортерами выступали Чили, Индонезия, Швеция и Финляндия — от 3 до 4,5 млн т. Крупнейшим импортером целлюлозы являлась и остается КНР, с объемом импорта 12 млн т<sup>1</sup>. Динамика объемов экспорта и импорта ЦБП в РФ за 2017–2018 гг. представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Динамика объемов экспорта и импорта ЦБП в РФ за 2017–2018 гг., млрд долл.**

Показатель	2017	2018
Суммарный объем экспорта в РФ	357,8	452,1
Объем экспортных поставок ЦБП	11,8	13,94
Суммарный объем импорта в РФ	227,5	240,5
Объем импортных поставок ЦБП	3,59	3,57

*Примечание.* Союз бумажных оптовиков. URL: <http://sbo-paper.ru/>; официальный сайт Федеральной таможенной службы. URL: <http://customs.ru>.

В целом, исходя из табл. 2, динамика объемов экспорта и импорта ЦБП Российской Федерации за 2017–2018 гг. положительна. В структуре экспорта России в 2018 г. доля поставок древесины и целлюлозно-бумажных изделий (коды ТН ВЭД 44-49) составила 3,10 % от всего объема экспорта России, а в 2017 г. это было 3,31 %. Основным экспортируемым целлюлозно-бумажным продуктом остается целлюлоза древесная: за 2018 г. Россия экспортировала целлюлозу на сумму 1,5 млрд долл. Кроме того, бумага газетная была экспортирована на сумму 1,1 млрд долл.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Союз бумажных оптовиков. URL: <http://sbo-paper.ru>.

<sup>2</sup> Официальный сайт Федеральной таможенной службы. URL: <http://customs.ru>.

Россия, обладая 25 % мировых лесных ресурсов, уступает множеству стран как по производству ЦБП, так и по объемам ее экспорта. Средняя плата за древесину в России является одной из самых низких в мире. Это, безусловно, привлекает покупателей в лице таких стран, как КНР и европейские страны, но вместе с тем способствует развитию азиатского и европейского рынка ЦБП. Продукция российского производства не востребована за рубежом ввиду низкого качества, поэтому большая часть производимой продукции реализуется на внутреннем рынке, за исключением целлюлозы.

В 2018 г. доля поставок ЦБП в структуре импорта составляет 1,64 %, что всего на 0,06 % выше по отношению к показателю 2017 г. В РФ не производится высококачественная бумага и картон, а также санитарно-гигиеническая бумага, из-за чего данная продукция импортируется. 83 % всей импортируемой в страну продукции обеспечивают страны дальнего зарубежья и лишь 17 % — страны СНГ. Схожая ситуация наблюдается и по экспорту: 82 % экспортируемой продукции приходится на страны дальнего зарубежья и лишь 18 % на страны СНГ.

Таким образом, несмотря на отставание, в условиях Евразийского экономического союза и ВТО российская целлюлозно-бумажная отрасль весьма конкурентоспособна на мировом рынке за счет обладания крупнейшими в мире лесными фондами и большим количеством энергоресурсов, что и формирует достаточной низкий уровень себестоимости выпускаемой продукции.

## Внешняя торговля России: динамика, структура, тенденции развития

Проведен анализ внешней торговли Российской Федерации. Охарактеризованы динамика и структура внешнеторгового оборота, экспорта, импорта, чистого экспорта, тенденции развития внешней торговли России. Отмечена сырьевая направленность экспорта. Дана оценка политики импортозамещения. Показано влияние девальвации и ревальвации национальной валюты, изменения мировых цен на динамику внешнеторгового оборота. Сделаны выводы и предложения по совершенствованию динамики и структуры внешней торговли.

**Ключевые слова:** внешняя торговля; внешнеторговый оборот; экспорт; импорт; чистый экспорт; девальвация; импортозамещение.

Внешняя торговля страны отражает ее экономический потенциал, структуру экономики, уровень технического развития и конкурентоспособность страны на мировом рынке.

Анализ статистических данных о развитии внешней торговли в России с 1995 по 2017 г. позволяет сделать следующие выводы. За этот период наиболее высокие темпы роста внешнеторгового оборота наблюдались в 2004, 2008 и 2010 гг. Его снижение по сравнению с предыдущими годами происходило в 1998 и 1999 гг. (темп роста составил соответственно 83,1 и 89,8%), что было в значительной степени обусловлено низкими мировыми ценами на нефть, дефолтом и кризисом в российской экономике; в 2009 г. (темп роста — 63,8%) из-за мирового экономического кризиса и существенного снижения мировых цен на нефть; в 2013–2016 гг. (соответственно 99,9, 93,2, 67,1 и 88,9%), что также было вызвано относительно низкими ценами на нефть, санкциями, введенными по отношению к России в связи с присоединением Крыма и событиями на юго-востоке Украины и ответными мерами Российской Федерации, которая ввела запрет на импорт ряда товаров, прежде всего продовольствия, из западных стран. Уменьшение внешнеторгового оборота в эти годы произошло вследствие сокращения темпов роста экспорта и импорта. Наиболее существенно экспорт снизился в 1998, 2009, 2015 и 2016 гг., когда темпы роста, по сравнению с предыдущими годами, составили соответственно 83,8, 64,5, 69,1 и 83,2%; импорта — в 1998, 1999, 2009 и 2015 гг. (82,0, 69,5, 62,7 и 63,7%). При этом экспорт в страны ЕАСТ в 2016 г. сократился в меньшей степени, чем в целом по стране (темп роста составил 90,6%).

Рассматривая динамику экспорта и импорта Российской Федерации, необходимо учитывать также изменение валютного курса рубля. Как известно, девальвация национальной валюты способствует росту экспорта и препятствует импорту; ревальвация действует в противоположном направлении. Анализ динамики чистого экспорта в значительной степени подтверждает эту зависимость. Так, максимальный чистый экспорт в России был в 2011 г. (210 958 млн долл.), в 2013 г. (210 678 млн долл.) и в 2014 г. (210 6296 млн долл.), когда происходила девальвации национальной валюты. В 2008 г. существенно увеличился по сравнению с 2007 г. чистый экспорт (с 152 175 млн долл. до 200 480 млн долл.) при снижении курса рубля (10 января 2008 г. — 24,4327 р. за 1 долл.; 30 декабря 2008 г. — 29,2300 р. за 1 долл.). Аналогичная взаимосвязь наблюдалась и в 2011 г.

И, наоборот, в 2016 г. наблюдался самый низкий чистый экспорт в России с 2005 г. (103 204 долл.) при ревальвации рубля (1 января 2016 г. валютный курс: 1 долл. был равен 72,9299 р., 31 декабря 2016 г. — 60,6569 р.). Такая же ситуация была в 2017 г., когда невысокий чистый экспорт сочетался с повышением курса рубля. Однако необходимо учитывать, что девальвация рубля в Российской Федерации, как правило, происходит в период снижения мировых цен на нефть, поскольку в этом заинтересованы экспортеры для увеличения рублевой выручки и прибыли, а также финансовые власти, так как девальвация национальной валюты непосредственно способствует увеличению доходов государственного бюджета вследствие существенной зависимости его наполняемости от налогов, поступающих от экспортоориентированного сектора экономики. Поэтому, несмотря на большую зависимость динамики чистого экспорта от девальвации и ревальвации национальной валюты, она не всегда проявляется, так как снижение мировых цен ведет к сокращению внешнеторгового оборота, в том числе и чистого экспорта, что нивелирует отмеченную выше взаимосвязь. Так, в 2009 г. в период мирового экономического кризиса чистый экспорт тоже был на низком уровне, хотя курс рубля за год немного уменьшился (с 29,2300 р. за 1 долл. 1 января 2009 г. до 29,8491 р. за 1 долл.). В 2015 г. чистый экспорт также немного снизился по сравнению с предыдущим годом (с 210 678 млн долл. до 210 296 млн долл.) при очень значительной девальвации рубля в данном году (1 января 2015 г. — 56,2376 р. за 1 долл.; 31 декабря 2015 г. — 72,8827 р. за 1 долл.).

Однако девальвация оказывает противоречивое влияние на развитие экономики. С одной стороны, девальвация рубля стимулирует увеличение российского экспорта, ведет к повышению доходов экспортоориентированных отраслей, а, следовательно, и поступлений в государственный бюджет; с другой — сдерживает импорт высокопроизводительной техники, способствует дальнейшему вывозу капитала, препятствует увеличению инвестиций и экономическому росту. Из-за низкого курса рубля возрастает удельный вес расходов федерального бюджета, направляемых на обслуживание государственного внешнего долга, и уменьшаются возможности финансирования национальной экономики, но главное — снижаются доходы населения. Вследствие девальвации, в связи с увеличением экспорта природных ресурсов уменьшается их внутреннее предложение и растут цены на них, что влияет на развитие инфляции издержек в стране. Развитие инфляции происходит также из-за повышения цен на импортные товары и ресурсы, что ведет к снижению уровня жизни населения. В данном случае развивается внешнеэкономическая инфляция, которая играет важную роль в российской экономике [4].

Характеризуя структуру экспорта России, необходимо отметить следующее. В экспорте Российской Федерации существенно увеличилась доля минеральных продуктов с 42,5 в 1995 г. до 71,5 % в 2013 г., достигнув максимума. В последующие годы она снижалась и в 2017 г. составила 60,4 %. Вместе с тем следует иметь в виду, что в 2015–2017 гг. были самые низкие средние экспортные цены на сырую нефть за период с 2006 г. (в 2016 г. она достигла минимума после 2006 г. — 289 долл. за 1 т) и на нефтепродукты за период с 2004 г. (в 2016 г. она достигла минимума после 2004 г. — 295 долл. за 1 т). В 2016–2017 гг. были зафиксированы самые низкие экспортные цены на природный газ за период с 2006 г. (соответственно 157 и 179 долл. за 1 т). Это означает, что уменьшение экспортных цен на эти товары объективно сказалось на снижении доли минеральных продуктов в экспорте России. С 1995 по 2017 г. существенно уменьшился удельный вес в экспорте металлов, драгоценных камней и изделий из них, соответственно с 26,7 до 13,5 %. Однако и здесь следует учитывать влияние ценового фактора, так как снизились мировые цены на металлы. Так, в 2016 г. были зафиксированы минимальные средние экспортные цены на передельный чугуны и никель необработанный за период с 2004 г., а также медь и алюминий необработанный — за период с 2006 г. В 2017 г. цены на эти ме-

таллы увеличились, но находились на сравнительно низком уровне по сравнению с предшествующим периодом.

В связи с санкциями в России и проведением политики импортозамещения увеличились темпы развития агропромышленного комплекса, что нашло отражение не только в расширении возможностей внутреннего потребления, но и в увеличении доли экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья. Если в 1995, 2004 и 2006 гг. он составлял в общем экспорте России 1,8% (минимум был в 1999 г. — 1,3%), то в 2017 г. — 5,8. Однако около трети стоимостного объема экспорта продовольствия составляет зерно, что означает сырьевую направленность этой части экспорта в дополнение к экспорту минеральных продуктов. При этом доля экспорта в валовом сборе зерна в последнее десятилетие имеет тенденцию к увеличению. Если в 2008 г. экспорт зерна составлял 12,6% от валового сбора, то в 2014 г. — 20,6, в 2016 г. — 29,0 [5, с. 782]. В 2017 г. экспорт зерна из России увеличился по сравнению с 2016 г. на 28%, достигнув исторического максимума — 43,2 млн т, или 31,6% от валового сбора. Правительство РФ положительно оценивает увеличение экспорта зерна из России. Но некоторые экономисты, чью позицию мы разделяем, отрицательно характеризуют эту тенденцию [2; 3; 5].

Удельный вес экспорта машин, оборудования и транспортных средств в российском экспорте в 1995 г. составлял 10,2%. Затем он в основном снижался, достигнув минимума в 2008 г., — 4,9%. Поэтому следует считать положительной тенденцией увеличение доли экспорта машин, оборудования и транспортных средств в суммарном экспорте РФ, которая в 2017 г. составила 7,9%.

Политика импортозамещения, значение которой возросло в связи с санкциями, введенными против России, необходима в современных условиях для обеспечения ее экономической независимости и безопасности. Однако она должна проводиться не только в отношении отраслей агропромышленного комплекса, но прежде всего ориентироваться на ускоренное развитие на новой технической основе обрабатывающей промышленности [1]. Но именно в этом секторе экономики накопилось немало проблем, требующих своего решения. Так, индекс инвестиций в основной капитал в России снизился со 106,8 в 2012 г. до 89,9% в 2015 г., в 2016 г. составил 99,8% по сравнению с предыдущим годом. В 2017 г. инвестиции в основной капитал в стране увеличились на 4,4%, но в обрабатывающем производстве снизились на 0,8%. Степень износа основных

фондов на конец 2017 г. составила 47,3 %, в том числе в обрабатывающем производстве — 49,6 %. В последние годы в стране сократился удельный вес организаций, которые осуществляли технологические, организационные, маркетинговые инновации с 10,4 в 2011 г. до 8,4 % в 2016 г. Ускоренное развитие обрабатывающего сектора невозможно без стимулирующей государственной экономической политики, в частности введения льгот по налогообложению той части прибыли, которая направляется на инвестиции и инновации; снижения ключевой ставки Банка России до уровня, близкого к темпу инфляции, и, соответственно, процентных ставок по кредитам коммерческих банков, а также других мер.

Отмеченный выше процесс развития агропромышленного комплекса в последние годы привел к существенному снижению удельного веса импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья в общем импорте Российской Федерации с максимального значения в 28,1 % в 1995 г. до минимального — 12,7 % в 2017 г. Однако сохраняется техническая зависимость России от иностранной техники. Если в 1995 г. доля машин, оборудования и транспортных средств в импорте составляла 33,6 %, то в 2017 г. она возросла до 48,6 %, что следует считать отрицательной тенденцией, хотя это ниже максимального значения, который был отмечен в 2008 г. — 52,7 %. За данный период также увеличился удельный вес продукции химической промышленности в общем импорте соответственно с 10,9 до 17,7 %.

Проведенный анализ внешней торговли Российской Федерации свидетельствует о необходимости совершенствования структуры внешнеторгового оборота, прежде всего преодоления сырьевой направленности экспорта страны. Для решения этой задачи следует проведение неоиндустриализации в российской экономике.

#### Библиографический список

1. Глушич Н.Г., Лядова Е.В., Удалова Н.А. Основные противоречия реализации политики импортозамещения в экономике России // Журнал экономической теории. 2017. № 1. С. 22–31.
2. Гумеров Р.Р. Российский зерновой экспорт. Не повторять ошибок прошлого // ЭКО. 2017. № 1. С. 5–19.
3. Дасковский В., Киселев В. К программе оптимизации организационной структуры народного хозяйства // Экономист. 2016. № 7. С. 3–20.
4. Ильяшенко В.В. О внешнеэкономических факторах инфляции // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2006. № 2(47). С. 5–8.

5. Крылатых Э. Н., Белова Т. Н. Экспорт российского зерна в контексте формирования региональной экономической политики // Экономика региона. 2018. Т. 14, вып. 3. С. 778–790.

**Е. Д. Ковина**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Влияние интеграционных процессов и продовольственного эмбарго на взаимную торговлю между Российской Федерацией и Республикой Беларусь**

Рассматриваются проблемы сотрудничества Российской Федерации и Республики Беларусь в рамках ЕАЭС. Приводится анализ статистических данных по взаимной торговле между данными государствами за 2009–2018 гг. Особое внимание уделяется роли интеграционных процессов в ЕАЭС и влиянию продовольственного эмбарго на торговые отношения между Российской Федерацией и Республикой Беларусь.

**Ключевые слова:** экономическая интеграция; Евразийский экономический союз; ЕАЭС; продовольственное эмбарго; санкции; таможенное регулирование.

Для современной мировой экономики характерны глобальные и региональные процессы интеграции. Одним из наглядных примеров региональной интеграции является Евразийский экономический союз (далее — ЕАЭС, Союз), учрежденный в 2014 г.

Главная цель евразийской интеграции заключается в формировании благоприятных условий для экономического развития стран — участниц Союза, а именно в реализации свободы движения товаров и услуг в пределах общего экономического пространства. Но на данный момент ЕАЭС сталкивается с рядом проблем, касающихся разнородности точек зрения членов Союза. Одним из основных барьеров реализации евразийской экономической интеграции является большой разрыв в уровне экономического развития между государствами, входящими в ЕАЭС. Каждое из государств-членов стремится к реализации собственных национальных интересов, что препятствует созданию единой действенной таможенной системы. Для того чтобы вся система работала как единое целое, необходимо соблюдение взаимного исполнения международных обязательств в рамках ЕАЭС, проведение совместной экономической и таможенной политики.

На данный момент существуют некоторые упущения в разработке единой экономической системы среди стран ЕАЭС, что яв-

ляется причиной диверсификации политики в отношении третьих стран: применяется некорректная классификация товаров, предоставляются фальсифицированные документы, подтверждающие страну происхождения товара, и др. В качестве пускового механизма выступило постановление Правительства РФ от 7 августа 2014 г. № 778 «О мерах по реализации указов Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. № 560, от 24 июня 2015 г. № 320, от 29 июня 2016 г. № 305, от 30 июня 2017 г. № 293 и от 12 июля 2018 г. № 420», согласно которому было введено продовольственное эмбарго — запрет на ввоз некоторых категорий продовольственных товаров, отдельных видов сельскохозяйственной и сырьевой продукции, страной происхождения которых являются страны ЕС, США, Австралия, Канада и Норвегия (с 2014 г.), Лихтенштейн, Албания, Исландия и Черногория (с 2015 г.) и Украина (с 2016 г.). Данная санкционная мера стала ответной реакцией на ограничительные действия против РФ, введенные президентом США Б. Обамой, а также странами ЕС<sup>1</sup>.

На сегодняшний день данное положение дел сохраняется. Действие ограничительных мер в отношении стран, которые ввели антироссийские санкции, включая страны ЕС, США и Украины, продлено до 31 декабря 2020 г.<sup>2</sup> Российская Федерация и другие страны — члены ЕАЭС оперируют в едином экономическом пространстве и, соответственно, должны ориентироваться на единые регулирующие документы. В свою очередь, продовольственное эмбарго распространяется только на товары, подлежащие ввозу на территорию России. Как раз этой ситуацией воспользовались другие члены ЕАЭС, оформляя экспорт в Российскую Федерацию таких товаров, страной происхождения которых являются страны, находящиеся под действием санкций со стороны РФ.

Одним из ярких примеров является ситуация, сложившаяся с Республикой Беларусь: запрещенные к ввозу товары стали импортироваться в Россию через Белоруссию. За последние годы экспорт товаров Республики Беларусь в страны ЕАЭС значительно вырос (на 19,9%) благодаря увеличению поставок продоволь-

---

<sup>1</sup> Оценка потенциала интеграции Евразийского экономического союза / П. Кадочников, В. Саламатов, А. Спартак // Евразийские исследования. URL: <http://eurasian-studies.org/archives/476>.

<sup>2</sup> Указ Президента РФ от 24 июня 2019 г. № 293 «О продлении действия отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации».

ственных товаров на 15,9%. Согласно таможенной статистике, импорт моркови вырос в 2,6 раз, яблок — в 1,5 раза, пекинской капусты в 3,3 раза<sup>1</sup>. Помимо растительной продукции из Белоруссии также поставляется большое количество сырных продуктов, рыбы и мяса.

Далее рассмотрим конкретный пример импорта сырной продукции в РФ через территорию РБ. До принятия специальных защитных экономических мер в 2014 г. страны ЕС лидировали по экспорту сыра в Российскую Федерацию. Например, если проанализировать статистику импорта товаров, относящихся к товарной позиции 0406 «Сыры и творог», согласно ТН ВЭД ЕАЭС, наглядно просматривается следующая тенденция: после ввода санкционных мер импорт данной продукции из стран ЕАЭС сократился практически до нуля, а из Белоруссии — резко возрос. Необходимо уточнить, что товарная группа 04 включена в перечень товаров, запрещенных к ввозу на территорию РФ, страной происхождения которых являются страны ЕС, США и другие страны, входящие в список государств, к которым применяются санкционные меры<sup>2</sup>.

Как видно из рис. 1, начиная с 2012 г. количество импортируемого сыра и творога резко возросло с 0 т до более чем 317 тыс. т. К 2018 г. данный показатель достиг размера 775 304 т. Это явление стало следствием введения ограничительных мер, направленных на запрет импорта из стран, которые ранее поставляли данный вид продукции. Нулевые показатели импорта за 2009–2011 гг. можно объяснить тем, что, скорее всего, в этот временной период поставщики сыра из Белоруссии имели некоторые препятствия для выхода на российский рынок этой категории товаров ввиду высокой конкуренции в данном сегменте рынка.

---

<sup>1</sup> *Взаимная торговля товарами. Статистика Евразийского экономического союза. 2017 год: стат. сб. / Евразийская экономическая комиссия. М.: Сам Полиграфист, 2018. С. 17.*

<sup>2</sup> *Указ Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации» (ред. от 24 июня 2019 г.).*

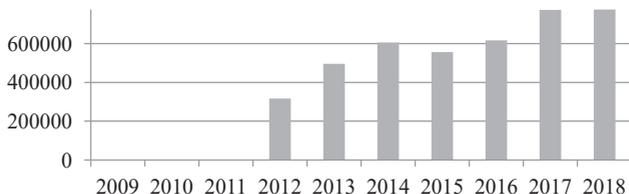


Рис. 1. Импорт товарной позиции 0406 «Сыры и творог» из Республики Беларусь в Российскую Федерацию за 2009–2018 гг., т/год<sup>1</sup>

В то же время наблюдается обратная ситуация: импорт сыров и творога из стран ЕС (в том числе Польши, Франции, Эстонии, Италии и др.) резко упал до нуля (рис. 2). Начиная с 2015 г., после введения санкций, импорт сырной продукции из этих стран быстро снизился: если сравнивать пиковый год по ввозу товарной позиции 0406 (2013 г.) и 2015 г., то объемы польского импорта уменьшились в 99,8 раз, а поставки из Франции сократились в более чем 92 раза. Ситуация в последующие годы только ухудшилась, импорт европейских сыров достиг показателя, равного 0 т в год.

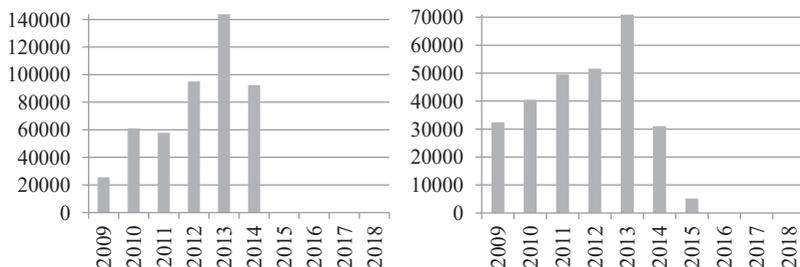


Рис. 2. Импорт товарной позиции 0406 «Сыры и творог» из Польши (график слева) и из Франции (график справа) в Российскую Федерацию за 2009–2018 гг., т/год<sup>2</sup>

Согласно данным рис. 3, прослеживается следующее. С одной стороны, импорт сырной продукции в РФ из стран ЕС резко сократился и при этом показатели ввоза данной товарной группы в РФ

<sup>1</sup> *Bilateral trade between Russian Federation and Belarus. Product: 0406 Cheese and curd // International Trade Centre.*

<sup>2</sup> *Bilateral trade between Russian Federation and France. Product: 0406 Cheese and curd // International Trade Centre; Bilateral trade between Russian Federation and Poland. Product: 0406 Cheese and curd // International Trade Centre.*

из Республики Беларусь значительно возросли в период 2015–2018 гг. А с другой — ввоз продукции, декларируемой под тем же кодом ТН ВЭД 0406\*\*, на территорию Республики Беларусь из Польши и других стран ЕС заметно увеличился. Если в 2009–2012 гг. мы можем наблюдать значения импорта в интервале от 310 до 585 т в год, то, начиная с 2014 г., ситуация резко меняется: показатели импорта достигают максимального уровня — почти 7,5 тыс. т.

Если взять за основу данные, приведенные на диаграммах выше, то представляется возможным сделать следующий вывод: вследствие введенных Российской Федерацией санкций, в частности по отношению к странам ЕС, европейские поставщики были вынуждены искать новые пути проникновения на крупнейший экспортный рынок — рынок РФ. Сложившаяся политическая ситуация повлияла не только на международную экономику, но и внесла коррективы в сотрудничество стран — членов ЕАЭС в рамках экономической интеграции.

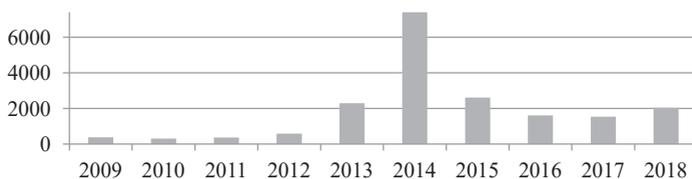


Рис. 3. Импорт товарной позиции 0406 «Сыры и творог» из Польши в Республику Беларусь за 2009–2018 гг., т/год<sup>1</sup>

Вместе с тем следует подчеркнуть, что данная ситуация постепенно будет скорректирована действиями Российской Федерации путем внесения изменений в Федеральный закон от 27 ноября 2010 г. № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации». В 2017 г. уже была выдвинута инициатива запретить оборот отдельных категорий товаров, находящихся под санкциями и экспортируемых из стран ЕАЭС в РФ. Эти меры позволят обеспечить единые для всех государств-членов условия оборота товаров на территории ЕАЭС.

<sup>1</sup> *Bilateral trade between Belarus and Poland. Product: 0406 Cheese and curd // International Trade Centre.*

## Потенциал локального потребительского рынка в системе маркетинга территории

На основе анализа структуры импорта в Свердловскую область и спроса со стороны ряда крупнейших торговых компаний на определенные товарные группы обосновываются перспективные товарные группы, которые могут удовлетворять спрос на локальном потребительском рынке и усиливать маркетинговый потенциал территории.

**Ключевые слова:** локальный потребительский рынок; маркетинг территории; маркетинговый потенциал территории; внешняя торговля РФ; перспективные товарные группы; импортозамещение.

Импортозамещение рассматривается не только как один из элементов стратегии национальной безопасности страны, но и как возможный инструмент поддержки местных товаропроизводителей и в конечном итоге как средство повышения эффективности потребительского рынка региона или крупного города, в том числе в границах городской агломерации [2].

Организация производства импортозамещающих товаров из перспективных товарных групп может в дальнейшем усилить маркетинговый потенциал территории [1].

Возможности импортозамещения могут определяться, с одной стороны, путем сопоставления структуры импорта со структурой регионального (локального) спроса, с другой — на основе анализа производственного потенциала и производственных возможностей предприятий, размещенных на данной территории.

По информации министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области, в 2018 г. объемы торговых операций предприятий Свердловской области с иностранными государствами существенно увеличились (по данным Уральского таможенного управления). Оборот внешней торговли вырос на 22 % до 13,1 млрд долл. Экспорт вырос на 24 % до 8,5 млрд долл.<sup>1</sup>.

Основные показатели, характеризующие стоимостные объемы внешней торговли области в 2018 г., приведены в таблице.

---

<sup>1</sup> *Итоги ВЭД* / Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. URL: <http://mvs.midural.ru/itogi-ved>.

**Общие итоги внешней торговли Свердловской области в 2018 г.,  
млн долл.**

Показатель	2017	2018	Изменение, %
Оборот	10 638	13 027	+22
Экспорт	6 924	8 556	+24
Импорт	3 713	4 471	+20
Сальдо	3 202	4 048	+27

*Примечание.* Итоги ВЭД / Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. URL: <http://mvs.midural.ru/itogi-ved>.

В 2018 г. предприятия и организации Свердловской области поддерживали внешнеэкономические связи со 159 странами мира. Оборот торговли возрос в основном из-за роста экспорта в США, Китай (впервые за более чем десятилетний период в торговле с Китаем сложилось положительное сальдо), Вьетнам, Казахстан, Ирак, Индию. Вырос импорт из Китая, Казахстана, Франции, Германии, США, Италии, Чили.

Рост импорта увеличился за счет поставок машиностроительной продукции и металлов. Структура импорта определяется сложившейся конъюнктурой спроса, а также структурой региональной экономики.

При анализе сложившейся структуры импорта в Свердловскую область в разрезе товарных групп за 2018 г. было выявлено, что наиболее значительную долю занимают металлы и изделия из них (21,6%), машины и оборудование (19,5%), продукция химической промышленности (8,4%), пластмассы, каучук и резина (5%). По 2% в общей доле импорта составляют текстиль, инструменты и часы.

Поскольку часть крупных ритейлеров получает товары главным образом из Китая и Китай является давним партнером Свердловской области [3], то более подробно была рассмотрена структура импорта из этой страны. По данным Федеральной таможенной службы РФ, самыми импортируемыми товарами из Китая в 2018 г. были: обувь, пластмассы и изделия из них; игрушки, игры и спортивный инвентарь, их части и принадлежности; предметы одежды и принадлежности к одежде, кроме трикотажных машинного или ручного вязания.

Чтобы выяснить потребности представителей розничной торговли в тех или иных товарных группах, с ними были проведены

серии глубинных интервью, где представителям розничных сетей задавались следующие вопросы.

1. Какие товарные группы (категории) непродовольственных товаров приносят наибольший оборот и прибыль? Наиболее перспективные/проблемные из них.

2. Какие товары в группах (категориях) непродовольственных товаров приносят наибольший оборот и прибыль? Наиболее перспективные/проблемные из них.

3. Кто принимает решение (на каком уровне) о вводе/выводе позиций в(из) ассортиментной матрицы?

4. С какими производителями непродовольственных товаров в Свердловской области вы работаете?

5. С производителями непродовольственных товаров из каких регионов, помимо Свердловской области, вы работаете?

6. Кто принимает решение о работе с новыми поставщиками (производителями)?

7. Какие обязательные требования есть к поставщикам?

8. Каких непродовольственных товаров нет в зоне ближайшего доступа (производители расположены за пределами Свердловской области)? В чем больше всего нуждаются и это является перспективой для сети?

9. На какие товары, бренды непродовольственных товаров происходит удорожание цены за счет логистики или за счет посредников?

10. Производителей каких товаров, брендов непродовольственных вы хотели бы иметь в зоне ближайшего доступа?

11. Какие товарные направления интересны для производства private label (если есть в сети) именно с точки зрения местных производителей? В каких производителях ощущается дефицит?

12. Развитие и представленность производителей каких товарных направлений было бы особенно перспективно для сети в Екатеринбурге и агломерации?

В результате анализа материалов исследований были выделены перспективные товарные группы:

1) строительный и садово-огородный инвентарь первой необходимости (отвертки, напильники, винты, молотки и т.п.);

2) бытовая химия для дома (средства для мытья полов и посуды, стиральные порошки, освежители воздуха и т.п.);

3) средства гигиены (шампуни, гели для душа, зубные пасты и т.п.);

- 4) игрушки и игры для детей;
- 5) канцтовары;
- 6) зоотовары (консервы, лакомства, игрушки, аксессуары, амуниция, фитнес для животных, одежда и средства гигиены для животных);
- 7) сувенирная продукция;
- 8) спортивные товары (аксессуары, инвентарь и т.п.);
- 9) одноразовая упаковка;
- 10) товары для дома из пластика (ведра, тазы, полочки и т.п.).

В системе маркетинга территории важно определить те критерии, которые позволят выделить те товарные группы, которые повлияют на увеличение маркетингового потенциала, положительно скажутся на продвижении территориальных брендов.

В качестве таких критериев могут быть следующие: объем продаж категории по итогам прошлых лет (чем больше объем продаж, тем приоритетнее группа к производству); рынок категории является растущим; категория не является брендозависимой (в брендозависимых категориях потребитель отдает предпочтение раскрученным брендам; чтобы «раскрутить» бренд с нуля требуются время и значительные финансовые вложения); сырье для производства категории находится в пределах локального доступа и легко доступно; категория может конкурировать с китайскими аналогами по цене; производителей данной категории нет в Свердловской области или их объем выпуска не покрывает текущий спрос или качество их товаров неудовлетворительно.

Учет результатов данных исследований при разработке стратегии развития локальных потребительских рынков может положительно сказаться на наращивании собственного производственного потенциала территории.

#### Библиографический список

1. Власова Н. Ю., Куликова Е. С. Основа маркетингового потенциала локальных территорий на современном этапе // Интернет-журнал «Науковедение». 2017. Т. 9, № 4. С. 17–19.
2. Власова Н. Ю., Тетенькина О. Л. Стратегирование развития локального потребительского рынка городской агломерации // Россия: тенденции и перспективы развития. Ежегодник. ИНИОН РАН. 2017. С. 918–920.
3. Turgel I., Vlasova N., Linshi Xu. Economics Links between Russia and China: from cross-border to interregional cooperation (the case of Sverdlovsk region and Heilongjiang province) // R-Economy. 2017. Vol. 3, no. 3. Pp. 149–160.

А. Ю. Курилова

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

## **Институты стимулирования внешней торговли: опыт работы торговых представительств Австрийской Республики**

Поддержка экспорта — это один из приоритетов развития российской экономики. В связи с этим представляет интерес зарубежный опыт организации и функционирования торговых представительств, ведь именно создание эффективной системы торгпредств РФ за рубежом является одним из направлений госпрограммы развития внешней торговли. В статье рассматриваются структура и функции организации системы торговых представительств Австрийской Республики, анализируются конкретные формы поддержки экспортеров и инвесторов на зарубежных рынках.

**Ключевые слова:** стимулирование внешней торговли; торговое представительство; поддержка экспорта.

Ключевым элементом действующей в настоящее время системы поддержки экспорта в мире является институт торговых представительств, развитие которого — одна из задач государственной программы развития внешней торговли в РФ [1; 2]. Поэтому логичным становится интерес к зарубежному опыту использования этих институтов. Опыт Австрии может стать показательным, ведь экономика страны во многом зависит от экспорта — каждое второе рабочее место в стране обеспечивается экспортными операциями. Небольшая по площади и населению Австрия занимает 5 место по экспорту в ЕС.

Одним из важных драйверов такого успеха является созданная 72 года назад в рамках Палаты экономики Австрии (Wirtschaftskammer Österreich, далее — WKO) организация по развитию внешней торговли, которая сейчас носит название ADVANTAGE AUSTRIA ([www.wko.at](http://www.wko.at)). На сегодняшний день в Палате насчитывается более 450 тыс. компаний-участников.

После окончания Второй мировой войны стало очевидно, что процесс интернационализации станет еще более важным для австрийской экономики. В конечном счете только растущая экспортная экономика обеспечивает подъем, рост и занятость в стране. С этой целью WKO открыла свое первое торговое представительство в Париже 1 апреля 1946 г., так на свет появилась ADVANTAGE AUSTRIA — австрийская организация по развитию торговли, входящая в структуру исполнительных органов Палаты. Сегодня

это более 110 офисов в более чем 70 странах, половина из которых находится за пределами Европы, и около 800 человек персонала, осуществляющих кросс-культурную координацию и поддержку австрийской экономики на зарубежных рынках.

Руководство офисом Advantage Austria, или Торгпредством, формирование стратегии развития в данном регионе осуществляются торговым советником, который фактически является сотрудником WKO (Wirtschaftsdelegiert — дословный перевод с немецкого языка «делегат по экономическим вопросам»), приобретающим дипломатический статус и срок делегирования в страну от 5 до 8 лет. В зависимости от региона/страны представления интересов в штат советника входит от 5 до 25 чел. с возможностью организации региональных бюро. Самые крупные филиалы находятся в России и Китае.

Деятельность всех представительств можно разделить на три основных блока: подготовка выхода на рынок, информирование и мероприятия. Первый блок — подготовка от консультаций до сопровождения, в свою очередь можно поделить на разделы о зарубежных и для зарубежных рынков.

Первичные консультации по экспорту подразумевают консультирование новых экспортеров, а также экспортеров, желающих выйти на новые рынки, экспертами в Вене и отделами земельных палат. Специализированные консультации проводятся по различным темам: экспортное финансирование и международные проекты; консультации по вопросам интернационализации, в случаях создания фирмы за рубежом или выхода уже существующих на новые рынки; консультации в рамках высокотехнологичных экспортных сделок; поддержка в вопросах патентов, международные технологические исследования. Подготовка внутри страны также предлагает анализ рынка.

Что касается подготовки за рубежом, то первоначальная цель заключается в оценке целесообразности выхода на рынок, собираются базовые рыночные данные; консультанты стараются понять пригодность и шансы продукции на рынке, структуру импорта, конкурентную ситуацию и доли рынка, подобрать потенциальных партнеров, настроить первичный контакт. Компании также могут приобрести информацию для оценки целесообразности создания филиала: правовые и налоговые рамочные условия, анализ факторов местоположения, возможностей финансирования и субсидирования. Поиск источника снабжения предполагает консультирование по вопросам

приобретения товаров и услуг, рассылку по электронной почте поставщикам и субпоставщикам. С целью минимизации риска неплатежа есть возможность поддержки при взыскании платежей через ходатайство Торгового представительства перед обращением в суд.

Второй блок деятельности — информирование. Информацию австрийцам о зарубежных рынках можно найти на сайте WKO ([wko.at](http://wko.at)) в разделе «Внешнеэкономические связи» (Außenwirtschaft), а для иностранных пользователей создан интернет-портал ADVANTAGE AUSTRIA ([www.advantageaustria.org](http://www.advantageaustria.org)). Вся информация представлена на 197 сайтах для каждой страны, включающих в себя примерно 28 тыс. отдельных страниц на 28 языках. Около 250 редакторов и переводчиков по всему миру гарантируют, что заинтересованные партнеры получают необходимую для них информацию быстрым и несложным способом. Основное внимание уделяется презентации австрийских компаний, имеющих интересы в той или иной стране, с которыми можно связаться через местное торговое представительство, можно ознакомиться с предстоящими мероприятиями, которые организует ADVANTAGE AUSTRIA, с разделами «Импорт из Австрии», «Экспорт в Австрию» и информацией об инвестициях, финансировании.

Что касается третьего блока деятельности — мероприятий, ADVANTAGE AUSTRIA может предложить компании возможность участия в экономической миссии: групповой поездке, относящейся к определенному региональному рынку с целью установления контактов. Услуги, которые предоставляются во время миссии: организация официальной программы встреч с экспертами, официальными лицами, а также представителями международных организаций, составление индивидуального графика встреч для каждого участника с деловыми партнерами, функция «зеленого коридора» с участием в поездке политиков высокого ранга и членов президиума Палаты Экономики. В портфолио есть и уникальные виды мероприятий, а именно австрийский шоу-кейс — это презентация перед целевой аудиторией австрийских продуктов, услуг и новых технологий на симпозиумах или на выставках с целью совместного представления австрийских предприятий, объединенных одной тематикой и эффективно заявленных в СМИ, проведение B2B встреч. Ежегодно по всему миру организуется более 1200 мероприятий, предоставляется информация об Австрии в качестве места ведения бизнеса и помощь австрийским компаниям при поиске импортеров.

Широкая сеть торговых представительств по всему миру и проработанный инструментарий деятельности позволяют увеличивать экспортные показатели австрийской экономики. Яркой иллюстрацией может стать работа торгпредства Австрии в РФ после введения внешнеторговых санкций в 2014 г. Когда многие страны приостановили работу торговых представительств в России, Австрия продолжала наращивать маркетинговые активности для восстановления потерь в экспорте, в результате за 4 года внешнеторговый оборот РФ и Австрии почти восстановился, составив в 2018 г. 5,39 млрд евро в сравнении с 5,49 млрд в 2014 г.

Положение в структуре государственных органов, а также расширенное географическое присутствие торгпредств в мире дает возможность австрийскому бизнесу получать информацию практически «из первых рук» и предоставляет австрийским экспортерам возможность в короткие сроки решать юридические и таможенные вопросы в области экспорта, получать консультации и маркетинговые исследования по выводу их продукции на зарубежный рынок и поиску партнеров по сбыту. Дипломатический статус и поддержка руководства ВКО позволяет представителям австрийских деловых кругов установить прямые контакты с профильными государственными ведомствами в рамках деловых мероприятий и экономических миссий.

### Библиографический список

1. *Головкина С. И., Карпова К. С.* Государственная поддержка экспорта в контексте современного этапа развития международной торговой политики // *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования.* 2017. № 3(21). С. 10–16.
2. *Симонян Г. В.* Модели государственной поддержки экспорта на международном рынке // *Национальные интересы: приоритеты и безопасность.* 2019. Т. 15, № 1(370). С. 111–123.

Научный руководитель: *Н. Ю. Власова*,  
доктор экономических наук, профессор

О. М. Плюснина

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

## Тенденции на внутреннем и внешнем рынке электроинструментов

Рассмотрены основные тенденции на внутреннем и внешнем рынке электроинструментов.

**Ключевые слова:** рынок электроинструментов; маркетинг; российские производители; зарубежные производители; компания.

Рынок электроинструментов в России и за рубежом является перспективным и быстро развивающимся. Темпы роста рынка составляют порядка 20–25 % ежегодно. На рынке электроинструментов России 80 % занимают товары, импортированные из других стран. Большая часть продукции ввезена из Китая и других азиатских стран<sup>1</sup>.

Рынок электроинструмента представляет собой сформированный рынок с большим количеством участников и сильными лидерами. Для него характерна четко отслеживаемая прямая зависимость между осведомленностью о брендах и их использованием. Это делает целесообразной стратегию продвижения PULL, при которой осуществляются инвестиции в рекламу и продвижение товара. Усилия, направленные на позиционирование бренда, имеют благоприятные перспективы.

У иностранных производителей есть большая история развития рынка электроинструментов. Многолетние положительные отзывы о товарах определенного производителя, обширная сеть продаж, грамотная реклама и многие другие факторы помогают иностранным брендам занимать лидирующие позиции на российском рынке. В современных условиях имя бренда играет огромную роль при выборе товара. На российском рынке иностранные поставщики представлены в огромном ассортименте. При этом российские производители занимают малую долю продаж, что связано с рядом причин: устаревший дизайн, более слабые технические характеристики, ценовая политика, сервис и многие другие показатели, по которым отечественный товар уступает иностранным конкурентам. Российским производителям необходимо модернизировать производство, учесть затраты на дизайн и рекламу товаров.

---

<sup>1</sup> Скларов И. Куда стремится товародвижение? // Экономика и жизнь. 2016. № 48. С. 23.

Основными тенденциями современного рынка в секторе электрооборудования являются:

- 1) укрепление физического объема рынка продукции;
- 2) восстановление баланса рынков отечественной и импортной продукции на рынке России;
- 3) смещение потребительских предпочтений с высоких ценовых сегментов в более низкие.

Электроинструмент давно перестал быть привилегией профессионалов. Сегодня электрическая дрель, шлифовальная машинка, электролобзик доступны и домашним мастерам. В зависимости от необходимых характеристик и сферы деятельности имеется широкий выбор инструмента. Важное значение при этом имеют его параметры и функционал.

Традиционно электроинструмент делится на профессиональный и бытовой. Профессиональный инструмент изначально учитывает в себе высокие и интенсивные нагрузки. Его преимуществом также является работа без пауз, не рискуя при этом вызвать перегрев двигателя. Бытовой инструмент требует щадящего режима.

Немаловажную роль играют возможности питания, используемые при работе с электрооборудованием. С тех пор как аккумуляторные технологии шагнули вперед, практически любой электроинструмент можно применять в двух видах: аккумуляторный — уступает сетевому по мощности, зато полностью автономен; сетевой — в среднем стоит дешевле и неприхотлив в эксплуатации, но имеет привязку к электросети.

В товарной структуре электроинструмента наибольшую долю занимают дрели (38%), на втором месте — угловые шлифовальные машины (26%), на третьем — беспроводные дрели (9%). Другие типы электроинструментов занимают от 7 до 3% рынка<sup>1</sup>.

Существуют три типа производства российского электроинструмента:

- 1) полностью российское производство на отечественных заводах;
- 2) бренд российский, но произведен за рубежом (чаще всего Китай);
- 3) сборка в России из импортных комплектующих (китайских).

До сих пор существуют заводы, сохранившиеся с советских времен, когда выпускали высококачественную и надежную тех-

---

<sup>1</sup> *Маркетинговые исследования и отчеты.* URL: <https://tebiz.ru>

нику. Она не отличается оригинальностью дизайна, удобством в эксплуатации, но, как правило, имеет простую конструкцию. С одной стороны, эта простота позволяет поддерживать низкую цену, с другой же, получившийся продукт не всегда удовлетворяет всем потребностям современного покупателя, который выбирает не только качественный, но и визуально привлекательный объект для приобретения. Еще одна важная проблема российского производителя электроинструментов — низкий уровень использования маркетинговых технологий.

Однако, если завод вложит средства в маркетинг, это приведет к увеличению стоимости конечного продукта. Большая часть потребителей предпочтет товары знаменитых на весь мир брендов, с известным уровнем качества и широким ассортиментом товаров. При этом нет уверенности, что российские заводы справятся с поддержанием качественного уровня производства изделий при наращивании объемов производства.

На мировом рынке производителей электроинструментов можно выделить ряд производителей, чья продукция уже многие годы является одной из лучших и по техническим характеристикам, и по мнению покупателей.

1. Компания Bosch<sup>1</sup> — крупный немецкий производитель автомобильного и промышленного оборудования и товаров для дома. Базируется в Герлингене. Bosch производит более 27 млн ед. электроинструмента в год. В мире насчитывается более 290 производителей Bosch, в России — 4. Bosch — первая иностранная компания, начавшая производство электроинструментов в России. В апреле 2007 г. Bosch Power Tools LLC была основана на заводе Bosch в Саратове для производства автомобильных деталей и профессиональных электроинструментов для российского и европейского рынков.

2. Компания Hilti<sup>2</sup> (Лихтенштейн) свою историю ведет с 1941 г. Hilti является мировым лидером в производстве продукции для строителей и строительных услуг. Устройства Hilti продаются в 120 странах мира. Hilti зашла на рынок России в 1993 г. В настоящее время в стране открыто более 30 центров. Используя устройства в течение двух лет, его владелец при необходимости оплачивает ремонт оборудования в размере до 30 или 40% от текущей стоимости устройства. Оборудование, вышедшее из строя из-за дефектов

---

<sup>1</sup> Bosch в России. URL: <https://bosch.ru>.

<sup>2</sup> Hilti Россия. URL: <https://hilti.ru>.

или повреждения производственных компонентов, ремонтируется бесплатно с пожизненной гарантией от производителя.

3. Компания Makita<sup>1</sup> была основана в 1915 г. в городе Нагоя (Япония), разрабатывает и производит инструменты для работы с деревом, бетоном, другими материалами, инструменты для садоводства и лесозаготовок.

В России примером успешного бизнеса на рынке электроинструментов является компания «ИНТЕРСКОЛ». АО «Интерскол» — российская компания, занимающаяся производством, продажей и сервисным обслуживанием электроинструмента (дрели, перфораторы, дисковые пилы, электрорубанки, шлифовальные и полировальные машины и др.). Штаб-квартира находится в городе Химки Московской области.

Компания действует на рынке 15 лет и входит в десятку мировых производителей, специализирующихся на выпуске электроинструментов. В настоящее время на российском потребительском рынке реализовано более 40 млн ед. продукции «ИНТЕРСКОЛ». Предприятие накопило большой опыт разработки и производства электроинструмента, успешно конкурирует с ведущими международными брендами в России и за рубежом, имеет низкий процент возврата по гарантийному обслуживанию, обладает широкой сетью сервисных центров в стране. Компания создала собственный инжиниринговый центр, конструкторское бюро и опытное производство.

Компания построила современный высокотехнологичный завод «ИНТЕРСКОЛ-Алабуга», продукция которого впервые в истории России экспортируется в Испанию, Италию, Францию, Грецию, Израиль. По линии международной кооперации завод сотрудничает с ведущими компаниями-производителями из Италии, Германии, Болгарии, Южной Кореи и КНР.

«ИНТЕРСКОЛ-Алабуга» находится в Особой экономической зоне «Алабуга» на территории республики Татарстан. Его продукция способна обеспечить до 40% импортозамещения в наиболее востребованных группах электроинструмента<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Makita Россия. URL: <https://makita.ru>.

<sup>2</sup> Интерскол — российский электроинструмент. URL: <https://interskol.ru>.

## Основные тенденции развития российского рынка косметических товаров

Проанализирован современный российский рынок косметических товаров, выявлены основные поставщики. Изучены основные тенденции и перспективы его развития. Рассмотрены инновации в области производства косметологической продукции.

**Ключевые слова:** косметические товары; тенденции; конкурентоспособность; инновационность.

Косметический рынок — это один из наиболее стабильных экономических рынков мира. Производство парфюмерно-косметической продукции в силу ее востребованности привлекает внимание инвесторов и способствует продвижению на рынке различных брендов.

В настоящее время рынок парфюмерно-косметической продукции в России занимает 2,3 % общего мирового объема и входит в число пяти крупнейших европейских рынков. В течение 2016–2018 гг. темпы прироста рынка ежегодно составляли 7–10 %.

По оценке аналитиков M.A. Research, в 2018 г. объем рынка практически достиг 780 млрд р., а темпы прироста составили 10 %, что незначительно меньше чем в предыдущий период. Объем рынка вырос на 3,9 %, составив, по оценке M.A. Research, 12,6 млрд долл. Индекс физического объема розничных продаж, по данным Росстата, составил 105 % в 2017 г. и 107,3 % — в 2018 г. Это говорит об увеличении объема продаж данной группы в натуральном выражении. Более высокий темп прироста розничного рынка парфюмерно-косметических товаров обусловлен динамикой отпускных и розничных цен, которые выросли вследствие девальвации рубля в течение года. Рынок косметических товаров в России напрямую зависит от импорта: импортное сырье используется в производстве российских товаров на 90 %, а доля импортной продукции на рынке составляет около 80 %. Следовательно, любые изменения курса рубля влияют на колебания стоимостного объема производства и продаж<sup>1</sup>.

По данным таможенной статистики Федеральной таможенной службы, в России в период с января по август 2019 г. объем импорта парфюмерно-косметических товаров составил 1,35 % от общего

---

<sup>1</sup> RETAIL.RU. Ритейлеру и поставщику. URL: <https://retail.ru/rbc/pressreleases>.

объема ввезенных товаров, что в стоимостном выражении составляет 2123,8 млн долл.<sup>1</sup>.

Уровень потребления российских парфюмерно-косметических товаров зависит от насыщенности рынка импортными товарами. За рубежом парфюмерно-косметические товары производят около 3 тыс. фирм.

Вытеснение отечественных производителей импортными было вызвано низкой конкурентоспособностью товаров, несовершенным дизайном упаковки, неполным соответствием товарной информации требованиям нормативной документации и низкими потребительскими свойствами. Все это повлияло на повышение конкурентоспособности продукции российских производителей.

Среди успешных отечественных производителей кремов для лица можно выделить:

– ООО «Юнилевер Русь» — производитель серий косметики по уходу за кожей «Черный жемчуг», антивозрастной косметики «Чистая линия», «Бархатные ручки», «100 рецептов красоты»;

– ОАО «Фаберлик» — производитель нового поколения кислородной косметики — «Air Stream». В основе комплекса — турмерон и куркумин, которые впервые удалось ввести в состав косметики вместе, сохранив целиком при этом пользу ингредиентов, и фирменное вещество Novaftem O2;

– Компания «Клеона» — производитель натуральной косметики (Курск). Предприятие изготавливает средства по уходу за лицом, телом и волосами;

– ООО «Невская косметика» — производитель более 50 видов косметических изделий на основе разнообразных натуральных компонентов, таких как серия «Роса», детские серии косметики «Тип-Топ» и «Детское», популярнейшая серия детской косметики и бытовой химии «Ушастый нянь».

Основной тенденцией на рынке косметических товаров остается дальнейшее развитие парфюмерно-косметических сетей, которые работают в формате «дрогери» — магазин, в котором представлен полный ассортимент косметики, парфюмерии, средств личной гигиены, хозяйственных товаров и товаров бытовой химии. Крупнейшими из них являются «Л'Этуаль», «Магнит Косметик», «Рив Гош», «Иль де Ботэ», «Золотое яблоко». Причем, по данным M.A. Research, в структуре продаж по-прежнему преобладает косметика класса

---

<sup>1</sup> Федеральная таможенная служба. URL: <http://customs.ru>.

масс-маркет — 81 % и лишь 19 % приходится на косметику класса люкс<sup>1</sup>.

Следующей тенденцией, обусловленной неблагоприятными факторами, воздействующими на организм, — образ жизни, экология, несбалансированное питание, другие аспекты цивилизации, является развитие на рынке нового тренда, направленного на здоровый образ, предполагающий употребление экологически чистой косметики без вредных добавок, то есть «натурализация» и «экологизация». В последнее время все большую популярность приобретает органическая косметика ручной работы. Самые крупные представители этого направления — «The Body Shop», «Ив Роше», «L'Occitane», «Natura Siberica», «Organic shop», «LUSH».

Одним из условий обеспечения конкурентоспособности парфюмерно-косметической продукции в современных реалиях является ее инновационность [1], что определено тем, что в настоящее время предложения различных компаний в большинстве сегментов однородно по потребительским свойствам и сопоставимо по цене. Таким образом, производители ищут альтернативные возможности для того, чтобы выделить собственную продукцию на фоне прочих конкурентов, и именно фактор применения инноваций способен выделить их на фоне прочих.

Наибольшего внимания здесь заслуживают такие инновации, как клеточная косметика, кислородная косметика, косметика с наночастицами [1].

В последнее время получает распространение космецевтика. Термин «космецевтика» был предложен около 20 лет назад дерматологом Альбертом Клигманом для обозначения средств, находящихся между «косметикой» и «фармацевтикой». Такие средства содержат высокие концентрации биологически активных ингредиентов и позволяют осуществлять лечебный и профилактический уход за кожей при нарушении каких-либо функций.

Сейчас наблюдается изменение половозрастных предпочтений на рынке косметических средств. Растет количество мужчин, пользующихся различными видами косметики. Согласно данным исследования Mediascope TGI / Marketing Index, в 1-м полугодии 2018 г. динамичнее всего растут доли применения мужчинами средств по уходу за лицом (27 %) и телом (36 %), уходу за волосами (16 %) и средств для укладки (10 %).

---

<sup>1</sup> RETAIL.RU. Ритейлеру и поставщику. URL: <https://retail.ru/rbc/pressreleases>.

Парфюмерно-косметические товары являются перспективной и развивающейся группой товаров. При этом вопрос качества и безопасности данной продукции достаточно актуален. Отдельной проблемой стоит фальсификация товара и присутствие на рынке контрафактной продукции [2]. В целях защиты жизни и здоровья потребителей, охраны окружающей среды, а также российского рынка от контрафактной и фальсифицированной продукции принят Технический регламент Таможенного союза 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции», который определяет процедуру подтверждения соответствия требованиям нормативно-технической документации.

Также одним из инструментов защиты отечественного рынка является маркировка товаров контрольными идентификационными знаками (КИЗ), направленная на установление законности перемещения и реализации товаров. С 1 декабря 2019 г. планируется обязательная маркировка духов. Возможно, в дальнейшем маркировка будет введена и для косметических средств.

Таким образом, рынок косметических средств достаточно стабилен и зависит от объемов производства и реализации косметической продукции, тенденций на рынке сырья и импорта. К основным направлениям развития можно отнести усиление роли парфюмерно-косметических сетей; сокращение косметической продукции, содержащей искусственные компоненты; применение инновационных технологий и уникальных результатов НИОКР; распространение косметики.

#### Библиографический список

1. *Александрова К. Ю.* Инновации в сфере парфюмерно-косметической промышленности // Научные труды КубГТУ. 2015. № 13. С. 208–216.
2. *Карпова Е. В., Котоменкова О. Г.* Качество и безопасность парфюмерно-косметической продукции в условиях технического регулирования // Молодежь в науке и предпринимательстве: материалы науч.-практ. конф. (Гомель — Милоград, 16–19 мая 2018 г.) / отв. за вып. А. П. Бобович. Гомель, 2018. С. 263–265.

## Проблемы региональной книжной торговли

Книжная торговля сегодня переживает трудные времена. Общемировое смещение интереса читателей в сторону электронных развлечений накладывает на российские проблемы. Особенно сложно ситуация складывается на уровне региональной розничной торговли. Важность проблемы признается на государственном уровне, что подчеркивает тот факт, что указом Президента РФ 2015 г. был объявлен «Годом литературы». В статье предложены пути улучшения положения розничной книжной торговли.

**Ключевые слова:** товарный рынок; розничная торговля; книжное дело; региональная торговля.

Обеспечение устойчивого функционирования и развития российского книжного рынка вместе с поддержанием интереса к чтению книг является важной народно-хозяйственной задачей. Смещение интереса современного общества от печатных книг в сторону более доступных электронных развлечений рождает ряд экономических и социальных проблем, при этом мировая тенденция к снижению популярности книг накладывает и на российские проблемы. Из-за падения покупательской способности россиян и повышения цен на печатную продукцию книги становятся все менее доступными для населения.

Рассмотрим показатели развития книжного рынка в России. В условиях устойчивого роста затрат типографий (связанных с использованием преимущественно иностранного оборудования и расходных материалов) и, как следствие, пропорционального повышения средней цены книжной продукции при одновременном возрастании популярности электронных изданий наиболее информативным показателем, позволяющим сравнить текущее состояние книжного рынка с предыдущими периодами, является годовое количество выпускаемых названий (табл. 1).

Как видно из табл. 1, за последние десять лет среднее количество названий держится примерно на одном уровне, однако значительно сокращаются совокупные тиражи — с 760,4 млн экз. в 2008 до 432,3 млн экз. в 2018 г. Рассматривать данный показатель лишь как подтверждение факта снижения платежеспособности россиян, на наш взгляд, было бы некорректно. Так, например, растет востребованность мелких издательств, печатающих небольшие тиражи для организаций (которые используют их в качестве сувенирной

продукции) и частных лиц, активно внедряется технология POD (Print on demand), позволяющая по запросу пользователя напечатать необходимую ему книгу в единственном экземпляре.

Таблица 1

**Показатели для анализа издательской деятельности в России**

Наименование показателя	2008	2013	2018
Количество названий, шт.	123 336	120 512	116 915
Совокупный тираж, млн, экз.	760,4	541,7	432,3
Совокупный листаж, п. л.	9729,80	6388,30	4873,50
Число экз. на душу населения, экз.	5,35	3,78	2,95
Средний тираж, экз.	6165	4495	3698
Средний объем 1 экз., п. л.	12,80	11,79	11,27
Число действующих издательств, шт.	5841	5727	5794

*Примечание.* Книжный рынок России: состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Б.В. Ленский, А.Н. Воропаев, Е.В. Соловьева и др.; под ред. В.В. Григорьева. М., 2019. С. 7.

С другой стороны, повышается популярность электронного чтения, что объясняется не только попыткой экономии (так как продвинутые модели устройств для чтения электронных книг достаточно дороги), но и повышением удобства процесса чтения (табл. 2). Кроме того, следует отметить, что по показателю суммарных тиражей Россия движется в тренде европейских стран, однако на пике популярности книг в СССР (1980 г.) данный показатель был в три раза выше — 10,09 изданий на человека.

Таблица 2

**Динамика продаж цифровых изданий книг**

Вид издания	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Аудиокниги	80	110	250	420	650	890
Электронные издания	420	840	1450	2200	2470	2700
Электронные библиотеки (EBS)	600	550	550	500	450	400

Несмотря на то, что общее количество издательств в последние годы остается на одном уровне — 5841 в 2008 г. к 5794 в 2018 г. (табл. 1), сокращение количества книжных магазинов вызывает большое беспокойство. Ситуацию здесь можно назвать, скорее, критической и требующей вмешательства на самом высоком уровне: Россия сегодня более чем в пять раз отстает от европейских стран

с показателем 1 магазин на 97 869,33 чел. По данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, с 2008 по 2017 гг. количество книжных магазинов сократилось вдвое — с 3 тыс. до 1500 (их стало меньше, чем в царской России). Аналогичная тенденция прослеживается на книжном рынке Екатеринбурга, где за последние несколько лет закрылись несколько крупных книжных магазинов, таких как: «Де Юре», «Сто тысяч книг», «Книжный магазин №14», «Царь-книга», «Лас книгас», причем три последних магазина прекратили свою деятельность еще в докризисный период (2012–2013 гг.).

Общеэкономическая проблема снижения доходов россиян и, как следствие, невозможность приобретения товаров второй необходимости, в том числе книг, особенно остро стоит в регионах. Отчасти это подтверждает сравнение показателя «средний чек» в московских и региональных книжных магазинах (табл. 3).

Таблица 3

**Показатели среднего чека региональных книжных магазинов**

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Средний чек книжного магазина (Москва)	625,31	666,99	731,52	954,30	986,00	980,11
Средний чек книжного магазина (регионы)	361,52	378,67	411,07	355,65	371,19	367,94

Как видно из данных таблицы, в 2015 г. на фоне ослабления рубля поднялись рублевые цены на книги и на 30 % вырос средний чек в московских магазинах. При этом в региональных книжных магазинах и без того невысокий средний чек снизился на 14 %, обострив проблемы издательств и розничных магазинов. Таким образом, если в 2012 г. средний чек региональных книжных магазинов составлял 58 % от столичного, то в 2017 г. уже только 38 %.

Отчасти решить обозначенные проблемы помогло бы внедрение европейской практики нулевого или минимального НДС (5–6 %) на книжную продукцию, применяемую к издательствам и книгораспространителям. Однако в России, несмотря на декларируемую правительством озабоченность проблемой книжного рынка, НДС на большую часть книг в последние годы не только не был снижен, но и поднялся с 1 января 2019 г. с 18 до 20 %, как и на другие категории товаров. Только часть книжной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой, а также детская литература облагаются

сниженным НДС 10 %. Но и это относится только к реализации книг, в то время как типографии приобретают оборудование, сырье и материалы по обычному НДС.

Безусловно, возможны и другие меры стимулирования книжного издания и торговли, часть из которых применяет российское правительство. Однако эти меры, как правило, направлены на повышение популярности чтения (книжные ярмарки, фестивали, рекламные компании), в то время как в регионах мы отчетливо наблюдаем тенденцию сохранения относительно высокого латентного спроса на бумажные книги на фоне снижения реального спроса из-за низкой платежеспособности. В этих условиях можно говорить о том, что дальнейшее повышение популярности чтения не приведет к повышению продаж книжных магазинов.

Таким образом, наиболее действенным способом улучшения ситуации на региональном книжном рынке может стать снижение стоимости книг для конечных потребителей. Добиться этого за счет снижения расходов типографий чрезвычайно сложно, единственной действенной мерой, способной переломить негативные тренды, сложившиеся в книжной отрасли, является смягчение налогообложения в этой сфере. Даже если эта мера не даст мгновенного экономического эффекта (снижение налоговых поступлений с выпуска и продажи одной книги не компенсируется повышением объема продаваемых книг), она будет иметь долговременный положительный социально-экономический эффект, выраженный, с одной стороны, в увеличении количества россиян, занятых в книжном деле, и с другой — повышении образованности россиян и, как следствие, развитии российского общества, улучшении экономической ситуации, снижении социальной напряженности.

## Тенденции развития вендинга в России

Представлена характеристика современного состояния и тенденций развития рынка вендинга в России. Выделены факторы, определяющие развитие данной формы торговли на российском потребительском рынке.

**Ключевые слова:** вендинг; торговые автоматы; вендинговые аппараты; вендинговая торговля; рынок вендинга.

Сфера розничной торговли на данный момент занимает лидирующие позиции в экономике многих стран. Новейшие разработки внедряются в торговые процессы с целью упрощения процесса продажи товаров. Популярность приобретает торговля товарами посредством специальных автоматов, называется она вендингом. Вендинговые автоматы минимизируют человеческий труд и, благодаря удобству применения, пользуются спросом у потребителя [2].

Вендинговый бизнес — это бизнес, построенный на использовании автоматизированных аппаратов для розничной торговли, через которые реализуется широкий спектр различных товаров.

Вендинг как самостоятельная площадка для ведения бизнеса с каждым годом становится все популярнее и прибыльней. В 2018 г. рынок вендинга демонстрировал рост основных показателей на 3,9% по сравнению с прошлым годом.

В 2018 г. прибыль европейских вендинговых компаний составила более 16,4 млрд евро, а количество торговых автоматов увеличилось на 1,5% и составило 4,12 млн ед. По сравнению с предыдущим годом рынок имеет тенденцию роста в большинстве европейских стран.

Основные статистические данные, характеризующие рынок вендинга:

- 95 млн напитков и продуктов питания продаются через торговые автоматы каждый день в Европе;
- на горячие напитки приходится 79% продаж во всем секторе;
- 80% торговых автоматов в Европе расположено на рабочих местах;
- в настоящее время на один торговый автомат приходится 180 европейцев.

Разница между странами в этом отношении очень велика: например, 60 чел. на торговый автомат в Голландии и 1865 в Турции.

Что касается показателей увеличения количества вендинговых технологий в России, то здесь также можно подчеркнуть позитивную тенденцию развития. Рынок в целом растет, и этот рост становится с каждым годом все сильнее<sup>1</sup>.

Важным положительным этапом в развитии российского вендингового рынка стал 2017 г. Впервые за три года продажи новых торговых автоматов выросли на 30 % по сравнению с 2016 г., а товарооборот вырос на 3,5 %<sup>2</sup>. В 2018 г. рост рынка продолжился и составил 9,7 %<sup>3</sup>.

В 2018 г. объем вендингового рынка России составил 10,2 млрд р. в денежном выражении, а количество вендинговых автоматов около 200 тыс. ед.<sup>4</sup> Россия занимает 7-е место в рейтинге крупнейших рынков по количеству вендинговых автоматов в Европе. В нашей стране вендинговые аппараты продают 3,2 млн товаров в день, и в этой сфере занято от 8 до 10 тыс. чел., около 70 % торговых автоматов расположено на рабочих местах.

Наиболее популярной продукцией, распространяемой через вендинговые аппараты, являются кофе, снеки и прохладительные напитки.

Торговые автоматы расширяют пространство собственного присутствия, становятся все более продвинутыми и удобными для пользователей.

К 2022 г. количество торговых автоматов в России может достигнуть 270 тыс. ед., а рост вендинговой индустрии будет равен росту розничной торговли.

В немалой степени этому могут способствовать изменения, принятые Федеральным законом 54-ФЗ. Изначально предполагалось, что все торговые аппараты должны быть оснащены контрольно-кассовой техникой (ККТ) для передачи данных в налоговую службу. Однако в июле 2018 г. было принято решение, что механические вендинговые автоматы, водоматы, молокоматы и паркоматы освобождаются от установки ККТ, а у ИП со штатом до 10 чел. есть время на оснащение аппаратов ККТ до 2019 г. Также было отменено

---

<sup>1</sup> *VendExpo* и WRS5 — международная выставка вендинговых технологий и систем самообслуживания. URL: <https://vendingexpo.ru>.

<sup>2</sup> *Там же*.

<sup>3</sup> *Магазин* по продаже маркетинговых исследований. URL: <https://marketing.rbc.ru>.

<sup>4</sup> *Там же*.

использование печатных чеков в ТА, проведена регламентация размера налогового вычета и использования QR-кодов и др.

Что касается качественного развития вендинговой торговли, следует отметить, что торговые автоматы в России становятся более «умными» и высокотехнологичными. Доля автоматов, оснащенных телеметрией, устройствами для безналичных платежей и иными digital-инструментами продолжает активно расти.

Безусловно, наиболее высокая активность, в том числе и самая жесткая конкуренция, сейчас наблюдается в кофейном сегменте рынка. С одной стороны, это связано с маркетинговыми особенностями продукта — кофе как нельзя лучше подходит для продажи через торговые автоматы, так как потребляется на ходу. И прямых конкурентов у него поменьше — далеко не у каждого выхода из метро, супермаркета, рынка, проходной, офиса и т. д. есть кофейня. Плюс ко всему кофе из автоматов выигрывает ценовую конкуренцию у продуктов-заменителей — напитков из кофейных заведений.

Сейчас практически все наиболее перспективные точки для установки кофейных автоматов в крупных городах уже охвачены — будет крайне сложно найти супермаркет, гипермаркет, торгово-развлекательный центр, вокзал, аэропорт и т. д., где вообще нет кофематов. Тем не менее считать эту нишу уже занятой поспешно. Даже в тех местах, где кофематы уже представлены (и далеко не в единичном экземпляре), есть возможности для расширения и установки новых машин: за счет ставки на необычные сорта кофе и оригинальные рецепты приготовления, за счет кофе и напитков с различными добавками и т. д.

Среди потенциально интересных проектов в пока еще слабо освоенных нишах вендингового бизнеса можно назвать автоматы для приготовления горячей еды. В этом случае потенциально привлекательными местами размещения станут вокзалы, офисные центры, учебные заведения, производственные компании. В то же время для установки автоматов по приготовлению свежевыжатых соков подойдут практически все места массового скопления людей.

Российский вендинговый рынок чутко улавливает общемировые тенденции, выражающиеся в стремлении к чистоте окружающей среды, — пластиковые стаканчики все реже встречаются в торговых аппаратах в России.

В вендинговой индустрии наметилось и другое. Так, все больше FMCG сетей (Coca-Cola, Jacobs, Mars и др.) вовлекаются в вендинго-

вый бизнес и запускают собственные линейки торговых автоматов, что увеличивает предложение и конкуренцию на рынке.

Важным трендом развития отрасли стал высокий спрос на лизинг оборудования, что поможет многим ИП начать вендинговой бизнес с нуля или улучшить имеющийся парк вендинговых машин на оптимальных условиях.

Формы развития российского вендинга достаточно разнообразны. Скажем, летом все чаще на улицах российских городов можно встретить автоматы по продаже мороженого. Они пользуются популярностью не только на юге страны, но и в Центральном, Уральском регионах, и в Сибири. Согласно данным НААТ, в России насчитывается около 100–150 ед. торговых автоматов, однако есть потенциал для роста.

Активно растет в России и рынок технологий самообслуживания. Наиболее популярные форматы сегодня — это автомойки и прачечные. Некоторые источники ссылаются на то, что в России доля автомоек самообслуживания занимает всего 15 %, и она будет расти и к 2025 г. увеличится в 4 раза. Основные города, где рынок автомоек самообслуживания развивается, — это Москва и Санкт-Петербург, Воронеж, Калининград и Белгород.

Наряду с увеличением сетей автомоек самообслуживания, сервис проката велосипедов, самокатов и автомобилей в крупных городах также активно растет благодаря развитию систем самообслуживания.

Крупные международные события позволяют вендингу и системам самообслуживания улучшать финансовые показатели и занимать определенные ниши на рынке. Хорошим импульсом для развития отрасли стал Чемпионат мира по футболу — его официальную сувенирную продукцию можно было купить через торговые автоматы.

В целом российский вендинг обнаруживает соответствие ключевым международным трендам развития автоматизированных продаж, показывает устойчивую динамику роста и развития.

Потенциал развития отрасли очень высок по причине огромных объемов российского рынка, наличия множества неосвоенных пространств, направлений и ниш<sup>1</sup>.

Таким образом, вендинг на российском рынке слабо развит по сравнению с европейскими странами. Данное направление за-

---

<sup>1</sup> *VendExpo* и WRS5 — международная выставка вендинговых технологий и систем самообслуживания. URL: <https://vendingexpo.ru>.

нимает малую часть всего рынка страны и сконцентрировано в основном в особо крупных городах России, таких как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск и др. Это объясняет динамичный образ жизни и более открытое сознание людей к переменам и новшествам в этих городах. Разнообразие торговых машин, их ассортимент уступают в количественном выражении странам Европы. В России есть много факторов, которые замедляют развитие данного сегмента рынка, но возможности и тенденции к росту все же присутствуют. Главными моментами являются выход мелкой розничной торговли из теневого сектора и ориентация потребителей на самообслуживание. Вполне возможно, что через 10–15 лет вендинговые автоматы будут обыденностью [1].

#### Библиографический список

1. *Перункова А. Д.* Барьеры развития вендинга на российском рынке // Неделя науки СПбПУ: материалы науч. конф. с междунар. участием (Санкт-Петербург, 19–24 ноября 2018 г.). СПб.: Политех-Пресс, 2018. Ч. 3. С. 501–503.
2. *Степулева Л. Ф.* Исследование влияния факторов на развитие розничной торговли посредством вендинговых автоматов // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7, № 4(25). С. 295–298.

**В. А. Шагалова**

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

### Внешняя торговля России

Внешняя торговля имеет немаловажное значение для финансового и экономического роста и развития государств в динамичной экономике мирового масштаба. Приоритетными направлениями ее совершенствования являются масштабное применение новейших критериев и форм ориентации процесса сбыта продукции. Осуществление торгового процесса все в большей степени основывается на мировом, наиболее выгодном сотрудничестве научно-технического и производственного плана, кооперировании и соответственно специализации производственного процесса.

**Ключевые слова:** внешняя торговля; экспорт; импорт; члены ЕАЭС; торговые партнеры России.

Актуальность выбранной темы состоит в том, что в настоящее время внешняя торговля играет максимально возрастающую роль в современном хозяйственном развитии азиатских и европейских стран, а также регионов и в целом всего международного сообщества. Вследствие этого можно отметить, что внешняя торговля стала

значимым влиятельным фактором экономического роста, а с другой стороны, можно сказать, что возникло динамическое повышение зависимости разных государств именно от международного товарообмена.

Внешняя торговля непременно является ключевой формой связи между товаропроизводителями различных государств, возникающей по принципу мирового разделения трудовой деятельности, и выражает их наиболее взаимную финансовую корреляцию.

Динамика важнейших показателей внешней торговли Российской Федерации в 2015–2018 гг. представлена на рис. 1.

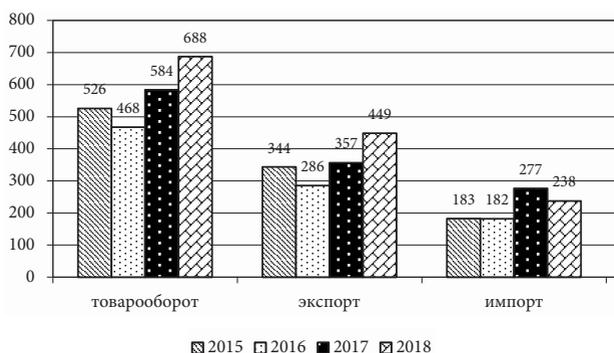


Рис. 1. Динамика важнейших показателей внешней торговли Российской Федерации в 2015–2018 гг.

Базируясь на данных, которые отражены на рис. 1, мы можем говорить об увеличении экспорта и импорта с 2015 по 2018 г. Также в отчетном 2018 г. основной товарооборот нашего государства составил 688 115 млн долл., значительно увеличившись на 17,82 % (104 066 млн долл.) по сравнению с базисным 2017 г. Нельзя не заметить такой важный факт, что экспорт внес наиболее заметный вклад в динамику ВВП, что объясняется достаточно высокой амплитудой колебаний данного компонента ВВП. Наибольший вклад в такое увеличение экспорта в 2018 г. внес рост экспортной выручки от продажи топливно-энергетических товаров: нефть сырая, нефтепродукты, природный газ и каменный уголь.

В основе внешней торговли нашего государства по ключевым группам государств первое место занимает Европейский союз (ЕС) как основной финансовый партнер, на его структуру в общем зна-

чении товарооборота нашей страны в отчетном 2018 г. приходилось именно 42 %.

На государства такого партнера, как Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС), пришлось 31%. В 2018 г. товарооборот между Россией и Китаем значительно вырос и его значение превысило 100 млрд долл. Ускорению темпов роста взаимной торговли содействовали такие пункты экспорта, как изделия машиностроения и электроники. В свою очередь, в Россию из Китая ввозились такие продукты, как сырая нефть, уголь и пиломатериалы.

Несмотря на ухудшение геополитических отношений по многим направлениям, усиление конфронтации между РФ и Западом, товарооборот России и США вырос до 23,3 млрд долл. Все-таки американские предприниматели не хотят покидать российский рынок и ищут пути развития производства в России.

На страны Содружества Независимых Государств (СНГ) пришлось всего 12 %, на государства Евразийского экономического союза (ЕАЭС) только 9%<sup>1</sup>.

Взаимная торговля Российской Федерации с государствами — членами ЕАЭС в 2018 г. представлена на рис. 2.

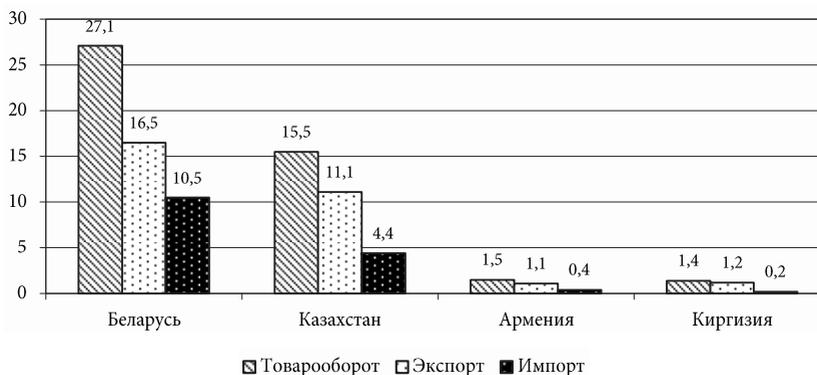


Рис. 2. Взаимная торговля Российской Федерации с государствами — членами ЕАЭС в 2018 г.

<sup>1</sup> Взаимная торговля России со странами ЕАЭС. URL: [http://customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=24786:-2016-&catid=477:2015-03-18-08-15-02&Itemid=2590](http://customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=24786:-2016-&catid=477:2015-03-18-08-15-02&Itemid=2590); Официальный сайт Федеральной таможенной службы. URL: <http://customs.ru/index.php>.

Мы можем заметить, что рост взаимного товарооборота внутри ЕАЭС замедлился в 2018 г. Темпы роста экспортных закупок по всем странам, кроме Республики Беларусь, опережают импортные показатели. Также стоит отметить, что укоренившиеся белорусские компании на рынке ЕАЭС подтверждают неизменную взаимную торговлю Республики Беларусь. Казахстан же показывает самые низкие показатели взаимной торговли по сравнению в предыдущим годом, что, возможно, связано с тем, что в прошлом году Казахстан продемонстрировал опережающие темпы роста. Повышенному спросу на товары, которые были произведены в Киргизии, содействовала компенсация снизившейся в 2018 г. внешней востребованности. В целом взаимная торговля России в рамках ЕАЭС показывает умеренную динамику.

В 2017–2018 гг., по сравнению с 2015–2016 гг., в общей доле значения экспорта нашей страны уменьшилась ключевая доля конкретных зарубежных стран, в частности Нидерланды и Италии на 2%; Турция, Япония и Украина — на 1%. Но при этом увеличилась соответствующая доля экспортного процесса нашего государства в соседнюю Республику Беларусь (на 1%), а также на такого значимого мирового партнера, как Китай (на 3%), который занял главенствующее положение среди потенциальных государств-партнеров.

После 2016 г. основную долю в стоимостном объеме экспорта России занимали топливно-энергетические товары — 59% (в 2016 г. — 58%), из них нефть сырая — 38% (37), нефтепродукты — 24% (23), природный газ — 14,5% (16) и каменный уголь — 6% (4,5). Стоимостный объем экспорта России конкурентоспособных товаров ТЭК в 2017 г., по сравнению с 2016 г., увеличился на 27% и составил 211 млрд долл. Вместе с тем физические объемы экспорта нефти сырой и нефтепродуктов по сравнению с предыдущим годом сократились на 1 и 5% соответственно<sup>1</sup>.

Экспортная составляющая природного газа в отчетном 2017 г. существенно увеличилась во все европейские страны-партнеры, включение составили Англия, сократившая потребление российского газа именно на 1 млрд м<sup>3</sup>, и Венгрия, уменьшив экспорт российского газа на 0,7 млрд м<sup>3</sup>. Прирост стоимостного количества процесса экспорта топливно-энергетической конкурентоспособной продукции

---

<sup>1</sup> *Внешняя торговля России в 2018 году.* URL: <http://russian-trade.com/reports-and-reviews/2019-02/vneshnyaya-torgovlya-rossii-v-2018-godu>.

достигнуто в целом за счет увеличения ценовых факторов на ключевые товары ТЭК в среднем на 24 %<sup>1</sup>.

Для нетоварных потоков регионов субъектами являются резиденты — российские бизнес-структуры и нерезиденты — иностранные компании. Среди субъектов внешнеэкономической деятельности в регионе можно выделить предприятия с иностранными инвестициями, поскольку политика правительства направлена на привлечение и создание условий для формирования регионального объединения инвесторов — иностранных компаний. Преобладание сырьевого экспорта в структуре товарооборота России актуализирует проблему внешнеэкономической деятельности для всех уровней власти на основе общих интересов экспортеров и внутренних потребителей, достижение какого-либо уровня поставок конкурентоспособных товаров, на которых специализируется регион. На основе внутренней стоимости производства усугубляется конфликт интересов государства и производителей сырья и топливно-энергетического сектора конкурентоспособных товаров, развития внутреннего рынка, создания рабочих мест и увеличения личного дохода населения. Угроза экономической безопасности формируется в структуре доходов государства, возникающих от внешней торговли России (зависимость дохода бюджета государства 50–52 %). На мировом рынке показатель экономической безопасности по уровню дохода бюджета от внешней торговли составляет 20 %.

Таким образом, внешняя торговля постоянно играла и, несомненно, продолжает играть немалую роль в финансовой жизни нашего государства. Плавный рост международной торговли нашей страны сопровождался созданием устойчивой структуры торгового процесса в сфере импорта и экспорта. Внешняя торговля представляет собой значимый потенциал для существенного развития и характерного расширения, связанный должным образом с увеличением доли новейших форматов, ростом консолидации торговой деятельности, усилением конкурентоспособного состояния национального производства.

---

<sup>1</sup> *Обзоры* внешней торговли // Портал внешнеэкономической информации. URL: [http://ved.gov.ru/monitoring/foreign\\_trade\\_statistics/monthly\\_trade\\_russia](http://ved.gov.ru/monitoring/foreign_trade_statistics/monthly_trade_russia).

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### **Секция 1. Качество, безопасность и конкурентоспособность потребительских товаров: современное состояние, теория и практика в условиях Евразийского экономического союза и ВТО**

<b>Аношко Я. В.</b> Уровень конкуренции в Российской Федерации и пути его повышения на основе маркетинговой логистики.....	3
<b>Букерт Е. А.</b> Проблемы правового реагирования государства на нарушения интеллектуальной собственности субъектами внешнеэкономической деятельности.....	7
<b>Доманская И. К.</b> Экологическая безопасность как фактор повышения конкурентоспособности потребительских товаров.....	12
<b>Зуева О. Н., Сергеев С. Н.</b> Новые направления обеспечения защиты жизни и здоровья детей на территории Евразийского экономического союза.....	16
<b>Иванов Д. А., Чугунова О. В.</b> Фактор питания в обеспечении спортивных результатов.....	20
<b>Лейберова Н. В.</b> Современные тенденции рынка безглютеновых продуктов и их качества.....	25
<b>Носкова В. Д., Черенцова Г. Г.</b> Маркировка как фактор, определяющий качество и безопасность игрушки.....	29
<b>Попова О. С.</b> Сравнительная оценка качества косметических гелей для умывания лица.....	32
<b>Пьянкова Д. Е.</b> Экспертиза качества кожаной обуви.....	36
<b>Родионова А. С.</b> Ответственность сторон за нарушение обязательств по договору международной купли-продажи товаров.....	40
<b>Терентьева Е. С.</b> Качество сельскохозяйственной продукции на внутреннем рынке в рамках функционирования ЕАЭС.....	44
<b>Фролова Н. Ю.</b> Тенденции развития рынка упаковки потребительских товаров.....	47
<b>Царева С. В.</b> Товароведная оценка качества колбасных изделий.....	51
<b>Черенцова Г. Г.</b> Влияние показателей качества и безопасности на конкурентоспособность игрушки.....	55
<b>Яковина Е. Ю.</b> Система менеджмента качества как основа повышения конкурентоспособности организации в условиях ВТО.....	59

### **Секция 2. Инновационные технологии в сфере производства и обращения товаров на потребительском рынке**

<b>Беляев Н. М., Кисель А. А.</b> Новые способы и потенциальные возможности применения отходов производства пищевой продукции.....	63
--	----

Гришина В. В. Оценка влияния развития цифровых технологий в сфере производства и обращения крупного промышленного города .....	68
Донскова Л. А., Коткова В. В. Инновационные технологии в сфере производства и обработки мясных товаров .....	72
Лазарев В. А., Титова Т. А. Инновационные технологии при производстве молочных продуктов .....	76
Меркулова Н. Ю., Ключкина В. Г. Инновационный продукт из свинины сырокопченой категории В .....	80
Савельева И. Н. Инновации в розничной торговле .....	84
Царегородцева С. Р., Савин Г. В., Каточков В. М. Применение IT-технологий как фактор повышения эффективности работы компании .....	88
<b>Секция 3. Современная теория и практика управления логистикой</b>	
Заводской Н. А. Рынок складской недвижимости в России .....	92
Замараева Е. Н. Возможность применения системного подхода для анализа эффективности международных транспортных коридоров .....	96
Злоказова А. В. К вопросу об особенностях организации логистических процессов предприятий пищевой промышленности .....	100
Кудина А. В. Рынок транспортно-логистических услуг в России: тенденции, проблемы и пути их решения .....	102
Леонтьева А. И. Опыт организации и управления цепями поставок в зарубежных странах (на примере производственной компании Toyota Motor Corporation) .....	106
Мажитова С. К. О некоторых аспектах цифровизации транспортно-логистической системы Республики Казахстан .....	110
Осипова Д. С., Савельева И. Н. Тенденции развития международных логистических систем и мировой логистической инфраструктуры .....	113
Пилер Ю. А. Влияние ритейла на рынок складской недвижимости Свердловской области .....	117
Рымашевская Е. А., Карх Д. А. Страхование как инструмент управления рисками в транспортной логистике .....	120
Сенников П. А., Спиркин И. М. Опыт организации и управления цепями поставок в зарубежных странах (на примере компании Apple) .....	124
Солдатова Ю. В. Особенности управления закупками ресурсоснабжающей организации в регионах с ограниченными условиями поставки .....	128
Топоркова Е. В. Формирование системы управления логистическим потоком НИОКР виртуального технопарка .....	133
Хасанова К. Д. Опыт организации и управления цепями поставок в России (на примере компании X5 Retail Group) .....	137
Хмельницкая З. Б. Проблемы подготовки и сертификации кадров логистического профиля .....	141

Шалагинов Д. С. Современное состояние, проблемы и перспективы развития транспортно-логистических услуг в Свердловской области .....	146
---	-----

**Секция 4. Тенденции и перспективы развития  
внутренней и внешней торговли Российской Федерации**

Босе У., Грейз Г. М. Российские инвестиции в страны Центральной Азии .....	150
Данько Н. Н. Тенденции и перспективы развития рынка целлюлозно-бумажной продукции.....	154
Ильяшенко В. В. Внешняя торговля России: динамика, структура, тенденции развития .....	158
Ковина Е. Д. Влияние интеграционных процессов и продовольственного эмбарго на взаимную торговлю между Российской Федерацией и Республикой Беларусь .....	163
Куликова Е. С. Потенциал локального потребительского рынка в системе маркетинга территории .....	168
Курилова А. Ю. Институты стимулирования внешней торговли: опыт работы торговых представительств Австрийской Республики .....	172
Плюснина О. М. Тенденции на внутреннем и внешнем рынке электроинструментов.....	176
Рагозинникова Е. В. Основные тенденции развития российского рынка косметических товаров.....	180
Тедеев К. С., Протасова Л. Г. Проблемы региональной книжной торговли ....	184
Фадеева З. О. Тенденции развития вендинга в России .....	188
Шагалова В. А. Внешняя торговля России .....	192

*Научное издание*

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК ЕВРАЗИИ:  
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ,  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА В УСЛОВИЯХ  
ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА И ВТО**

Материалы  
Международной научно-практической конференции

(Екатеринбург, 29 ноября 2019 г.)

Корректор  
*И. Ш. Орлова*

Компьютерная верстка  
*Н. В. Троицкой*

Поз. 5. Подписано в печать 05.03.2020.

Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная. Печать плоская.

Уч.-изд. л. 10,2. Усл. печ. л. 11,6. Печ. л. 12,5. Заказ 106. Тираж 12 экз.

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



УРАЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

