

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Сибирский федеральный университет

**Региональные рынки
потребительских товаров:
качество, экологичность,
ответственность бизнеса**

Материалы
IV Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием

Красноярск, 8–10 декабря 2022 г.

Электронное издание

Красноярск
СФУ
2023

УДК 339.13.01
ББК 65.422.52
P326

Ответственный за выпуск – Юлия Юрьевна Сулова

P326 Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск, 8–10 декабря 2022 г. [Электронный ресурс] / отв. за вып. Ю. Ю. Сулова. – Электрон. дан. (7,7 Мб). – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2023. – 443 с. – Систем. требования : PC не ниже класса Pentium I ; 128 Mb RAM ; Windows 98/XP/7/8/10 ; Adobe Reader V8.0 и выше. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-7638-4805-2

В материалах конференции затрагивается широкий круг проблем развития рынка потребительских товаров.

Предназначены для преподавателей, научных работников, специалистов различных областей знаний, а также аспирантов и студентов отраслевых высших учебных заведений.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

ISBN 978-5-7638-4805-2

УДК 339.13.01
ББК 65.422.52

© Сибирский федеральный университет, 2023

Электронное научное издание

Корректор З. В. Малькова
Компьютерная вёрстка И. В. Гревцовой

Подписано в свет 10.04.2023. Заказ № 18246
Тиражируется на машиночитаемых носителях

Библиотечно-издательский комплекс Сибирского федерального университета
660041, г. Красноярск, пр. Свободный, 82а
Тел. (391) 206-26-16; <http://bik.sfu-kras.ru>. E-mail: publishing_house@sfu-kras.ru

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКСПЕРТИЗЫ И ГОСУДАРСТВЕННОГО НАДЗОРА НА РЫНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ».....	12
<i>Гаврилова А. А.</i> РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ СХЕМ УКЛОНЕНИЯ ОТ УПЛАТЫ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И НАЛОГОВ, ВЗИМАНИЕ КОТОРЫХ ВОЗЛОЖЕНО НА ТАМОЖЕННЫЕ ОРГАНЫ.....	13
<i>Григальчик Г. Н.</i> СОСТОЯНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ: ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА	17
<i>Ефремова З. С., Гадалкин А. Р.</i> РАЗРАБОТКА КОНСТРУКЦИИ ПЕРЧАТКИ ДЛЯ БЕЗОПАСНОЙ РАБОТЫ С ГОРЯЧИМ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ОБОРУДОВАНИЕМ.....	21
<i>Креминская Е. С.</i> ФАЛЬСИФИКАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ОБУВИ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ	24
<i>Кротова И. В., Боев В. С.</i> К ВОПРОСУ О БЕЗОПАСНОСТИ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ.....	28
<i>Ленишина О. Д., Шабунина А. А.</i> РЕАЛИЗАЦИЯ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	33
<i>Мустафаева Е. Р.</i> ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ ГРУППЫ 57 ТН ВЭД ЕАЭС	38
<i>Павловский С. А.</i> АНАЛИЗ КАЧЕСТВА БЫТОВОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТЕХНИКИ БЮДЖЕТНОГО СЕГМЕНТА.....	42
<i>Паршикова В. Н., Шотт О. И., Петренко Е. В.</i> АССОРТИМЕНТ И ОЦЕНКА БЕЗОПАСНОСТИ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ, ПРОИЗВЕДЕННОЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НАНОМАТЕРИАЛОВ.....	44
<i>Петренчук Ю. Д.</i> ЦИФРОВАЯ МАРКИРОВКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ	49
<i>Mikhalkova D. V., Fakhrutdinova Yu. V., Veretnova O. Yu.</i> ASSESSMENT OF THE INFORMATION COMPLETENESS PROVIDED ON THE CONSUMER GOODS LABELING	51
СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ».....	56
<i>Бирюк Д. В.</i> ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА	57

<i>Боков И. И.</i> БУДУЩЕЕ РОССИИ В ИНИЦИАТИВЕ.....	60
<i>Веремеенко О. С.</i> НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	63
<i>Головки С. А., Михно В. С., Остроух В. А.</i> МАРКЕТПЛЕЙСЫ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ	65
<i>Горенкова А. Е., Демченко С. К., Сартене О. Т.</i> ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА.....	70
<i>Емельянов А. Д., Терещенко Н. Н.</i> ОЦЕНКА РИСКОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	71
<i>Иванова Д. Н.</i> РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ: СУЩНОСТЬ, ПОДХОДЫ И ТЕОРИИ.....	76
<i>Казанцева Н. В.</i> ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА	79
<i>Комарова Е. С.</i> СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	82
<i>Котляров И. Д.</i> ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КАК УГРОЗА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО ДОСТУПА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ТОВАРАМ И УСЛУГАМ.....	85
<i>Мартынович А. В., Багузова Л. В.</i> ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЗАТРАТ НА ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ ЭЛЕКТРОННО-БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ С УЧЁТОМ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ	90
<i>Матвеев К. А., Берг Т. И.</i> «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЯДЫ» ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	96
<i>Овчинникова К. А., Берг Т. И.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ	102
<i>Петакчан Л. А., Демченко С. К.</i> ВОЗДЕЙСТВИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ	108
<i>Петрученя И. В.</i> ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЕМКОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	111

<i>Прагнау Е., Есина О. Н.</i> СФЕРА УСЛУГ В РОССИИ И КАЗАХСТАНЕ: ТЕНДЕНЦИИ И СПЕЦИФИКА	114
<i>Разомасова Е. А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ КЛАССИФИКАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ В ГРАНИЦАХ ЭКОСИСТЕМЫ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ	117
<i>Рубан О. В.</i> АВТОМАТИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	120
<i>Рукосуева Ю. В.</i> ГЕНЕЗИС «ЭФФЕКТИВНОСТИ» В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ	123
<i>Русак Е. Н., Нуждина А. В.</i> ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ ДОСТАВКИ ЕДЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	126
<i>Терещенко Н. Н., Трусова С. В.</i> ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....	131
<i>Хетчикова Д. В.</i> РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ И ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ.....	136
СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ В СФЕРЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ».....	140
<i>Анисимова Т. В., Акатышева К. Е., Рыбакова Г. Р.</i> ПРОБЛЕМА СЫРЬЕВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ШКОЛЬНОМ ПИТАНИИ	141
<i>Васильева Н. О.</i> СРОК ГОДНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ: ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНА И НАПРАВЛЕНИЕ ЕГО РАЗВИТИЯ В ИНТЕРЕСАХ БИЗНЕСА И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	144
<i>Герасимова Е. А., Чаплина А. Н.</i> ОБЕСПЕЧЕНИЕ ESG-УСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.....	148
<i>Гуленкова Г. С., Иванова Г. В., Анисимова Т. В.</i> К ВОПРОСУ ОБ ОПТИМАЛЬНОМ ПИТАНИИ ШКОЛЬНИКОВ.....	153
<i>Гуленкова Г. С., Сергиенко Е. В., Рыжук В. А.</i> ТОВАРОВЕДЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА СОКА АПЕЛЬСИНОВОГО РАЗЛИЧНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ	156
<i>Дымова Ю. И., Алиева К. М.</i> РАЗРАБОТКА И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРОДУКТА.....	159
<i>Костюченко В. А., Федченко Е. А., Кротова И. В.</i> ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МАСЛА СЛИВОЧНОГО «КРЕСТЬЯНСКОГО» МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.....	162

<i>Крутий А. В., Зобнина И. А.</i> ТОВАРОВЕДНАЯ ЭКСПЕРТИЗА РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ	165
<i>Марченкова С. Г., Корчашкин Е. П., Демидко Д. А.</i> РАЗРАБОТКА ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО СТЕНДА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ВЛИЯНИЯ УФ-ИЗЛУЧЕНИЯ НА РАФИНИРОВАННОЕ РАСТИТЕЛЬНОЕ МАСЛО	168
<i>Михалькова Д. В., Веретнова О. Ю.</i> ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА СЫРА ТВОРОЖНОГО	171
<i>Моргун А. А., Дойко И. В., Зобнина И. А.</i> ТОВАРОВЕДНО-ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЕЧЕНЬЯ СДОБНОГО РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.....	174
<i>Моргун В. Н., Мельник Т. В.</i> ТРУДНЫЙ ПУТЬ К КАЧЕСТВУ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?	177
<i>Решетников Д. Е., Анисимова Т. В., Гуленкова Г. С.</i> АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ШКОЛЬНИКОВ В ПИТАНИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЗДОРОВЬЯ	181
<i>Рогачева О. А.</i> ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ.....	186
<i>Сергиенко Е. В., Корниенко Е. В., Гуленкова Г. С.</i> ПАЛИНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕДА НАТУРАЛЬНОГО ЛЕСОСТЕПНОЙ ЗОНЫ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ.....	190
<i>Смертина Н. Д., Зобнина И. А.</i> ТОВАРОВЕДНАЯ ЭКСПЕРТИЗА СЛИВОЧНОГО МАСЛА РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ	194
<i>Стародуб О. А., Нестеренко О. В., Николаева Д. И.</i> ВЛИЯНИЕ УПАКОВКИ ТОВАРОВ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	197
<i>Стародуб О. А., Петелина В. А.</i> ХИМИЧЕСКИЙ СОСТАВ И ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ	202
<i>Сухих И. Е., Герасимова Е. А.</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ.....	205
<i>Федченко Е. А., Кротова И. В., Леонтьев В. М.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ ТОВАРОВЕДЕНИЯ	208
<i>Чалых Т. И., Райкова Е. Ю.</i> ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ УПАКОВКИ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ЖИДКОСТЕЙ	211
СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «ИННОВАЦИИ В ТЕХНОЛОГИИ И ТЕХНИКЕ ПИЩЕВЫХ ПРОИЗВОДСТВ, ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ»	214
<i>Барабаш Н. В.</i> ВЛИЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕСТИЦИДОВ НА КАЧЕСТВО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ.....	215

<i>Воробьёва А. В., Рыгалова Е. А.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ МЯСНОЙ СНЕКОВОЙ ПРОДУКЦИИ	219
<i>Губаненко Г. А., Петренко Е. В., Емельянова Д. И., Полякова А. С., Потик Е. А., Немцева Д. В., Овчинникова Г. Ю.</i> ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ПШЕНИЧНОГО, РЖАНОГО И РЖАНО-ПШЕНИЧНОГО ХЛЕБА В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСКЕ	221
<i>Держапольская Ю. И.</i> ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕНАТУРИРОВАННЫХ СЫВОРОТОЧНЫХ БЕЛКОВ В ТЕХНОЛОГИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАПИТКА	225
<i>Дружечков Н. К., Величко Н. А., Дружечкова Е. Н., Ханипова В. А.</i> ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБОГАЩЕНИЯ ЯГОДНЫМИ КОМПОНЕНТАМИ.....	227
<i>Дюлюш Ч. А., Позняковский В. М., Челнакова Н. Г.</i> ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ ТИРЕОИДНОЙ НЕДОСТАТОЧНОСТИ	232
<i>Захаренко М. А., Позняковский В. М.</i> ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ.....	234
<i>Позднякова О. Г., Казакова М. А., Позняковский В. М., Челнакова Н. Г.</i> БИОКОМПЛЕКС ДЛЯ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ И ПРОФИЛАКТИКИ АЛЛЕРГИЧЕСКОГО ПРЕССИНГА: ТЕХНОЛОГИЯ ИННОВАЦИЙ И ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЯ	236
<i>Макличенко О. А., Гвасалия Т. С.</i> РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА БЛЮД БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ ДЛЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПИТАНИЯ.....	239
<i>Мехдиев Р. В.</i> ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛУЧЕНИЯ ПОЛИДИСПЕРСНЫХ ГРАНУЛ ДЛЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЫСТРОРАСТВОРИМОГО КИСЕЛЯ.....	244
<i>Мусина О. Н., Нагорных Е. М.</i> РЕЦЕПТУРЫ, УСТРОЙСТВА И СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ПЛАВЛЕННЫХ СЫРОВ КАК РЕЗУЛЬТАТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	246
<i>Гребенчук А. А., Наймушина Л. В., Зыкова И. Д., Коваленко Д. В., Лукьянова К. А.</i> БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЙ ТОНИЗИРУЮЩИЙ НАПИТОК НА ОСНОВЕ ЭКСТРАКТА РОДОДЕНДРОНА АДАМСА	249
<i>Писаренко О. Н.</i> РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ИЗ ОВОЩЕЙ ДЛЯ ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ.....	255
<i>Плотников Д. А., Буракова Л. Н.</i> ЗНАЧЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	259

<i>Речкин К. Я., Речкина Е. А.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ	261
<i>Тарган А. О.</i> ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SMM ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА	263
<i>Тюхтина А. Н., Шароглазова Л. П.</i> ПРИМЕНЕНИЕ ПОРОШКА RIBES RUBRUM ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ МЯСНОЙ СНЕКОВОЙ ПРОДУКЦИИ.....	268
<i>Феофилактова О. В., Лабеецкий В. В.</i> ВЛИЯНИЕ УЛЬТРАЗВУКОВОЙ ГОМОГЕНИЗАЦИИ НА МИКРОБИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭМУЛЬСИОННЫХ СОУСОВ.....	270
<i>Худых Т. А., Первышина Г. Г.</i> ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ КОНФЕТ КЛАССА ПРЕМИУМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛОДОВ РЯБИНЫ СИБИРСКОЙ	273
<i>Чижмотря Н. В., Шароглазова Л. П.</i> ЧЕРЕМША КАК ИСТОЧНИК ОБОГАЩЕНИЯ РУБЛЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ МЯСА ПТИЦЫ РАСТИТЕЛЬНЫМИ КОМПОНЕНТАМИ	276
<i>Шаламова Е. И., Наймушина Л. В., Зыкова И. Д., Микова Н. М., Лукьянова К. А.</i> РАЗРАБОТКА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СОУСА ИЗ ОБЛЕПИХИ.....	278
<i>Шушаков А. А., Оробинская В. Н., Пушмина И. Н.</i> ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ НАПИТКИ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ	283
СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «РОЛЬ ТАМОЖЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ОБЕСПЕЧЕНИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРИОРИТЕТОВ И ПОТРЕБНОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ».....	290
<i>Андерсон Е. А., Ильина А. В.</i> СООТНОШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ.....	291
<i>Белан К. Д.</i> ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ ПРИ ЭКСПОРТЕ РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ ИЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ФЕДЕРАТИВНУЮ РЕСПУБЛИКУ ГЕРМАНИЯ	294
<i>Бердникова Е. А.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММ ПО УПРОЩЕНИЮ ТАМОЖЕННЫХ ФОРМАЛЬНОСТЕЙ ДЛЯ ДОБРОСОВЕСТНЫХ УЧАСТНИКОВ ВЭД В КАНАДЕ И РОССИИ	298
<i>Буковец Е. Д., Комарницкая Т. В., Прокудина В. А.</i> РОЛЬ ТАМОЖЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПЕЙ.....	302
<i>Войтович К. И., Меньшикова В. К.</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ И МЕТАЛЛОВ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС	306

<i>Горнасталева А. А., Зайченко Е. А.</i> ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СИБИРСКОГО ТАМОЖЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ.....	310
<i>Григальчик Г. Н., Демакова Е. А.</i> ЭВОЛЮЦИЯ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА КАК ИНСТРУМЕНТА ЗАЩИТЫ ИНТЕРЕСОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	314
<i>Жданов П. А., Демина Л. Н.</i> ОРГАНИЗАЦИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВ	319
<i>Зограбян С. Г.</i> ЦЕНТРАЛЬНОЕ ЭКСПЕРТНО-КРИМИНАЛИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	323
<i>Кашицына Д. А., Меньшикова В. К.</i> СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ	326
<i>Кругляков П. М.</i> ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ КОРМОВЫХ ДОБАВОК НА ОСНОВЕ КАРБОНОВЫХ КИСЛОТ ПРИ КЛАССИФИКАЦИИ В ТН ВЭД ЕАЭС	329
<i>Кур-Седи А. А.</i> ТАМОЖЕННЫЕ ОПЕРАЦИИ И ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ В ОТНОШЕНИИ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ, ПЕРЕМЕЩАЕМЫХ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС	333
<i>Ленишина О. Д., Мигунова М. И.</i> ЗАВИСИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ДОХОДОВ ОТ ЭКСПОРТА ПРИРОДНОГО СЫРЬЯ. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ	337
<i>Лысенко Д. М.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКТОВ НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ АССОРТИМЕНТА НА ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДКАХ КНР.....	342
<i>Мурашов М. Н., Рудич Я. А., Мигунова М. И.</i> ИНСТРУМЕНТЫ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА	344
<i>Мустафаева Е. Р.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ТАМОЖЕННОЙ ГРАМОТНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ – ОТПРАВИТЕЛЕЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОЧТОВЫХ ОТПРАВЛЕНИЙ	348
<i>Babushkina A. S., Glotova M. V.</i> STRENGTHENING INTERNATIONAL COOPERATION THROUGH INTERNATIONAL EVENTS.....	352
<i>Bondareva A. V., Mogilevskaya N. V.</i> PROSPECTS FOR INTRODUCING INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CUSTOMS ADMINISTRATION	356
<i>Daitova M. S.</i> INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION	359

<i>Dobrovolskiy D. V., Yurdanova V. N., Mogilevskaya N. V.</i> ANALYSIS OF ECONOMIC COOPERATION BETWEEN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE COUNTRIES OF SCANDINAVIA	362
<i>Fedorova D. V., Glotova M. V.</i> GLAMPING AS A METHOD OF INTERNATIONAL COOPERATION	366
<i>Filimonova E. P., Vyalov N. V., Mogilevskaya N. V.</i> COMMODITY CIRCULATION BETWEEN RUSSIA AND CHINA DURING THE SANCTIONS	370
<i>Kashitsina D. A., Menshikova V. K., Yurdanova V. N.</i> THE IMPORT SUBSTITUTION IN THE STANDARDIZATION SYSTEM.....	373
<i>Korbmacher T. V., Murashov M. N., Rudich Ya. A.</i> INTERNATIONAL COOPERATION AND INTERACTION WITH FOREIGN GUESTS IN THE HILTON HOTEL CHAIN IN RUSSIA.....	376
<i>Marchenko V. V., Menshikova V. K., Yurdanova V. N.</i> THE ROLE OF STANDARDIZATION BODIES AND SERVICES IN THE ACTIVITIES OF CUSTOMS AUTHORITIES	379
<i>Markov E. A., Menshikova V. K., Yurdanova V. N.</i> THE ROLE OF FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY IN CUSTOMS SYSTEM AND LANGUAGE TRAINING OF PERSONNEL IN THE CONTEXT OF SANCTIONS PRESSURE ON RUSSIA.....	382
<i>Mozhaeva A. S., Yurdanova V. N.</i> RESEARCH OF TECHNICAL REGULATIONS CUSTOMS UNION	384
<i>Mustafayeva E. R., Demina L. N., Yurdanova V. N.</i> ACTIVITIES ORGANIZATION OF CUSTOMS POST OF ACTUAL CONTROL	388
<i>Shambeeva N. I.</i> THE INFLUENCE OF THE SEASONALITY FACTOR ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM	390
<i>Turankina S. O., Glotova M. V.</i> IMPLEMENTATION OF ECOLOGICAL INNOVATIONS IN THE FIELD OF HOSPITALITY	392
<i>Yakovleva E. R., Yurdanova V. N.</i> STANDARDIZATION AS A WAY OF INTERNATIONAL COOPERATION.....	395
СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА»	399
<i>Анехов М. В.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	400
<i>Ведерникова А. Д., Семенова Е. А.</i> РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦАХ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА	403
<i>Грибова К. И., Казакова Е. С., Сарыглар А. Ш.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	408

<i>Денисова М. И., Назаров Н. А., Сергачева О. М.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ESG-ПОВЕСТКИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ И ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ	412
<i>Донгак А.-Ч. А.</i> ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА.....	416
<i>Зоммер Л. В.</i> БИЗНЕС-АНАЛИТИКА И ПОДХОД DATA DRIVEN В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	419
<i>Карпова Д. В.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГЛЭМПИНГА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ.....	423
<i>Кашапов К. Р., Золотаренко В. И., Корчевская О. В.</i> ОБЗОР СТРАТЕГИЙ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО И ТУРИЗМ В ЦЕЛОМ.....	427
<i>Лях А. А., Джабиева Э. М.</i> ПРОГРАММНАЯ ПОДДЕРЖКА СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	430
<i>Солнцева А. О., Матвеева Д. А.</i> ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ КЕЙТЕРИНГА СЛУЖБАМИ ПИТАНИЯ ПРИ ГОСТИНИЦАХ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКА).....	434
<i>Шитова Д. Д.</i> АРКТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	438

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ
**«Проблемы и перспективы
экспертизы
и государственного надзора
на рынках потребительских
товаров»**

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА МАРКИРОВКИ ТОВАРОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЯ СХЕМ УКЛОНЕНИЯ ОТ УПЛАТЫ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И НАЛОГОВ, ВЗИМАНИЕ КОТОРЫХ ВОЗЛОЖЕНО НА ТАМОЖЕННЫЕ ОРГАНЫ

А. А. Гаврилова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Статья посвящена анализу особенностей таможенного контроля подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации товаров, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС. В настоящее время наблюдается увеличение внешнего товарооборота через таможенную границу Евразийского экономического союза, следовательно, актуально изучить некоторые методы идентификации товаров при таможенном контроле. В статье рассмотрены такие ключевые аспекты, как механизм информационной системы маркировки и прослеживаемости товаров, специфика внедрения национальной системы прослеживаемости товаров, проблемные аспекты реализации национальной системы маркировки товаров средствами идентификации и национальной системы прослеживаемости товаров.

Ключевые слова: маркировка, средства идентификации, прослеживаемость товаров, контрафактная продукция

Мировое сообщество принимает меры по переходу к цифровой экономике, а значит, у стран – членов ЕАЭС появляется необходимость в объединении усилий в разработке проектов, касающихся новых цифровых моделей и бизнес-процессов. Информатизация процессов торговли позволяет обеспечить свободное движение товаров, услуг, капитала, упрощает таможенные процедуры, обеспечивает возможность использования электронной торговли. В ходе перехода к электронной торговле назрел важный вопрос о создании системы маркировки и прослеживаемости товаров в рамках ЕАЭС. В нашем государстве и на пространстве ЕАЭС была создана система маркировки и прослеживаемости товаров.

Следует отметить, что система позволяет осуществлять контроль за вводимыми в оборот товарами на всех этапах жизненного цикла, начиная с производства, поставки и реализации потребителям, а также решить и ряд других важных задач по упрощению и обеспечению прозрачности таможенных процедур (в частности, исключение использования различных схем уклонения от уплаты таможенных и налоговых платежей). Кроме того, введение системы прослеживаемости в ЕАЭС способствует предупреждению ввоза на территорию ЕАЭС контрафактной продукции [1; 2]. Данная система в настоящее время все еще не совершенна и нуждается в улучшении, что и обусловило актуальность темы статьи.

С целью сокращения в Российской Федерации нелегального оборота продукции была разработана единая система цифровой маркировки и прослеживаемости товаров. Эта система призвана бороться с незаконным оборотом товаров, защитить легальный бизнес. Постановление Правительства РФ № 1956 было принято 31.12.2019, согласно тексту с 1 января 2021 г. на территории нашего государства запретили оборот немаркированных товаров легкой промышленности [3]. Одновременно с развитием Единой системы маркировки и прослеживаемости товаров на территории ЕАЭС, в России также началось создание национальной системы маркировки товаров. Такой национальной системой стала система «Честный знак».

* © Гаврилова А. А., 2023

В рамках таможенного дела маркировка товаров выполняет идентифицирующую функцию, ее проверка является одной из мер таможенного контроля. Наличие на товаре или его упаковке маркировки подтверждает его легальность и законность ввоза на территорию ЕАЭС или вывоза с территории ЕАЭС [4]. На таможенные органы возложена обязанность проводить таможенный контроль в отношении ввозимых и вывозимых товаров и для успешного выполнения этих задач необходимо использовать систематизированную информацию о маркировке товаров.

Перечень товаров, подлежащих обязательной маркировке, утвержден Распоряжением Правительства РФ «Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации» от 28.04.2018 № 792-р [5]. Таможенные органы проверяют товары на наличие у них идентификационных знаков. Требование по обязательной маркировке товаров единым знаком соответствия («ЕАС») перед выпуском в обращение на территории ЕАЭС должно быть реализовано до момента ввоза товаров на таможенную территорию Союза [6; 7].

В 2024 г. должно завершиться создание системы маркировки товаров контрольными идентификационными знаками. Для реализации данного проекта был создан Центр Развития Перспективных Технологий (далее – ЦРПТ). Конечным результатом системы маркировки станет недопущение продажи нелегального товара. Информационная система дает возможность покупателям узнавать информацию о товарах, ответственно рынок становится прозрачным, а бизнес – честным.

Глобальные вызовы национальной экономики, в основе которых лежит переход к цифровой экономике, продиктовали необходимость объединить усилия государств – членов Евразийского экономического союза по вопросу создания проектов и мероприятий новых цифровых бизнес-процессов и цифровых моделей. Одна из первых задач – создание системы прослеживаемости товаров. Внедрение системы позволит повысить экологическую и потребительскую безопасность товаров, а также снизить риски, связанные с ввозом контрафактной продукции на таможенную территорию. Одним из основных положительных моментов ЕАЭС при разработке и внедрении систем прослеживаемости товаров является то, что на мировом рынке уже созданы многочисленные примеры государственных и частных инициатив в этой области. Анализ этих примеров позволяет понять, какие инструменты и технологии работают лучше всего и могут быть приняты и доработаны с учетом специфики евразийского рынка, а также заранее учесть проблемные вопросы, выявленные в ходе исследований в этой области за последние несколько лет.

Маркировка, выступая, главным образом, основным идентификатором продукции в рамках торгового оборота на пространстве Евразийского экономического союза вне зависимости от конкретных разновидностей, призвана обеспечивать достоверными и качественными сведениями о перемещаемых товарах всех участников рынка. Безусловно, особая роль отводится регулированию на законодательном и нормативно-техническом уровнях, и вопросам, связанным с особенностями применения маркировки товаров при заявлении различных таможенных процедур, осуществлении таможенных операций, правильности указания сведений об идентификационных знаках при оформлении декларации на товары [7]. В этой связи возрастает актуальность контроля за операциями, связанными с оборотом товаров (так называемой прослеживаемости товаров); обеспечению бесперебойного функционирования системы сбора, учета и хранения сведений о товарах, а также информационному взаимодействию по обмену сведениями, осуществляемому контролирующими органами в целях прослеживаемости товаров.

В целях таможенного контроля, для выявления и подтверждения подлинности конкретного вида и наименования товара, а также соответствия определенным требованиям или информации о нем, указанной на маркировке или в товарно-

сопроводительных документах, применяется идентификация товаров, транспортных средств, помещений и других мест [8].

Помимо инновационного инструмента общественного контроля традиционной мерой поддержания минимального уровня нарушений установленных требований выступает законодательно регламентированный порядок применения ответственности по тем или иным административным правонарушениям. Несоблюдение обязанности по маркировке товаров средствами идентификации обуславливает наложение ряда санкций:

- применение таможенной процедуры реэкспорта в отношении немаркированной средствами идентификации партии товаров;
- возбуждение дела об административном правонарушении;
- установление наказания в виде административного штрафа.

Тем не менее установленные меры ответственности все же позволяют выявлять значительный процент правонарушений.

В целях обеспечения решения возложенных на таможенные органы задач ведется специальная таможенная статистика, порядок которой устанавливается федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области таможенного дела. Объектами анализа статистики таможенных правонарушений являются административные правонарушения в сфере таможенного дела в соответствии со статьями КоАП РФ и преступления в сфере таможенного законодательства согласно УК РФ. Количество возбужденных дел по АП с 2015 по 2020 г. увеличилось почти на 1,3 раза, а с 2019 по 2020 г. сократилось на 76 %. Количество возбужденных дел по УП с 2016 по 2020 г. не превышало более 3 000 дел и сократились на 9,2 % [9].

Распространенными нарушениями по части маркировки продукции являются: отсутствие знаков «ЕАС»; нанесение маркировки на транспортную упаковку, а на товаре она отсутствует; нелегальная маркировка, нарушение порядка реализации продукции и маркировки продукции; недостоверное декларирование соответствия продукции; нарушение обязательных требований к маркировке пищевой продукции. Количество правонарушений, возбужденных в связи с выпуском или продажей товаров и продукции без соответствующей маркировки и (или) информации, а также с нарушением установленного порядка нанесения такой маркировки и (или) информации, неуклонно растет [1; 9].

В связи с проведением проверки маркировки товаров средствами идентификации снизился товарооборот нелегальной продукции. Однако практика применения системы маркировки показала наличие недостатков и проблем, которые нужно решать. В рамках данной работы мы рассмотрим такую проблему, как отсутствие нормативной базы, на которую можно сослаться для определения кодов ТН ВЭД ЕАЭС лекарственных средств, подлежащих обязательной маркировке. Эту проблему озвучивал ФТС России, так как без указанных кодов проводить какие-либо таможенные операции нельзя. Сегодня вопрос ввоза в Россию после запуска системы мониторинга лекарственных препаратов остался неразрешенным, законодатель не определил коды ТН ВЭД ЕАЭС для лекарственных препаратов, которые подвергаются обязательной маркировке [9].

При этом в 2020–2021 гг. мир остро столкнулся с пандемией, всплеск заболевания привел к тому, что в аптеках попросту закончились многие лекарственные препараты. В системе маркировки при этом произошел сбой, что привело к тому, что иностранные компании не смогли ввезти лекарственные препараты в Россию, так как не сумели растаможить груз, поскольку отсутствовал перечень кодов для лекарств, подлежащих обязательной маркировке. Импорт лекарственных препаратов очень сильно снизился, хотя в теории ожидался его рост.

Изложенное выше говорит о необходимости доработки нормативно-правовой базы, дополнении существующей товарной номенклатуры, а именно следует внести в нее коды товаров, которые подлежат обязательной маркировке.

Таким образом, мы рассмотрели только одну проблему, наиболее актуальную в современных реалиях, с которой таможенные органы столкнулись непосредственно в очень трудный и сложный для страны период.

Конечно, пробелы закона будут обнаруживаться в момент правоприменения нормативных актов. Можно с уверенностью сказать, что данный вопрос очень перспективен и не потеряет своей актуальности еще долгое время.

Резюмируя изложенное, следует отметить, что маркировка является неотъемлемой частью товара, так как несет актуальную информацию о нем и его упаковке. Необходимость цифровой маркировки признается многими странами, в т. ч. и государствами – членами ЕАЭС. В рамках таможенного дела цифровая маркировка товаров выполняет идентифицирующую функцию и является одной из мер таможенного контроля. Наличие на товаре или его упаковке контрольного идентификационного знака подтверждает его легальность и законность ввоза на территорию ЕАЭС или вывоза с территории ЕАЭС. Предстоит работа по развитию института цифровой маркировки для более широкого круга товаров и совершенствованию законодательной базы в отношении как самой процедуры маркировки, так и контрольно-надзорной деятельности со стороны таможенных и налоговых органов.

Список литературы

1. Зайченко Е. А., Петренко Е. В. Цифровые инструменты оповещения об опасной продукции на рынках ЕАЭС и ЕС // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 7 (117). С. 95–101.

2. Зайченко Е. А., Панкова К. И., Мамонтова Е. В. Обязательная маркировка как инструмент в борьбе с незаконным оборотом потребительских товаров // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса: материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под общ. ред. Ю. Ю. Сусловой. Красноярск, 2019. С. 417–423.

3. Об утверждении Правил маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении товаров легкой промышленности Федерации [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 31.12.2019 № 1956 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 14.11.2022).

4. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ // Официальный портал для декларантов и участников ВЭД Алта-Софт. Режим доступа: <https://www.alta.ru/tamdoc/18fz0289> (дата обращения: 14.11.2022).

5. Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 14.11.2022).

6. Официальный сайт Евразийской экономической комиссии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org>.

7. Об основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года: решение Высшего Евразийского экономического совета от 11.10.2017 № 12 // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 14.11.2022).

8. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]: Приложение 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического

союза, подписанному 11.04.2017 в Москве // Официальный портал для декларантов и участников ВЭД Алта-Софт. Режим доступа: <https://www.alta.ru/codex-2018/contents> (дата обращения: 14.11.2022).

9. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 14.11.2022).

УДК 339.3

СОСТОЯНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ: ВОПРОСЫ БЕЗОПАСНОСТИ И КАЧЕСТВА

Г. Н. Григальчик*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье проанализирован рынок парфюмерных товаров, выявлены проблемы подтверждения качества и безопасности продукции, охарактеризованы особенности цифровой маркировки.

Ключевые слова: парфюмерная продукция, безопасность, качество, фальсификация

На рынке парфюмерно-косметических товаров наблюдался ежегодный рост потребления до 2019 г. (4 %), в 2020 г. произошло снижение на 2 %. Данное снижение объясняется введением карантинных ограничений. Около 30 % рынка принадлежит отечественным производителям, 70 % – это продукция импортного производства. Доля парфюмерии из всей парфюмерно-косметической продукции составляет 15 %.

Российские производители парфюмерии выпускают продукцию в соответствии с Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС № 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» [1]. Так, согласно ст. 5 Технического регламента безопасность парфюмерной продукции обеспечивается совокупностью требований (рис. 1). Кроме того, в Приложении 1 ТР ТС № 009/2011 перечислены вещества, которые недопустимо использовать при производстве парфюмерии. Перед выпуском вся продукция подвергается процедуре подтверждения соответствия требованиям данного технического регламента, которая проводится в форме декларирования (декларация о соответствии).

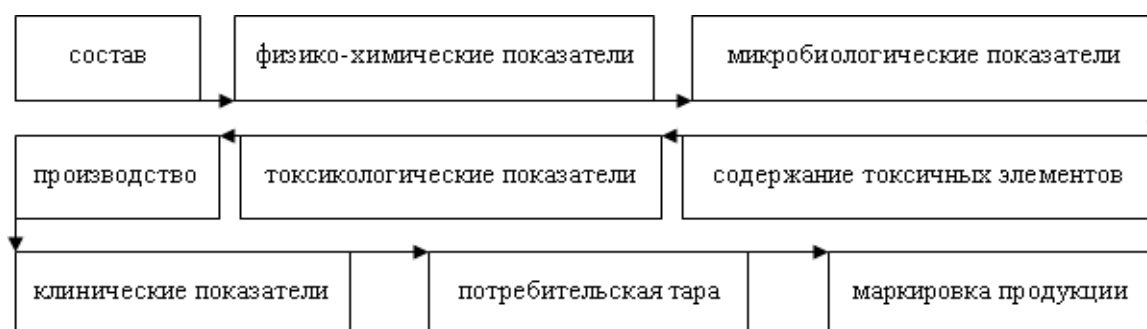


Рис. 1. Требования, предъявляемые к безопасности парфюмерной продукции

* © Григальчик Г. Н., 2023

Безопасность продукции в процессе её производства и обращения должна обеспечиваться посредством выбора технологических процессов производства, установления требований к сырью, упаковке, маркировочным материалам, критериям приемки, мероприятиям при наличии брака или незначительных отклонений, условиям транспортирования и хранения [2].

Важную роль приобрела фактическая прослеживаемость парфюмерной продукции. С 1 января 2020 г. была введена обязательная цифровая маркировка духов и туалетной воды [3]. В системе «Честный знак» каждый потребитель, при помощи сканирования кода Data Matrix, может получить информацию о товаре, в т. ч. подтвердить подлинность и происхождение товара, а также узнать данные об их производителе. Если при проверке через сайт или приложение «Честный ЗНАК» выявлена ошибка кода или информация о товаре отсутствует, товар не соответствует описанию в приложении, то потребитель вправе сообщить о таком нарушении в Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучию человека.

По данным Роспотребнадзора за 2020 и 2018 гг. из оборота было изъято 3,0 % и 0,5 % парфюмерной продукции соответственно (рис. 2). За исследуемый период произошел рост нарушений на 2,5 %, из них 0,1 % составляет продукция, реализуемая с нарушением прав интеллектуальной собственности. Можно предположить, что недостоверное декларирование (1,2 %) связано с введением обязательной маркировкой товарной позиции 3303 00. Следует отметить, что для этих периодов характерны одинаковые нарушения – отсутствие документов, подтверждающих безопасность продукции.



Рис. 2. Количество установленной парфюмерной продукции ненадлежащего качества, представляющей опасность для потребителей, за 2020 и 2018 гг.

Оборот рынка фальсифицированных парфюмерных товаров за 2020 г. оценивается в 10 млрд руб., наибольшее количество нелегальной парфюмерии производится на территории Турции, ОАЭ и Польши [4]. На рис. 3 представлены статистические данные о состоянии рынка некачественной парфюмерно-косметической продукции. Анализ данных свидетельствует, что самые низкие значения некачественной продукции (3 %) характерны для 2018 г., в дальнейшем происходит рост данного показателя, но меняется соотношение по отечественным (увеличение на 2,5 %) и экспортным товарам (снижение на 0,5 %).

Торговля парфюмерией на отечественном рынке осуществляется не только в специализированных торговых сетях, но и в небольших отделах и магазинах, а также с использованием интернет-торговли. Как правило, именно небольшие торговые предприятия и интернет-магазины занимаются реализацией контрафактного товара. Данные

предприятия не всегда подлежат государственному контролю и надзору, так как существуют на рынке непродолжительное время или постоянно меняют юридическое лицо.



Рис. 3. Качество отечественных и импортных товаров, поступивших на потребительский рынок [5]

На фоне роста парфюмерного рынка и высокой конкуренции целесообразным решением становится организация производства высокоэффективной продукции. По мнению экспертов, только крупные российские производители могут испытывать свою продукцию в собственных научно-исследовательских лабораториях. Затраты российских производителей на проведение НИОКР составляют менее 1 % от выручки и значительно уступают в сравнении с иностранным конкурентом. Разработка специальных лабораторий для оценки эффективности научных исследований парфюмерии, а также проведение оценки качества и подтверждения заявленных веществ могут быть полезными инструментами развития отрасли [6–9].

Для решения вопроса качества парфюмерных товаров необходимо уделить внимание сырью, которое служит основой для готовой продукции. Сырьё может быть натуральным или искусственным. В мире зарегистрировано свыше 25 000 различных компонентов, а в России используется около 5 000.

На сегодняшний день доля использования отечественного синтетического сырья не превышает 15 %, а растительного – до 20 %. Основное сырьё – это импортное, которое составляет около 90 %. Страны Юго-Восточной Азии сырьё, Европейские страны – синтетическое сырьё. Низкая обеспеченность собственной сырьевой базой обусловлена несколькими причинами: низкое качество, высокая цена, низкий уровень кооперации между производителями сырья и парфюмерной продукции. Вместе с тем, существует потенциал развития производств сырья по отдельным видам синтетических продуктов, например, спиртов, красителей.

Представленная на сегодняшний день парфюмерная контрафактная продукция угрожает здоровью и безопасности потребителям, а также препятствует экономическому развитию отдельных стран в рамках интеграции. Опасаясь подделки и фальсификации, правоохранительные органы изымают несертифицированную продукцию для проверки и закрытия подпольного производства [10]. В целях решения этих проблем необходимо разработать целый комплекс мер по наказанию недобросовестных участников рынка.

Список литературы

1. О безопасности парфюмерно-косметической продукции [Электронный ресурс] // ТР ТС 009/2011 (утв. Решением КТС от 23.09.2011 № 799). Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902303206?marker=7E20KC>.
2. О техническом регулировании [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (с изм. от 02.07.2021 № 351-ФЗ). Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241.
3. Об утверждении Правил маркировки духов и туалетной воды средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении духов и туалетной воды [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 31.12.2019 № 1957. Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/125746>.
4. Обязательная маркировка духов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://taxcom.ru/markirovka/markirovka-duhov>.
5. Торговля в России [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики: сайт. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13233>.
6. Ассоциация профессионалов парфюмерно-косметической промышленности России [Электронный ресурс]: официальный сайт. Режим доступа: <https://pcar.ru/?yandex-source=desktop-maps>.
7. Зайченко Е. А., Комельков Н. С. Анализ практики деятельности ФТС России в сфере контрольно-надзорной деятельности по противодействию незаконному обороту промышленной продукции // Проблемы развития рынка товаров и услуг: Перспективы и возможности субъектов РФ: материалы VI Всерос. научно-практической конференции с международным участием. Красноярск, 2020. С. 693–696.
8. Зайченко Е. А., Петренко Е. В. Цифровые инструменты оповещения об опасной продукции на рынках ЕАЭС и ЕС // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 7 (117). С. 95–101.
9. Зайченко Е. А., Петренко Е. В., Григальчик Г. Н. Борьба с незаконным оборотом контрафактных товаров: анализ практики деятельности ФТС России // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса : материалы III Всерос. научно-практической конференции с международным участием / отв. за выпуск Ю. Ю. Сулова. Красноярск, 2021. С. 299–303.
10. Панов С. Л. Противодействие обороту контрафактной парфюмерно-косметической продукции // Современное право. 2008. № 5.

РАЗРАБОТКА КОНСТРУКЦИИ ПЕРЧАТКИ ДЛЯ БЕЗОПАСНОЙ РАБОТЫ С ГОРЯЧИМ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ОБОРУДОВАНИЕМ

З. С. Ефремова, А. Р. Гадалкин*

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Т. А. Енютина

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Предложена конструкция перчатки для безопасной работы с горячим технологическим оборудованием, в т. ч. рассматривается вариант применения в пищевом производстве, а именно в работе поваров. На основании полученных данных была выявлена возможность расширения арсенала технических средств, используемых для защиты рук работающего персонала, в повышении термического сопротивления и механической прочности изделия.

Ключевые слова: перчатка, защитный вкладыш, термическая защита, защита рук

На многих производствах при наличии повышенных температур оборудования требуются специальные устройства для обеспечения безопасности работающего персонала. Например, при выполнении рабочих функций повара, пожарного, металлурга требуется защитить руки работающего.

Известен ряд исследований по совершенствованию конструкции перчатки специального назначения. Так, в [1] приведено описание защитной перчатки пожарного, состоящей из наружной перчатки, изготовленной из огнезащитного текстильного материала на основе полиамидных волокон с внутренним полимерным покрытием, и внутренней перчатки, изготовленной из воздухопроницаемого теплоизоляционного текстильного материала (в частности, из резинотекстильного материала двустороннего дублирования). Недостатком такой конструкции является сложность совмещения двух перчаток, а также использование специального материала для внутренней перчатки.

Можно привести пример перчатки пожарного [2], состоящей из наружной перчатки, выполненной с использованием термостойкого материала и с полимерным покрытием одной из его поверхностей, и внутренней перчатки, причем на тыльной стороне наружной перчатки выполнены усилительные накладки из огнезащитного текстильного материала, а внутренняя перчатка содержит внешний водонепроницаемый слой, обладающий паропроницаемостью, и внутренний теплоизоляционный слой с образованием между ними теплоизоляционного воздушного зазора. Недостатком данной разработки является малая эффективность защиты, обусловленная низкой огнезащитной функцией усилительных накладок наружной перчатки и малой эффективностью теплоизоляционного воздушного зазора между слоями внутренней перчатки.

Нами разработана конструкция перчатки пожарного, которая вполне может быть использована в пищевом производстве [3]. Схема перчатки представлена на рис. 1.

Встраиваемый в многослойную перчатку пожарного 1 защитный вкладыш 2 выполнен, по меньшей мере, с двумя слоями 3 из плотной воздухопроницаемой хлопчатобумажной ткани, с возможностью образования между этими слоями пространства, заполняемого в рабочем положении воздухом. На одном из слоев 3 закреплены, например клеевым соединением, пружины 4, выполненные из материала с памятью формы (например, нитинола), обеспечивающего удлинение пружины при достижении температуры пружины точки трансформации формы ее материала для воздействия на проти-

* © Ефремова З. С., Гадалкин А. Р., 2023

в противоположный слой защитного вкладыша 2 и создания пространства. При этом пружины 4 расположены в шахматном порядке, имеют прямоугольную форму и возможность свободного перемещения (растяжения, сжатия) при трансформации, а в изотермических условиях складываются в виде плоского прямоугольника. Воздухопроницаемые хлопчатобумажные слои 3 прошиты по контуру защитного вкладыша стежками типа обметочных, между которыми во внутреннее пространство, образованное слоями 3, может поступать воздух. С противоположных сторон защитный вкладыш 2 снабжен монтажной материей 5 для его закрепления на гигиеническом слое 6 вдоль ладонной части перчатки 1.

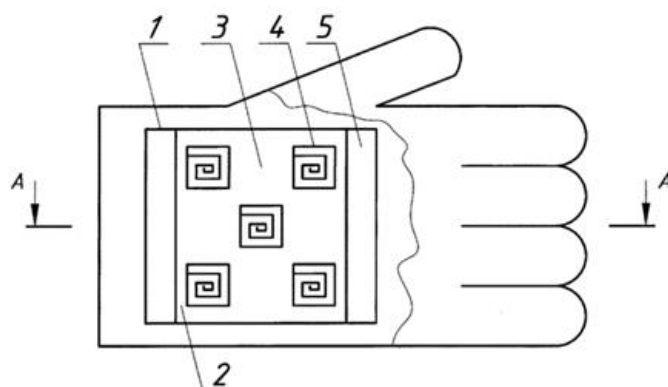


Рис. 1. Схема установки защитного вкладыша в перчатке

Установку защитного вкладыша 2 внутри многослойной перчатки 1, имеющей внутренний гигиенический слой 6, слой термической защиты 7 и внешний слой механической защиты 8, осуществляют между слоем термической защиты 7 и гигиеническим слоем 6, прилегающим непосредственно к ладони руки пожарного (рис. 2). При этом защитный вкладыш 2 закрепляют на гигиеническом слое 6 с помощью монтажной материи 5 любым известным способом.

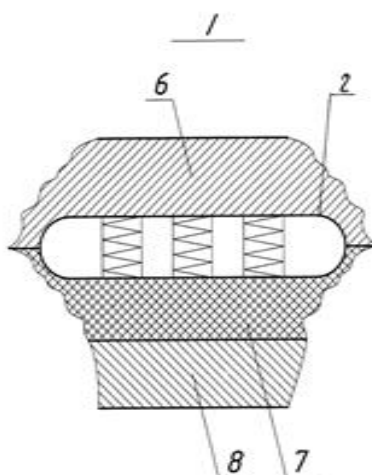


Рис. 2. Элемент защитной перчатки

Выполнение защитной функции перчатки осуществляется следующим образом. В стандартном безопасном режиме пружины 4, расположенные в шахматном порядке и имеющие исходную форму в виде плоского прямоугольника, обеспечивают оп-

тимальную площадь опорной поверхности. При выполнении работы по тушению очагов возгорания в среде с повышенной температурой слои, составляющие перчатку 1, нагреваются. В результате при достижении температуры пружины точки трансформации формы ее материала прямоугольные пружины, выполненные из материала с памятью формы и являющиеся приводным элементом механизма автоматического срабатывания, становятся длиннее и, воздействуя на слои 3 защитного вкладыша, образуют пространство, заполненное воздухом. При этом повышается термическое сопротивление перчатки и ее механическая прочность. После окончания работы по тушению очагов возгорания пружины 4 возвращаются в исходное первоначальное положение.

При проведении эксперимента изготовленный вкладыш был помещён в перчатку между слоем гигиенической защиты и теплозащитным слоем. В процессе нагревания перчатки пружины удлинились, образуя пространство. При захвате перчаткой какого-либо предмета пружины оказывали упругое сопротивление и не мешали работе.

Таким образом, преимуществом защитного вкладыша является простота конструкции в связи с малым количеством составляющих его элементов и обладание механизмом автоматического срабатывания в связи с использованием в качестве приводных элементов пружин из материала с памятью формы. Кроме того, защитный вкладыш компактен, не требует специального технического обслуживания и достаточно дешев.

Защитный вкладыш может быть выполнен любой произвольной формы и использоваться для защиты рук работающего персонала в различных производствах, в т. ч. пищевых отраслях.

Технический результат, достигаемый при реализации данной конструкции, заключается в расширении арсенала технических средств, используемых для защиты рук работающего персонала, в повышении термического сопротивления и механической прочности перчаток, которые изготавливаются из нескольких функциональных слоев, а также в повышении уровня безопасности персонала.

Список литературы

1. Мишта В. П. Защитная перчатка пожарного. Патент РФ № 168072 U1, дата приоритета 19.04.2016, дата публикации 17.01.2017.
2. Смирнова Е. Л. Перчатка пожарного. Патент РФ № 116320U1, дата приоритета 19.11.2012, дата публикации 20.04.2013.
3. Калинин И. В., Енютина Т. А., Кулагина Л. В., Федорченко И. И. Патент РФ № 200783 U1 Защитный вкладыш перчатки пожарного. Патент РФ № 200783, дата приоритета 04.08.2020, дата публикации 11.11.2020.

ФАЛЬСИФИКАЦИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ ОБУВИ ИЗ НАТУРАЛЬНОЙ КОЖИ

Е. С. Креминская*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены современные материалы, применяемые для изготовления обуви, которые маркируются как натуральная кожа, приведены их отличительные особенности. Дана сравнительная характеристика методов идентификации натуральных кож.

Ключевые слова: фальсификация, натуральная кожа, идентификация

Фальсификация (от лат. falsificato, falsifico – подделываю) – это поддельная промышленная продукция, выдаваемая за оригинал. Она содержит заведомо неполную или недостоверную информацию о составе или потребительских свойствах товара [1].

Фальсификация кожаной обуви выражается в подмене натуральной кожи схожими материалами – прессованная, композиционная, искусственная, синтетическая кожа. Данный вид фальсификации называется качественной фальсификацией. Сложнее всего отличить натуральную кожу от прессованной и композиционной кожи, чем и пользуются производители обувных товаров. Современные технологии переработки кожевенных отходов позволяют получить материал, похожий на натуральную кожу. Однако, не смотря на то, что прессованная и композиционная кожи внешне похожи на натуральную, они уступают ей по гигроскопичности и износостойчивости [2, 3].

Натуральная кожа для верха обуви – это материал, получаемый из шкур крупного рогатого скота, свиных, козьих или овечьих шкур. Данный вид кожи превосходит все виды кожи по гигиеническим и физико-химическим свойствам. Натуральная кожа самая износостойкая, менее всех видов кож подлжит деформации, хорошо пропускает воздух, за счет чего нога дышит.

Композиционная кожа производится из остатков, обрезков и пыли натуральной кожи путем скрепления данных материалов между собой с помощью клея или смол. Данный вид кожи уступает натуральной коже по всем гигиеническим и физико-химическим свойствам и не относится к натуральной коже. Композиционная кожа очень быстро деформируется в процессе носки обуви.

Отличие прессованной кожи от композиционной заключается в том, что, вместо склеивания, отходы кожевенного производства прессуют.

Искусственная кожа производится из трикотажных, тканевых и нетканых полотен, которые покрываются полимерным пленочным материалами с последующим тиснением под рисунок мереи натуральной кожи. Существенным недостатком искусственной кожи является то, что в качестве покрытия выступает поливинилхлорид, который не пропускает воздух (винилискожа). Кроме того, могут использоваться следующие виды покрытия: каучуковое покрытие (эластоискожа), нитроцеллюлозное покрытие (нитроискожа), полиуретановое (уреианискожа). Искусственные кожи уступают натуральным кожам по гигиеническим свойствам, по устойчивости к многократным изгибам и способностью к формованию.

В настоящее время часто используется понятие «экокожа», которое может приводить в заблуждение покупателей. Однако данный материал должен классифициро-

* © Креминская Е. С., 2023

ваться как искусственная кожа, так как в качестве основы используется 100 % хлопок с полимерным покрытием.

Синтетические кожи также по грифу лицевой поверхности похожи на натуральные. Синтетическая кожа отличается от искусственной кожи тем, что обычно она состоит только из одного, двух, трех слоёв полимерного материала. У искусственных кож поры замкнутые, а у синтетических кож сквозные. Синтетические кожи по гигиеническим и физико-химическим свойствам занимают промежуточное место между искусственными и натуральными кожами [4].

По причине сходства натуральной, композиционной, прессованной кожи и иных видов необходимо определиться с методами, которые помогут точно идентифицировать материал.

Один из простейших методов идентификации натуральной кожи является органолептический метод [5]. В табл. 1 приведены отличительные особенности натуральной, композиционной, искусственной, синтетической кож по внешнему виду. Из данных, приведенных в табл. 1 видно, что есть схожие особенности внешнего вида различных видов кож, поэтому идентификации по одному внешнему виду недостаточно, чтобы определить материал верха кожаной обуви.

Таблица 1

Идентификация материала верха обуви по внешнему виду

Вид кожи	Рисунок мерей	Вид бахтармы
Натуральная кожа	Наличие естественного, прижизненного рисунка лицевой поверхности кожи различных животных; для рисунка характерна неоднородность; на натуральной коже можно наблюдать характерные для неё дефекты	Волокнистая и ворсистая поверхность
Искусственная кожа	Имеет однородный рисунок по всей поверхности материала, имитирующий мерею животных	Текстильная основа: трикотажное, тканое или нетканое полотно
Синтетическая кожа	Имеет однородный рисунок по всей поверхности материала, имитирующий мерею животных	Полимерная основа
Композиционная кожа	Отсутствует или как у натуральной/искусственной кожи	Ворсистая поверхность или текстильная основа

При использовании органолептических методов необходимо использовать простые лабораторные методы (табл. 2).

Данных методов может быть недостаточно для отличия натуральной кожи от синтетической или искусственной кожи. Например, композиционная кожа производится из отходов натуральной кожи животных и может иметь схожий запах и иные свойства с натуральной кожей.

В этой связи для идентификации материала верха кожаной обуви целесообразно использовать совокупность следующих методов [4–8]:

- микроскопический анализ структуры материала с использованием электронного растрового микроскопа;
- физико-химический – определение поведения отобранной пробы в пламени спиртовки, растворение материала верха обуви в растворителе (хлороформе, диметилформамиде);
- инфракрасная спектроскопия с использованием компьютеризированной информационно-поисковой системы и библиотеки стандартных спектров и композиций.
- Для определения материала методом растворения в щелочно-солевом растворе вырезается проба размером не менее 3 на 7 мм, далее пробу помещают в стеклянный стакан со щелочно-солевым раствором, которого должно содержаться не менее 10 мл.

Затем стеклянный стакан со щелочно-солевым раствором и содержащейся в нём пробе нагревают в термостате или на водяной бане до 90 °С и выдерживают при данной температуре не менее 30 минут. После проведения испытания эксперт идентифицирует пробу органолептическим методом, т. е. осматривает её. В зависимости от используемого материала проба может раствориться полностью, раствориться с образованием осадка (хлопья, плёнка покрытия, волокна основы), не растворится.

Таблица 2

Идентификация материала верха обуви по восприятию тепла руки человека, запаху, отношению к воде и зажженной спичке

Вид кожи	Восприятие тепла руки человека	Запах	Отношение к воде	Отношение к зажженной спичке
Натуральная кожа	Хорошо воспринимает тепло руки человека и становится теплой	Характерный запах натуральной кожи	Очень хорошо впитывает воду, становится отчасти мокрой и скользкой	Тлеет с выделением запаха жженого рога
Искусственная кожа	Не воспринимает и остается холодной	Характерный запах полимера	Не впитывает	Плавится с выделением дыма, черной копоти, запах полимера и женой бумаги
Синтетическая кожа	Не воспринимает и остается холодной	Характерный запах полимера	Не впитывает	Плавится с выделением дыма, черной копоти, запах полимера
Композиционная кожа	Воспринимает тепло руки человека отчасти	Специфический смешанный запах	Не впитывает или впитывает слабо	Плавится с выделением дыма и смешанного запаха жженого рога и полимера

Рассмотрим в табл. 3 результаты, получаемые при идентификации материала верха обуви с помощью растворения в щелочно-солевом растворе.

Таблица 3

Идентификация материала верха обуви с помощью метода растворения в щелочно-солевом растворе

Материал	Результат
Натуральная кожа	Растворяется полностью
Синтетическая и искусственная кожа	Не растворяются
Композиционная кожа	Растворяется с образованием осадка

После получения результатов делается заключение о материале верха обуви: если проба растворилась полностью – натуральная кожа, если не растворилась ненатуральная.

Идентификация кожи верха обуви с помощью метода микроскопии регламентирована в ГОСТ Р ИСО 17131–2014 «Кожа. Методы идентификации с помощью микроскопа». В указанном национальном стандарте обозначено, что данный метод не применяется для идентификации отдельных видов кожи (например, овчины).

Для проведения исследования оптическим методом необходим оптический микроскоп или растровый микроскоп, которые позволяют получить увлечение не менее 20*. Для проведения испытания вырезают две пробы размерами 10 на 10 мм [8]. В стандарте приведены иллюстрации сечений разных видов натуральных, искусствен-

ных и синтетических кож для удобства идентификации (рис. 1). Таким образом, данный метод является наиболее точным для распознавания материала.



Рис. 1. Типичное сечение кожи, выработанной из шкур крупного рогатого скота, с обогащенной лицевой поверхностью (слева) и сечение полимерного материала, дублированного с кожевенными волокнами (справа)

В заключение стоит отметить, что для 100 % идентификации материала верха обуви необходимо использовать комплекс органолептических и инструментальных методов.

Список литературы

1. Об утверждении Стратегии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 06.02.2021 № 256-р // Консультант: справочная правовая система. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_377037 (дата обращения: 25.11.2022).
2. Зайченко Е. А., Петренко Е. В. Контрольно-надзорная деятельность на потребительском рынке обувных товаров: состояние и перспективы развития // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 6 (116). С. 75–83.
3. Ипатко Л. И., Зайченко Е. А., Гаранина Ю. В. Комфортность в иерархии свойств обуви – мнение потребителей // Кожевенно-обувная промышленность. 2007. № 5. С. 40–42.
4. Ипатко Л. И. Проблемы идентификации композиционной кожи в таможенных целях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-identifikatsii-kompozitsionnoy-kozhi-v-tamozhennyh-tselyah> (дата обращения: 24.11.2022).
5. Андреева Н. М., Денисова С. А. Методические рекомендации по экспрессному определению материала изготовления верха обуви (группа 64 ТН ВЭД ЕАЭС). М.: ЦЭКТУ ФТС России, 2017. 15 с.
6. Гурьянова Т. И., Антимонова И. Н. Способы распознавания натуральной кожи и кожеподобных материалов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.freepatent.ru/patents/2454664> (дата обращения: 23.11.2022).
7. Зайченко Е. А., Петренко Е. В. Мониторинг качества и безопасности изделий из натуральной кожи, реализуемых на потребительском рынке г. Красноярск // Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания: материалы Международной научно-практической конференции. Красноярск, 2019. С. 136–139.
8. ГОСТ Р ИСО 17131–2014. Кожа. Метод идентификации с помощью микроскопа = Leather. Method of Identification with microscopy: национальный стандарт Российской Федерации: издание официальное: утв. и введ. в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25.12.2014 № 2107-ст : введен впервые: дата введения 2016-01-01. М.: Стандартиформ, 2015. V, с 1.

К ВОПРОСУ О БЕЗОПАСНОСТИ ТЕКСТИЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ**И. В. Кротова, В. С. Боев****Сибирский федеральный университет, г. Красноярск*

Аннотация. Одной из ключевых проблем безопасности текстильных материалов является минимизация количества экстрагируемых красителей и продуктов их превращений. Поэтому особое внимание уделяется оценке устойчивости окраски волокон к влажным воздействиям. В настоящем исследовании показано, что колорирование текстильных волокон различной природы водными экстрактами, полученными из отходов окорки пихты, ели и лиственницы сибирских, сообщает им насыщенную желто-оранжевую гамму цветов. Высокая прочность окраски зафиксирована в случае полиамидных и смесовых полиэфирных волокон, колорированных натуральным красителем. Прочность окраски хлопковых волокон оценена как удовлетворительная, а полиэфирных – как недостаточная. Показана возможность повышения прочности окраски волокон различной природы за счет использования экологически нейтральных протрав, содержащих ионы Fe^{2+} и Al^{3+} . Высказано предположение о связи прочности окраски с образованием устойчивых комплексов между функциональными группами волокна, красителя и ионами металлов протравы.

Ключевые слова: натуральные красители, хвойные растения, отходы окорки, экологически нейтральные протравы, устойчивость окраски

В настоящее время текстильное производство в нашей стране переживает непростые времена. По данным экспертов, в 2020 г. в России было продано 2,44 млрд м² тканей, что на 7,6 % меньше, чем в 2019-м. Более половины этого объема (примерно 54 %) пришлось на искусственные и синтетические материалы. Немного меньше (44,9 %) заняли хлопчатобумажные ткани, что на 2,6 п. п. больше, чем в среднем за последние 5 лет (2016–2020 гг.). Рост вызван повышением потребности в средствах индивидуальной защиты [1].

Текстильная индустрия имеет долю примерно 1 % в объеме промышленного производства России. Для сравнения отметим, что в 1991 г. эта цифра составляла почти 12 %, т. е. Россия находилась на уровне США, Италии и Германии. Согласно планам правительства, к 2025 г. доля отрасли в ВВП должна вырасти. Для этого государство, во-первых, разработало меры поддержки для предприятий этой сферы, во-вторых, стало крупнейшим потребителем продукции отрасли. Спецодежда для работников госкомпаний и униформа для сотрудников силовых ведомств отшиваются исключительно из отечественных тканей.

Одной из основных проблем отрасли является отсутствие собственной сырьевой базы. Текстильные материалы как из искусственных, так и из натуральных волокон, также как и красители, закупаются за границей. Хлопковую пряжу импортируют в основном из Узбекистана, смесовые пряжи – из Индии, Пакистана и Китая, полиэтилен-терефталат – из Китая и, до последнего времени, Латвии. Натуральные красители импортируются в основном из Индии, а синтетические – из Италии и Германии.

Ситуация усугубляется тем, что в последнее время отмечается мощный импульс в разработке новых, более направленных и жестких стандартов, включающих экологические требования к текстильным материалам и изделиям. Кроме известных препаратов и экологических показателей качества текстильных материалов (рН, содержание формальдегида, пестицидов, пентахлорфенола, наличие свободных тяжелых металлов,

* © Кротова И. В., Боев В. С., 2023

азокрасителей на основе запрещенных аминов и красителей-аллергенов, а также хлорорганических интенсификаторов), оценивается устойчивость окрасок (к воде, стирке, поту, трению, слюне), а также возможность выделения летучих веществ (толуол, стирол, винилциклогексан, фенилциклогексан, бутадиен, винилхлорид, ароматические углеводороды и другие органические летучие вещества) и контролируется запах текстильного материала или изделия (не должно быть запахов плесени, высококипящих фракций нефти, рыбы, ароматических соединений и парфюмерии).

Стандарт Экотекс-100 включает 16 категорий текстильной продукции, при изготовлении которой должны выполняться экологические требования на этапах выращивания природных волокон и их первичной обработки, прядения и ткачества, отделки и изготовления готовых изделий.

В настоящее время в России введено в действие шесть стандартов серии ISO 14000 (14001, 14004, 14010, 14011, 14012 и 14050). Соответствие стандарту 14001 (система экологического менеджмента продукции) является предметом формальной сертификации предприятия, а остальные рассматриваются как вспомогательные.

В указанных стандартах, как и в международных, значительное внимание уделяется анализу содержания в текстильных материалах экстрагируемых красителей и продуктов их превращений. В частности, содержание дисперсных красителей (синий 1, 3, 7, 26, 102, 106, 124; оранжевый 1, 3, 37, 76; желтый 1, 3, 9, 19, 39, 49; красный 1, 11, 17) не должно превышать 0,006 масс. %, а канцерогенные красители (основной красный 9, дисперсный синий 1, кислотный красный 26) не допускаются к практическому использованию.

В этой связи необходима разработка специальных экотехнологий отделки текстиля, обеспечивающих создание нетоксичных материалов, соответствующих требованиям стандартов. Одним из возможных способов решения данной проблемы нам представляется использование при колорировании натуральных красителей, извлекаемых, например, из отходов деревообработки.

Как показали ранее проведенные нами исследования [2–4], химический состав, наличие интенсивной окраски и высокая биоцидная активность водных экстрактов коры хвойных растений Сибири – лиственницы, пихты, ели – стали основанием для их использования в качестве натурального красителя для текстильных волокон различной химической природы. Установлено, что изучаемые экстракты способны окрашивать в бежево-оранжевую гамму цветов как натуральные (хлопок, шерсть), так и смесовые волокна. В случае этих волокон была зафиксирована удовлетворительная прочность окраски. Однако при окрашивании полиэфирных материалов прочность окраски оказалась неудовлетворительной.

Данное обстоятельство сделало актуальным поиск экологически нейтральных протрав, позволяющих, с одной стороны, расширить цветовую гамму и повысить прочность окраски волокон различной природы, а с другой стороны, обеспечить выполнение требований стандартов по безопасности текстильных материалов. Исходя из общей концепции экологичности процесса крашения, в качестве протрав были выбраны соли железа и алюминия. В небольших количествах эти вещества не оказывают отрицательного воздействия на организм человека и окружающую среду.

Водные экстракты из отходов окорки хвойных растений получены, как описано в [4]. Эти экстракты использовали для отработки в лабораторных условиях режимов окрашивания полиамидных, хлопковых, полиэфирных и смесовых волокон. В целях оптимизации процесса окрашивания проводилось с одновременным протравливанием.

В качестве протравы использовали:

– ион алюминия (Al^{3+}), вводимый в красильный раствор в виде алюмокалиевых квасцов $KA1*(SO_4)_2*12H_2O$;

– ион железа двухвалентного (Fe^{2+}), входящий в состав сульфата железа (II) FeSO_4 .

Протравы брались в соотношении 1 % и 2,5 % от массы используемого раствора.

Для оценки влияния концентрации раствора на цветовой тон были исследованы три концентрации экстракта: без разведения, при разведении в два и десять раз.

Таким образом, было подготовлено 12 красильных ванн с различной степенью разведения экстракта и концентрацией протрав. Кроме того, были подготовлены три ванны без протрав.

Для крашения текстильный материал в виде неокрашенного лоскута массой 3,0 г помещали в соответствующую ванну с гидромодулем 1:50. Для каждого режима крашения был использован одинаковый (аналогичный) набор вида протрав и выбранных концентраций. Состав красильных ванн представлен в табл. 1.

Таблица 1

Состав красильных ванн

Концентрация экстракта коры	Вид и концентрация протравы, %			
	FeSO_4		$\text{KA1}^*(\text{SO}_4)_2^* 12\text{H}_2\text{O}$	
Без разведения	1,0	2,5	1,0	2,5
С разведением 1:2	1,0	2,5	1,0	2,5
С разведением 1:10	1,0	2,5	1,0	2,5

Оценка влияния степени разбавления и концентрации протравы проводилось определением цветового тона. Полученные цветовые тона образцов были идентифицированы в соответствии с цветовыми таблицами Атласа цветов.

С целью определения устойчивости окраски полиамидных, полиэфирных, хлопковых и смесовых тканей к комплексу физико-механических воздействий из показателей, рекомендуемых ГОСТ 9733.0–83 [5], были выбраны показатели, которые в основном определяются характером связи «краситель – волокно»: устойчивость окраски к стиркам и действию «пота».

Полученные результаты колорирования волокон различной природы показали, что окрашенные в описанных режимах полиамидные, полиэфирные, хлопковые и смесовые волокна попадают в желто-оранжевый сегмент спектра разной степени насыщенности и яркости. Причем применение протрав приводит к углублению цвета. Протравливание сульфатом железа усиливает коричневые оттенки спектра, а алюмокалиевыми квасцами – желтые. Увеличение концентрации водного экстракта коры хвойных растений в два раза приводит к получению окраски более темного тона. Увеличение концентрации протравы смещает цветовой тон образца в сторону красных цветов, а увеличение концентрации красителя уменьшает на две ступени светлоту образца.

В связи с тем, что полученная цветовая гамма окрашенных образцов может быть востребована при колорировании тканей для первого слоя одежды, например чулочно-носочных изделий, представляется целесообразным оценить опасность контакта окрашенного материала с кожей человека. С этой целью были проведены исследования устойчивости окраски материала к действию «пота» и стирке по стандартным методикам, указанным выше. Полученные результаты представлены в табл. 2 и 3.

Из табл. 2 следует, что устойчивость окраски образцов, окрашенных без протрав, невысокая, кроме образца, окрашенного при разбавлении 1:10. Прочность окрасок образцов, колорированных в присутствии протрав, за исключением полиэфирных волокон, можно оценить как прочную и особо прочную, что соответствует требованиям нормативных документов и их можно рекомендовать для окраски одежных изделий.

Оценка прочности окраски к действию «пота» особенно значима для одежды первого слоя, так как свидетельствует о безопасности текстильного материала по от-

ношению к возможности попадания красителя вместе с «потом» в поры кожи. В табл. 3 приведены результаты проведенных исследований по отношению устойчивости к действию «пота».

Таблица 2

Устойчивость окраски волокон различной природы к действию стирки

Вид волокна	Водный экстракт коры								
	лиственница сибирская			пихта сибирская			ель сибирская		
	100 %	50 %	10 %	100 %	50 %	10 %	100 %	50 %	10 %
Окрашивание без протравы									
Полиамидное	3/5	3/5	4/5	3/5	4/5	5/5	3/5	3/5	4/5
Полиэфирное	1/5	1/5	2/5	1/5	2/5	2/5	1/5	2/5	2/5
Хлопковое	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5
Смесовое	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Окрашивание с 1 % FeSO₄									
Полиамидное	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	2/5	2/5	3/5	2/5	2/5	3/5	2/5	2/5	3/5
Хлопковое	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Смесовое	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5
Окрашивание с 2,5 % FeSO₄									
Полиамидное	4/5	4/5	5/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	5/5
Полиэфирное	2/5	3/5	3/5	2/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5
Хлопковое	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Смесовое	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5
Окрашивание с 1 % KAl(SO₄)₂·12H₂O									
Полиамидное	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	2/5	2/5	3/5	2/5	2/5	3/5	2/5	2/5	3/5
Хлопковое	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Смесовое	4/5	4/5	5/5	4/5	4/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Окрашивание с 2,5 % KAl(SO₄)₂·12H₂O									
Полиамидное	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Хлопковое	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Смесовое	4/5	5/5	5/5	4/5	5/5	5/5	5/5	5/5	5/5

Таблица 3

Устойчивость окраски волокон различной природы к действию «пота»

Вид волокна	Водный экстракт коры								
	лиственница сибирская			пихта сибирская			ель сибирская		
	100 %	50 %	10 %	100 %	50 %	10 %	100 %	50 %	10 %
Окрашивание без протравы									
Полиамидное	3/5	4/5	4/5	3/5	4/5	5/5	3/5	3/5	4/5
Полиэфирное	2/5	2/5	2/5	2/5	2/5	3/5	2/5	2/5	3/5
Хлопковое	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Смесовое	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Окрашивание с 1 % FeSO₄									
Полиамидное	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Хлопковое	3/5	4/5	4/5	3/5	4/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Смесовое	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5
Окрашивание с 2,5 % FeSO₄									
Полиамидное	4/5	4/5	5/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Хлопковое	4/5	4/5	5/5	4/5	5/5	5/5	4/5	5/5	5/5
Смесовое	4/5	4/5	5/5	4/5	4/5	5/5	4/5	5/5	5/5

Вид волокна	Водный экстракт коры								
	лиственница сибирская			пихта сибирская			ель сибирская		
	100 %	50 %	10 %	100 %	50 %	10 %	100 %	50 %	10 %
Окрашивание с 1 % $\text{KA1}*(\text{SO}_4)_2*12\text{H}_2\text{O}$									
Полиамидное	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Хлопковое	3/5	4/5	4/5	3/5	3/5	4/5	3/5	4/5	4/5
Смесовое	4/5	4/5	5/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5
Окрашивание с 2,5 % $\text{KA1}*(\text{SO}_4)_2*12\text{H}_2\text{O}$									
Полиамидное	4/5	4/5	5/5	4/5	5/5	5/5	4/5	4/5	4/5
Полиэфирное	3/5	3/5	3/5	3/5	3/5	4/5	3/5	3/5	4/5
Хлопковое	3/5	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	4/5	4/5	5/5
Смесовое	4/5	4/5	4/5	4/5	4/5	5/5	4/5	4/5	5/5

Полученные результаты свидетельствуют о возможности оценить прочность окраски к действию «пота» как прочную в случае полиэфирного волокна и особо прочную в случае остальных исследуемых материалов.

Исследование прочности окрасок текстильных материалов по отношению к стирке и действию «пота» показало, что в случае полиамидных или смесовых волокон на основе полиэфира, окрашенных натуральным красителем из коры пихты, ели или лиственницы сибирских, окраску можно оценить как особо прочную. В случае хлопковых волокон данный показатель был оценен как удовлетворительный, а волокна из 100%-ного полиэфира проявили недостаточно прочную окраску.

Отмечается также увеличение устойчивости окраски в присутствии протравы к мокрым обработкам. Образцы после испытаний устойчивости к стирке и «поту» обладают тенденцией к появлению красно-коричневых оттенков, уменьшению светлоты и яркости. Однако в большинстве случаев такие изменения малозаметны.

Полученные результаты окрашивания полиамидного, хлопкового и смесового волокна объясняются не только высокой сорбционной способностью, связанной с их рыхлой структурой, но и химическим взаимодействием за счет образования водородных связей между функциональными группами флавоноидов красителя и спиртовыми гидроксильными группами макромолекул целлюлозы или пептидными группами полиамида соответственно. В случае 100%-ного полиэфирного волокна низкая стойкость окраски, по-видимому, может быть объяснена преимущественной сорбцией красителя на поверхности волокна и незначительным проникновением в структуру пор последнего. Однако применение протрав, по-видимому, приводит к образованию относительно устойчивых комплексов волокна с красителем.

Еще одним аргументом в пользу применения водных экстрактов коры хвойных растений в качестве натурального красителя явилось сохранение антибактериальной активности полиамидными, хлопковыми и смесовыми материалами в процессе эксплуатации (после пяти стирок) [6].

Список литературы

1. Легкая промышленность в новых экономических условиях: аналитический обзор. Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/legkaya-promyshlennost-v-novykh-ekonomicheskikh-usloviyakh>.

2. Смирнов Р. Ю., Кротова И. В. Перспективы использования отходов окорки темнохвойных пород в производстве потребительских товаров // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ: сб. материалов V Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск, 17–18 мая 2019 г. [Элек-

тронный ресурс] / под общ. ред. Ю. Ю. Суловой. Электрон. дан. (20 Mb). Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019.

3. Кузина А. Н., Пуховой И. А., Кротова И. В. Возможность утилизации коры лиственницы сибирской с получением красителей для текстильной промышленности // Современные проблемы развития техники, экономики и общества: материалы междунар. НПК 14 марта 2016 г. Казань, 2016. С. 53–56.

4. Кротова И. В., Боев В. С. Натуральные красители из отходов окорки хвойных растений // Торговля, сервис, индустрия питания. 2021. № 4. С. 406–420. Режим доступа: <https://doi.org/10.17516/2782-2214-0029>.

5. ГОСТ 9733.0–83 Материалы текстильные. Общие требования к методам испытаний устойчивости окрасок к физико-химическим воздействиям. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200018513>.

6. Кротова И. В. Утилизация отходов окорки темнохвойных пород деревьев с получением антибактериальных препаратов / И. В. Кротова, Г. С. Гуленкова, Н. А. Осмоловская, Р. Ю. Смирнов // Conference in Agribusiness, Environmental Engineering and Biotechnologies – AGRITECH-2019, 20–22 июня 2019 г., Красноярск. Conference Series: Earth and Environmental Series (EES), Publ. IOP.

УДК 339.562

**РЕАЛИЗАЦИЯ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ВЫЗОВОВ СОВРЕМЕННОСТИ:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
О. Д. Леншина, А. А. Шабунина ***

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е. А. Герасимова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Статья посвящена введенному недавно параллельному импорту. Приведен перечень недостатков и преимуществ данного механизма ввоза товаров. Рассмотрены изменения в сфере онлайн-торговли, в частности на общеизвестных торговых площадках, в сложившихся условиях. Предложены рекомендации по преодолению действующих барьеров.

Ключевые слова: внешнеторговый оборот, маркетплейс, отечественный рынок, параллельный импорт

Несмотря на достаточно развитую промышленность в стране, в некоторых отраслях отечественное производство не может полностью покрывать все потребности предприятий и потребителей, поэтому государству приходится налаживать цепочки поставок иностранных товаров и сырья.

В целях стабилизации внешнеторгового оборота и покупательского спроса в марте текущего года Правительство РФ в постановлении от 29.03.2022 № 506 закрепило легализацию ввоза в Российскую Федерацию востребованных оригинальных товаров зарубежного производства при отсутствии согласия правообладателя. Последствия принятых нововведений затронули не только лиц, осуществляющих сбыт данной

* © Леншина О. Д., Шабунина А. А., 2023

продукции, но и самих потребителей товаров. В частности, значительно увеличился потребительский спрос на бренды, которые действительно были востребованными.

Указанный механизм регулирования торговли принято называть параллельным импортом. Он и заключается в выражении международного принципа исчерпания прав, позволяющего осуществлять реализацию товаров, не запрашивая разрешение правообладателя и не выплачивая за это вознаграждение. Основная цель введения параллельного импорта – недопущение дефицита определенных категорий товаров, снижение роста цен в экономике, увеличение товарооборота. Данная мера является вынужденной, поскольку большое количество иностранных компаний прекратили или приостановили свою деятельность на территории РФ [1].

Безусловно, следует отметить, что указанное право действует только в отношении тех товаров, которые являются объектами перечня Минпромторга, первый список которого был утвержден в апреле 2022 г. Список периодически обновляется в силу того, что количество ушедших брендов постепенно увеличивается. В частности, соответствующим приказом Минпромторга от 21.10.2022 № 4456 внесены дополнения брендами автомобильных запасных частей, продукцией химической промышленности, детскими и рядом других товаров. В отношении таких товаров не применяются положения пп. 6 ст. 1359 и ст. 1487 Гражданского кодекса РФ, закрепляющих основы исключительного права на товарный знак.

В существующий Перечень параллельного импорта бренд может быть включен при соблюдении одного или нескольких условий: производство на территории Российской Федерации закрыто, реализация товаров на российском рынке прекращена, поставок больше нет.

Для исключения из Перечня необходимо в полном объеме выполнять свои контрактные обязательства, дефицита товара наблюдаться не должно, все поставки должны происходить в оговоренный срок.

Одним из негативных проявлений параллельного импорта является возможность поставок некачественных, контрафактных товаров на отечественный рынок. Как отмечает заместитель руководителя ФТС России, за 9 месяцев 2022 года таможенными органами было выявлено 7 миллионов единиц контрафакта (в 2021 – 6,5 млн единиц). Роста выявляемой контрафактной продукции не выявлено [2]. К тому же, государством эффективно прилагаются усилия по противодействию данному явлению. На данном этапе парламентариями решается вопрос об организации мероприятий по оценке качества товаров, ввозимых по параллельному импорту, российскими специалистами.

На заседании Президиума правительственной комиссии по повышению устойчивости российской экономики были отмечены важность обеспечения рынка необходимой продукцией, а также максимально возможный беспрепятственный доступ населения к привычным им товарам [1].

Именно поэтому товары при параллельном импорте должны соответствовать требованиям, представленным на рис. 1.

Однако есть нюансы, которые должны быть учтены при импорте:

- все нормативные документы могут быть подвержены изменениям, которые вправе вносить Минпромторг;
- маркировка должна соблюдаться в полном объеме без исключений;
- товары могут быть ввезены как компаниями, так и индивидуальными предпринимателями [1].

Сложившаяся ситуация открыла перспективы для малого и среднего бизнеса в рамках параллельного импорта. В частности, путем упрощения ключевых процессов расширились возможности для онлайн-торговли, в т. ч. для продавцов крупнейших торговых площадок, которые также принято называть маркетплейсами.

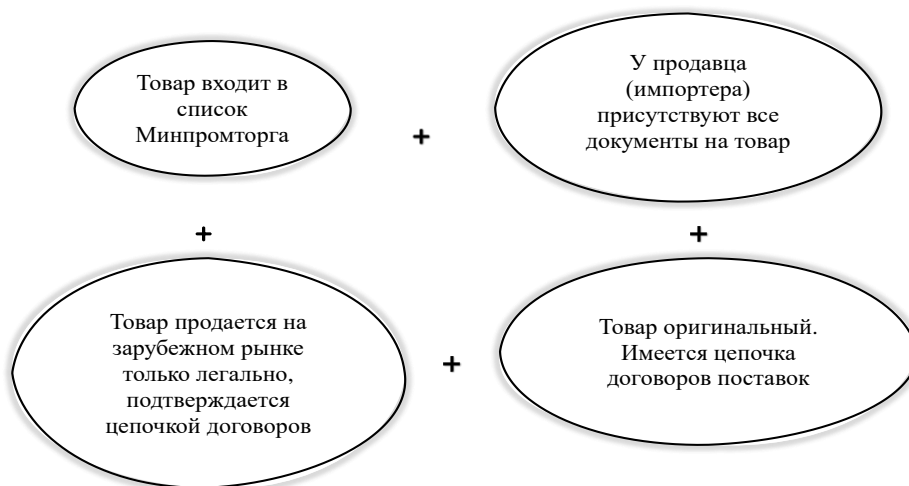


Рис. 1. Требования, предъявляемые к товарам в условиях параллельного импорта

Ранее Wildberries предъявлял требования по загрузке документов на продаваемый бренд, сейчас же такого требования нет, однако участникам оборота необходимо быть готовыми предъявить соответствующие документы на свой товар, как только возникнет такая потребность. При подозрении на контрафакт, наличии большого количества претензий, отрицательных отзывов, продавец может быть заблокирован в рамках данной торговой площадки. Аналогичная политика у Яндекс.Маркета [4].

Что касается Ozon, то данный маркетплейс придерживается ранее установленных требований и обязывает загружать документы на этапе загрузки карточек на товары. В последний раз графа «Документы на бренды» обновлялась во второй половине августа. Это говорит о заинтересованности маркетплейса в развитии возможностей своих продавцов и в защите интересов покупателей.

Для реализации товаров необходимо осуществить переход права собственности. Если иное не определено положениями договора, то право собственности переходит в момент передачи товара. Для подтверждения данного перехода нужны документы, представленные на рис. 2.

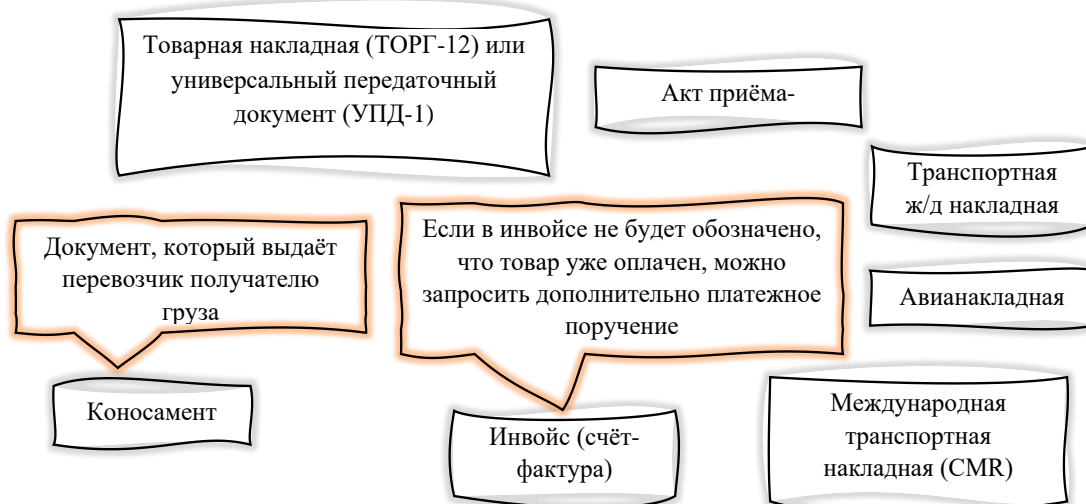


Рис. 2. Документы, необходимые для подтверждения перехода права собственности

Как отмечают представители Wildberries, в первом полугодии 2022 г. число представителей зарубежного бизнеса, в т.ч. из стран ЕАЭС, выросло в 12 раз (до 69 000) [5]. На рис. 3 присутствует информация о товарах, пользующихся высоким спросом на отечественном рынке.

Однако присутствуют барьеры, препятствующие полноценной реализации товаров. Например, может возрасти количество ввоза контрафактного товара в виде подделок, проблема с гарантией и сервисным обслуживанием ввозимых товаров, трудности в выстраивании логистических цепочек поставок товара; затруднения с оплатой товаров, снижение иностранного инвестирования в российскую экономику [6].

Несмотря на обозначенные недостатки, параллельный импорт имеет ряд преимуществ:

- возможность приобретения товара без наценки официального посредника;
- снижение стоимости на товары известных брендов;
- сокращение случаев ограничения прав отечественного потребителя со стороны правообладателя;
- устранение дискриминации российского рынка по качеству товара;
- создание временных преимуществ для МСП, т.е. возможности ввозить и продавать небольшие партии товаров, которые экономически не выгодны крупному бизнесу, тем самым сэкономить на платежах правообладателям [1].



Рис. 3. Наиболее востребованные товары, ввозимые из государств-союзников

Самым главным преимуществом параллельного импорта является возможность законно реализовывать товар, чьи владельцы заявили о временном или окончательном уходе с российского рынка.

Глава Минэкономразвития заявил о продлении Программы параллельного импорта в России. Действие механизма заканчивалось в конце 2022 г. Во многом сыграли роль ретейлеры, которые аргументировали необходимость параллельного импорта нехваткой товаров для потребителей.

Благодаря параллельному импорту потребители могут получить фактически любую продукцию, несмотря на санкции. Продукция проходит все обязательные контрольные проверки и таможенные процедуры.

При отмене параллельного импорта высока вероятность исчезновения прозрачных и понятных условий ввоза оригинальной продукции.

Во избежание подобных проблем можно выделить следующие рекомендации:

– для товаров, ввезенных посредством параллельного импорта, должны проводиться расширенные экспертизы, это поможет обнаружить и исключить несоответствующий товар еще на этапе приёмки;

– необходимо вести базу продавцов, взаимодействующих с товарами, ввезенными по механизму параллельного импорта, а также уделять особое внимание тем, в чьей репутации были замечены махинации с контрафактной продукцией;

– товары первой необходимости должны иметь преимущество перед товарами, представляющими собой предметы роскоши. Для них необходимо установить отдельные льготы и преференции, которые будут мотивировать продавцов увеличивать их количество, снабжая население необходимым.

В обобщение всего вышеперечисленного, необходимо добавить, что параллельный импорт является отличной возможностью наполнить полки магазинов продукцией ушедших брендов, стать автономнее. Однако требуются новые инструменты, регулирующие и контролирующие данную «отрасль». При создании отлаженной системы параллельный импорт будет достойной заменой традиционной схеме осуществления импорта.

Список литературы

1. Параллельный импорт как инструмент управления экономическими санкциями [Электронный ресурс] // Дальневосточное таможенное управление : офиц. сайт. Режим доступа: <https://dvtu.customs.gov.ru/ved/novosti-dl-uchastnikov-ved/document/355217> (дата обращения: 25.11.2022).

2. Объем параллельного импорта растет на 12 процентов каждый месяц [Электронный ресурс] // Удостоверяющий центр «Альта-софт» : офиц. сайт. Режим доступа: https://www.alt.ru/external_news/94453 (дата обращения: 27.11.2022).

3. Страны ЕАЭС увеличили ввоз товаров в Россию на 30 процентов [Электронный ресурс] // Удостоверяющий центр «Альта-софт» : офиц. сайт. Режим доступа: https://www.alt.ru/ts_news/95371 (дата обращения: 26.11.2022).

4. Маркетплейсы разрешили продавать товары из списка параллельного импорта [Электронный ресурс] // Рекламно-информационное приложение к газете «Ведомости». Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2022/11/25/952043-deputati-gosdumi-sdadut-bonusnie-mili-bezhentsam> (дата обращения: 27.11.2022).

5. Предприниматели из зарубежных стран увеличили продажи на Wildberries на 441% [Электронный ресурс] // Wildberries пресс-центр. Режим доступа: <https://www.wildberries.ru/presscenter/articles/predprinimateli-iz-zarubezhnyh-stran-velichili-prodazhi-na-wildberries-na-441> (дата обращения: 25.11.2022).

6. Кирилина В. А., Якубовская В. И. Перспективы развития параллельного импорта в Российской Федерации в рамках политически – нестабильной ситуации в мире // Матрица научного познания. 2022. № 10-1. С. 28–32.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ТОВАРОВ ГРУППЫ 57 ТН ВЭД ЕАЭС

Е. Р. Мустафаева*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы качества и безопасности товаров, включенных в группу 57 ТН ВЭД ЕАЭС, реализуемых на потребительском рынке Российской Федерации. Проанализированы дефекты, снижающие уровень качества ковров. Определено влияние контрафактных ковров на рынок, приведены примеры.

Ключевые слова: ковры, ковровые изделия, качество, безопасность, контрафакт

Ковры представляют собой напольные покрытия, в которых текстильные материалы служат лицевой поверхностью изделия в процессе его эксплуатации [1].

На данный момент ковры и ковровые изделия, представленные на отечественном рынке, отличаются широким ассортиментом, разнообразием материалов и способов производства. Однако актуальной является проблема качества и безопасности данных товаров.

Российский рынок ковров и ковровых покрытий на сегодняшний день составляет около 35 млн м² в год. В настоящий момент российский рынок ковров и прочих текстильных напольных покрытий переполнен товарами отечественного и иностранного происхождения [2]. Спрос на ковры в Российской Федерации по-прежнему остается на высоком уровне. Однако повышенный спрос провоцирует появление товаров, которые являются некачественными, а в некоторых случаях и опасными для здоровья потребителей.

Одним из наиболее эффективных инструментов повышения качества и безопасности ковров и ковровых изделий является проведение товарной экспертизы. Товарная экспертиза помогает определить соответствие продукции требованиям нормативной документации по показателям качества и безопасности, определить дефекты и выявить причины их возникновения, установить признаки фальсификации или контрафакта [4].

Качество ковров и прочих текстильных напольных покрытий снижают дефекты, влияющие на внешний вид и эксплуатационные свойства (табл. 1). Основной причиной их появления является нарушение технологии производства ковров. Также при оценке качества данной группы товаров во внимание принимается определение некоторых физико-механических показателей – прочности закрепления ворсовых пучков, устойчивость окраски покрытия, стойкость к истиранию ворсовой поверхности [5].

Безопасность ковров и ковровых изделий характеризуется степенью выделения вредных для человека и окружающей среды веществ. Проблема безопасности ковров и прочих текстильных напольных покрытий обусловлена наличием в составе химических веществ, которые применялись производителем при изготовлении.

Некоторые производители при производстве ковров и прочих текстильных напольных покрытий применяют жаростойкие красители, инсектициды и пр. Также в составе используемых пигментов и красителей могут присутствовать тяжелые металлы (например, ртуть и свинец). Наиболее опасные химические вещества способны беспрепятственно проникать в организм человека через кожу, органы дыхания и пищеварения, вызывать серьезные нарушения здоровья, включая рак и патологии эндокринной и репродуктивной систем [6]. Большую опасность ковры, не соответствующие требова-

* © Мустафаева Е. Р., 2023

ниям безопасности, представляют для беременных женщин, маленьких детей, а также потребителей с ослабленным здоровьем.

Таблица 1

Виды дефектов ковров и ковровых изделий [3–5]

Способ производства	Дефекты
Ковры и ковровые изделия ручной работы	<ul style="list-style-type: none"> – кривизна (неравномерное натяжение нитей основы); – вогнутость или выпуклость сторон (слабая прибивка нитей утка); – перекося (неравномерное натяжение нитей основы); – неровная стрижка ворса (неаккуратная работа мастера); – близны основы (обрыв одной, реже двух нитей основы); – волнистость (неравномерная плотность нитей основы или утка); – провисание нитей (при ослаблении натяжения нитей основы они провисают и не переплетаются с нитями утка); – петли ворсовых пучков на изнанке (слабая затяжка ворсовых пучков при вязке); – узлы, петли; – пятна на лицевой стороне ковра (плохо выполнена окончательная отделка); – дыры.
Ковры и ковровые изделия машинной выработки	<ul style="list-style-type: none"> – продольные полосы, в которых отсутствуют нити основы; – неровная поверхность ворса; – отсутствие уточной нити по ширине изделия; – недобой в одну нить (уменьшение на небольшом участке плотности по утку; провисание основных нитей); – подплетина (обрыв и перепутывание оборвавшихся нитей основы с соседними в результате нарушения режима работы ткацкого станка); – искажение деталей орнамента (сбитый рисунок); – наличие неровной кромки; – наличие утолщенных ворсовых нитей более двукратной толщины; – отсутствие ворсовых пучков в одну уточную нить (обрыв одной нити утка); – пятна, заметно выраженные на ворсовой поверхности; – засечка от набивки (подготовка изделий под набивку велась недостаточно внимательно, в результате чего образовались складки); – отслаивание дублирующей ткани (неровная поверхность дублирующей ткани); – отслаивание вспененного латексного покрытия (неудовлетворительная обработка основы ковра перед нанесением латексного покрытия); – зароботка посторонней нити другого цвета; – близка ворсовой нити; – наличие узлов, не закрытых ворсом.

Ковры и ковровые покрытия, относящиеся к экономсегменту, производятся из синтетических волокон, являющихся производными нефтепродуктов. Данные вещества могут выделять летучие органические соединения в воздух помещений, что может спровоцировать раздражение глаз, затруднение дыхания, аллергические реакции и более долгосрочные последствия.

Также при производстве ковров и ковровых изделий для обеспечения огнезащиты могут быть задействованы такие вещества, как антипирены. Сильного вреда здоровью данные вещества не наносят, однако могут вызывать головную боль в области лба или выступать в качестве причины синдрома хронической усталости [7].

ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности» определен следующий перечень проверяемых показателей безопасности при подтверждении соответствия продукции в форме декларирования соответствия – отсутствие запаха плесени; эмиссия формальдегида в воздушную среду; контроль миграции вредных веществ проводится в воздушной или водной среде [8].

Под видом ковров ручной работы могут быть реализованы аксминстерские ковры. Аксминстерские ковры – многоцветные орнаментальные ковры и ковровые дорожки, рисунок которых формируется пучками ворсовой пряжи, механически вводимыми в грунт ткани.

Для ковров ручной работы характерны такие идентификационные признаки, как многослойная ткань сложного переплетения, выработанная из трех систем нитей; наличие узловой системы и ворса. Они вырабатываются на вертикальных и горизонтальных ковровых станках, для прикрепления ворсовых нитей к основным пальцами с помощью ножа-крючка завязывают узел. После каждого ряда узлов пропускается уточная нить [1; 9].

Ковры ручной работы, как правило, восточного происхождения (Иран, Турция, Туркменистан, Узбекистан, Таджикистан, Афганистан, Пакистан, Китай, Индия) или из северной Африки (Алжир, Тунис, Марокко, Египет). Идентифицировать регион происхождения можно по плетению, тематическому рисунку (узор, символические изображения), цветовому фону, оформлению бордюра, волокнистому составу нитей основы и ворса [9].

Контрафактные ковры и ковровые изделия – это продукция, выпущенная с нарушением прав на интеллектуальную собственность в целях введения потребителей в заблуждение.

Отличительной особенностью таких товаров является использование фирменного наименования или товарного знака, похожего на название или товарных знак популярного бренда. Законодательство в таких случаях применяет термин «степень смешения товарных знаков», что означает такой уровень схожести товарных знаков, при котором они ассоциируются друг с другом и, тем самым, могут ввести потребителей в заблуждение.

В большинстве случаев недобросовестные производители заменяют в названии известной товарной марки несколько букв или меняют местами их расположением. Потребители зачастую не замечают подобных изменений и приобретают контрафактный товар под видом оригинальной продукции.

На рис. 1 представлен пример контрафактного ковра турецкой торговой марки «Sardes».

Оригинальное название Sardes было изменено на похожее до степени смешения Sdress. Потребительная упаковка по цветовой гамме и графике имитирует дизайн оригинальной.

Крупнейшие страны-производители ковров и ковровых изделий, к которым относятся Турция, Иран и Индия, добросовестно соблюдают технологию производства и поставляют на российский рынок продукцию высокого качества. Однако часто продукция производителей из перечисленных государств подделывается.

В заключение хотелось бы отметить, что право потребителей на качество тесно связано с правом потребителя на безопасность. Это право означает, что ковры и ковровые изделия при обычных условиях их использования (по прямому назначению) не должны причинять вреда жизни и здоровью потребителя, а также окружающей среде. Проблема качества и безопасности ковров и ковровых изделий требует повышенного внимания в связи с тем, что некачественный товар может оказывать значительное воздействие на здоровье потребителя. Также не исключен риск появления контрафактной продукции. Источниками могут являться как российские товары нелегального производства, так и импортная продукция.



Рис. 1. Пример контрафактного ковра торговой марки «Sardes»

Список литературы

1. Пояснения к группе ТН ВЭД 57 «Ковры и прочие текстильные напольные покрытия» // Альта-Софт. Режим доступа: <https://www.alt.ru/roayasnenia/G57> (дата обращения: 08.11.2022).
2. Емец А. Н. Нелегальный рынок ковров и ковровых изделий // Молодой ученый. 2022. № 2. С. 98–112.
3. Коляденко С. С. Товароведение текстильных товаров: учебник. М.: Экономика, 2015. 312 с.
4. Товароведение, стандартизация и экспертиза непродовольственных товаров / Л. И. Ипатко, Е. А. Зайченко, Л. Н. Демина, В. К. Меньшикова. Красноярск: Красноярский государственный торгово-экономический институт, 2010. 204 с.
5. ГОСТ 28415–89 Покрытия и изделия ковровые тканые машинного способа производства. Общие технические условия. М.: Стандартинформ, 2005. 11 с.
6. Недобросовестные продавцы ковров: как уберечься от обмана // Воронежская ковровая компания: официальный сайт. Режим доступа: <https://kover-vrn.ru/articles/432061> (дата обращения: 08.11.2022).
7. Ковры и ковровые покрытия: скрытая угроза: официальный сайт. Режим доступа: https://www.dishisvobodno.ru/hiding_threat.html (дата обращения: 14.11.2022).
8. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности» (ТР ТС 017/2011): введен впервые: дата введения 2011-12-09 // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902320564> (дата обращения: 14.11.2022).
9. Ковры: справочник / Мехди Зариф; пер. с ит. М.: АСТ: Астрель, 2006. 319 с.

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА БЫТОВОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ ТЕХНИКИ БЮДЖЕТНОГО СЕГМЕНТА

С. А. Павловский*

ООО «Красноярская независимая экспертиза товаров и услуг», г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы формирования рынка бытовой телевизионной техники в условиях ухода ведущих зарубежных производителей с рынка Российской Федерации. Проведена экспертная оценка качества телевизоров бюджетного сегмента. Сформированы предложения по совершенствованию системы контроля качества бытовой телевизионной техники.

Ключевые слова: бытовая телевизионная техника, суббренд, качество

Начиная с 2018 г. общемировой тенденцией является снижение уровня продаж бытовой телевизионной техники. Однако в России телевидение имеет огромную аудиторию и популярность телевизоров достаточно высока.

Вынужденное введение механизма «параллельного» импорта, связанное с санкционным давлением на РФ со стороны США и коллективного Запада, неизбежно актуализирует проблему увеличения объема не только «серых», но и фальсифицированных товаров на российском рынке. Не остался в стороне от указанных тенденций и рынок бытовой электронной техники.

Рынок телевизоров в России в 2022 г. заметно изменился. Лидерство по объему продаж перешло от южнокорейских брендов к китайским и российским. Аналитики отмечают, что с уходом известных зарубежных производителей дефицита устройств не возникло, а цены на смарт-ТВ остались на уровне февраля 2022 г.

Продажи телевизоров китайских брендов в России выросли почти вдвое, наиболее популярны модели Xiaomi, Haier, Fusion, Harper и ВВК. Эксперты связывают тенденцию с приостановкой поставок Samsung, LG и Sony. Телевизоры этих брендов остаются в продаже, но покупателей отпугивают возросшие цены и возможные сложности с гарантией, в случае если технику ввезли по параллельному импорту. Китайской же продукции в магазинах больше и вендоры поставляют ее официально, временно возможен небольшой дефицит лишь устройств премиум-уровня. В дополнение к этому в России растет спрос на телевизоры отечественных брендов. В частности, это Dexp (собственность сети DNS) и Novex (принадлежит объединенной кампании «М.Видео-Эльдорадо»).

Ранее нами анализировались проблемы контроля качества бытовой телевизионной техники в Российской Федерации [1]. В настоящее время к указанным прежде добавились сложности, вызванные санкционным давлением и логистическими трудностями.

Известно, что производство большинства телевизоров осуществляется в России (более 80 %), но всё равно не локализовано на 100 %. Так, недавняя остановка сборки телевизоров Samsung и LG в РФ связана с нехваткой матриц. Компании сейчас решают сложные логистические задачи, чтобы продолжить доставлять на свои заводы недостающие компоненты.

Российские и китайские телевизоры дешевле корейских примерно на 10–15 % при сопоставимых характеристиках, качестве и функциях, но им нужно заслужить свое доверие, чтобы потребитель мог их покупать и обеспечивать себе качественный просмотр телепередач.

Китайские телевизоры более универсальны. В системах webOS (операционная система LG) и Tizen (ОС Samsung) доступность приложений определяется производи-

* © Павловский С. А., 2023

телями телевизоров, которые адаптируют их под свою ОС. В китайских ТВ установлены Android TV либо Google TV, в которых приложения можно устанавливать из обширного магазина GooglePlay либо просто с любого сайта или даже с внешнего накопителя (флешки). Но универсальность ужесточает требования к «железу», для устойчивой работы необходим достаточно большой объем оперативной памяти, производительные процессоры, качественные матрицы и т. д.

Качество у малоизвестных компаний не хуже, чем у грандов. Крупные китайские игроки редко производят и разрабатывают все сами. Чаще всего они отдают большую часть работы так называемым OEM-поставщикам – компаниям, которые производят те или иные детали для более крупного производства, т. е. с точки зрения компонентов особых отличий нет.

В России и сейчас есть более 15 заводов, выпускающих телевизоры (в Калуге, Московской области, Калининграде, Воронеже и других городах). Но, как правило, речь идет об отверточной сборке, а с компонентами сейчас все непросто, причем не только из-за санкций, но и из-за логистики. Поддерживать высокий уровень качества и надежности малоизвестным и начинающим компаниям сложно, так как это требует серьезных финансовых затрат, не всем это «по карману». Но в условиях сложностей с санкциями и логистикой такие компании вынуждены экономить, иногда в ущерб качеству и надежности телевизоров.

Некоторые компании создают так называемые суббренды, которые позволяют не только обходить преграды, связанные с санкциями и трудностями логистики, но и экономить на некоторых моментах. Так, при производстве эти компании могут использовать комплектующие от сторонних производителей *ноунейм* (без имени), сомнительного качества и с заниженными показателями. В результате заявленные характеристики не всегда соответствуют фактическим, что позволяет производителю телевизоров экономить. Например, телевизор заявлен как 4К, но использованы процессор с недостаточной производительностью и объемом оперативной памяти. В результате телевизор будет стабильно отображать статические изображения качества 4К (фотографии, картинки и т. д.), видео 4К и игры будут зависать, появятся искажения и т. д.

Наиболее широко представленные в настоящее время российские и китайские телевизоры 4К бюджетного и среднего уровня имеют операционную систему Android TV. Эти телевизоры, как упоминалось выше, универсальны, удобны в эксплуатации и управлении, понятны потребителю, так как алгоритмы работы и управления очень близки к смартфонам с операционной системой Android. При этом обладают такими же особенностями, как и смартфоны – производительность сильно зависит от процессора, объема оперативной памяти, размера экрана и т. д.

Поэтому при использовании процессора с производительностью, близкой к наименее возможной, и аналогичном объеме оперативной памяти (1,5–2 Gb), телевизор будет довольно устойчиво работать в режиме контента 4К, но при просмотре видео 4К и работы в режиме игры (особенно «тяжелой» игры) возможны задержки, зависания и искажения изображения. Таким образом, телевизор 4К бюджетного и/или среднего уровня работает достаточно устойчиво и недостатки проявляются лишь при максимальных нагрузках.

Кроме того, на такие телевизоры устанавливаются матрицы качества 4К типа MVA/VA (высокая контрастность, недостаток яркости, большое время отклика матрицы при достаточно низкой стоимости) или реже IPS (недостаточная контрастность, высокая яркость, достаточно малое время отклика матрицы, стоимость выше матриц MVA/VA). Это требует от потребителя более точных настроек для получения желаемого качественного изображения. В результате получается относительно недорогой телевизор 4К с небольшими проблемами при работе на максимальных параметрах в режиме

4К (но такого контента пока еще очень мало) и с фактическими параметрами на грани фальсификата и контрафакта.

Анализ опыта работы судебных экспертов показывает, что достаточно часто за экспертизой обращаются владельцы телевизоров бюджетного сегмента. Потребителей не устраивает качество изображения, неустойчивая работа с беспроводным интернетом (Wi-Fi), задержки, зависания и искажения изображения в игровом режиме и видео 4К. Но при этом производитель не считает эти недостатки производственными дефектами.

Конечно, не все потребители в состоянии произвести тонкую настройку параметров изображения, чтобы получить качественную «картинку» – это потребует определенных знаний и умений, а встроенные фиксированные настройки не всегда удовлетворяют пользователя. В то же время от телевизора бюджетного и среднего уровня не стоит требовать невозможного – параметров телевизоров премиального уровня.

Резюмируя изложенное, продолжаем настаивать на необходимости введения сертификации не только безопасности, но и качества радиоэлектронной техники. Думается, это благоприятно повлияет на качество бытовых телевизоров. Еще одной из мер по улучшению качества и надежности бытовой телевизионной техники может стать увеличение гарантийного срока. В этом случае производитель вынужден будет улучшать показатели качества и надежности производимых телевизоров, не допуская тем самым нарушения прав потребителя, закрепленных на законодательном уровне [2].

Список литературы

1. Павловский С. А., Кротова И. В., Малахов С. Н. Проблемы контроля качества бытовой телевизионной техники // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса: материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / отв. за выпуск Ю. Ю. Сулова. Красноярск, 2021. С. 311–315.

2. О защите прав потребителей : федер. закон от 07.02.1992 № 2300-1ФЗ (с изм. от 24.07.2020) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rg.ru>.

УДК 620.2(3):343.148.65

АССОРТИМЕНТ И ОЦЕНКА БЕЗОПАСНОСТИ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ, ПРОИЗВЕДЕННОЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НАНОМАТЕРИАЛОВ

В. Н. Паршикова, О. И. Шотт, Е. В. Петренко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены литературные данные, характеризующие состояние и перспективы использования наноматериалов в производстве косметики. Описан ассортимент нанокосметики, на которую оформлены свидетельства о государственной регистрации продукции по информации Единого реестра СГК за последнее десятилетие. Проанализированы проблемы обеспечения безопасности нанокосметической продукции. Показаны нормативные документы, регламентирующие процесс экспертизы её безопасности.

* © Паршикова В. Н., Шотт О. И., Петренко Е. В., 2023

Ключевые слова: наноматериалы, парфюмерно-косметическая продукция, ассортимент, безопасность, экспертиза

В соответствии с Техническим регламентом ТС 009/2011 наноматериал – это нерастворимый или биостойчивый и специально произведенный материал с не менее чем одним наружным размером либо внутренней структурой в пределах от 1 до 100 нм ($1 \text{ нм} = 10^{-8} \text{ м}$) [1]. Практическое использование нанотехнологий (технологий целенаправленного получения и использования частиц материалов нанометрового размера с заданными структурой и свойствами) представляется перспективным, планируется и реализуется во многих отраслях хозяйственной деятельности. Если же рассматривать применение наночастиц в производстве косметики, то следует пояснить, что размер их сопоставим с размером межклеточного пространства кожи (20–100 нанометров). Это может обеспечить проникновение необходимых активных компонентов косметических продуктов через трансдермальный барьер и доставку их в нужное место. Наночастицы обладают также значительной площадью поверхности и высокой активностью, что позволит использовать активные вещества в очень малых концентрациях и избежать аллергических реакций организма [2].

Целью исследований было изучение современного ассортимента косметической продукции, произведённой по заявлению изготовителей с использованием наноматериалов (нанокосметики) и находящейся в обращении на территории РФ, а также особенностей экспертизы её безопасности. Для этого необходимо рассмотреть номенклатуру используемых в производстве наноматериалов и ассортимент, который его изготовители представляют как нанокосметику.

В соответствии с литературными данными в производстве косметики могут быть использованы наноэмульсии, наносомы, нанопигменты и наноконплексы [3]. По литературным данным [3–6] нанотехнологии используются при производстве гигиенической косметики в средствах для ухода за кожей, зубами, волосами, а также для изготовления продукции декоративного назначения.

При этом всю нанокосметику, предназначенную для ухода за кожей, условно можно разделить на две группы: поверхностного действия и проникающую через трансдермальный барьер. К первой группе можно отнести наноэмульсии, УФ-фильтры на основе оксидов металлов и некоторых органических веществ, а также антимикробную косметику. Степень проникающей способности веществ зависит не только от размеров, частиц, но и от их химического строения, структуры, а также от индивидуальных особенностей кожи потребителя (возраст, пол, пористость, месторасположение, степень повреждения и др.). В косметологической индустрии существуют две основные цели нанотехнологий [4]: во-первых, в качестве УФ-фильтров для защиты от УФ-излучения; во-вторых, для доставки активных компонентов препаратов вглубь эпидермиса.

Что касается средств ухода за зубами, то приоритет в разработке нанотехнологичной зубной пасты, сочетающей разнонаправленные лечебно-профилактические воздействия на ткани полости рта и отсутствие побочных эффектов, принадлежит японским ученым. В качестве наноматериала предложен медицинский наногидроксипатит, который по эффективности реминерализации на начальной стадии кариеса зубов ни в чем не уступает фторидам как широко применяемым антикариесным добавкам, но лишён многих их недостатков. Зубная паста с этим ингредиентом обеспечивает снижение чувствительности зубов, эффективное удаление налета, восстановление микротрещин зубной эмали [5].

Примером использования нанотехнологий в производстве шампуней является использование в виде добавок коллоидных растворов кремния, цинка, серебра, железа, меди и золота [6]. Было показано, что после применения шампуня с наночастицами состояние жирных и сухих волос нормализуется.

Учитывая, что рекламируемая на потребительском рынке как нанокосметика продукция не всегда может быть объективно воспринята как таковая, ввиду отсутствия доказательств, для достижения цели исследования было решено использовать данные, представленные в Едином реестре свидетельств о государственной регистрации [7]. Это объясняется тем, что в соответствии с ТР ТС нанокосметика подлежит обязательной государственной регистрации для допуска на потребительский рынок. Единый реестр свидетельств о государственной регистрации (СГР) – это общий информационный ресурс, содержащий открытые данные о СГР производимой и реализуемой продукции. Он формируется с применением средств объединённой информационной системы ЕАЭС.

Общий реестр СГР ведет Евразийская экономическая комиссия на своём сайте [6]. Реестр ЕЭК содержит информацию обо всех свидетельствах, выданных на территории ЕАЭС. Информация включает номер свидетельства, статус документа, типографский номер бланка, дату оформления документа, наименование и краткую характеристику продукции, наименование изготовителя продукции, наименование получателя СГР, нормативную документацию для изготовления продукции, область применения, протоколы исследований с указанием наименования аккредитованной организации. На каждый продукт сформирована карточка с указанной выше информацией.

На момент исследования в реестре была представлена информация о более чем трёх тысячах наименований косметической продукции, произведенной с использованием наноматериалов. Такое количество СГР было выдано на территории ЕАЭС с 2013 г. по декабрь 2022 г.

Ассортимент гигиенической косметики с использованием наноматериалов для ухода за кожей включает:

1) разнообразные кремы, в т. ч. с УФ-фильтрами, осветляющим и увлажняющим эффектом, дневные и ночные; молочко солнцезащитное для лица и тела; антивозрастные кремы; комплексный крем, корректирующий тон кожи; крем для кожи вокруг глаз; крем для век с диоксидом титана; концентрат с экстрактом ладана для ухода за сухой, увядающей кожей, изготовленный с использованием наноматериалов на основе дерева босвеллия; для мужчин крем для рук с наносомами и т. д.;

2) скрабы: сахарный для тела; голубая глина для лица и др.;

3) солнцезащитный лосьон с высокой степенью защиты; солнцезащитный лосьон для детей; молочко для загара; спрей для загара; лосьон тонирующий с осветляющим эффектом; тоник косметический и пр.;

4) мицеллярная вода с гиалуроновой кислотой и коллоидным серебром;

5) очищающий гель, гигиенический спрей для рук, гель для умывания и гель для душа;

6) маска тканевая с экстрактом золота; маска гидрогелевая для лица с алмазной пудрой и платиной; маска для лица с водородной водой и наноколлагеном; маска для лица с тремя видами коллагена;

7) мыло туалетное твердое марки Safeguard с различными добавками;

8) средство для ванны российского производства.

Средства для ухода за зубами и полостью рта включают зубную пасту, содержащую в составе наночастицы наногидроксиапатита) различных марок, в т. ч. укрепляющая безабразивная зубная паста для особо чувствительных зубов.

В ассортименте средств для ухода за волосами присутствовали краски с ухаживающим эффектом; пудра текстурирующая для объема волос.

Ассортимент декоративной косметики включает практически все виды продукции этого назначения: подводка для глаз виниловая водостойкая; лак для ногтей; жидкая подводка для глаз; пудра осветляющая для волос; тушь для ресниц; краситель для

волос; тени для век; мелки косметические для макияжа лица, глаз и губ; помада для губ; тональная основа различной консистенции и степени стойкости (от праймера до маскирующего средства); различные блески (например, хайлайтеры); карандаш для контура глаз; пудра рассыпчатая; гель-лайнер для контура глаз; бальзам для губ; тональные кремы; гель для бровей; румяна; крем-краска для волос интенсивная осветляющая; гель-тint для бровей водостойкий; консилер для лица; сыворотка-укрепитель для ногтей с диоксидом титана; средство для укладки – пудра для объема и фиксации; жидкость для снятия лака.

Немногочисленна номенклатура парфюмерной продукции с наноматериалами (например, наночастицами коллоидного серебра). Это духи, парфюмерная вода, туалетная вода для женщин таких российских изготовителей, как ЗАО НПО «Химсинтез», туалетные воды для мужчин также отечественного производителя ООО «КОСМОПРОМ 2000» и ряда других.

К сожалению, наноматериал, входящий в состав продукции, не всегда указывается в реестре. Особенно это относится к парфюмерной продукции. Ассортимент нанокосметики может включать по литературным данным [3] и данным реестра различные ингредиенты: средства от и после загара (нанокапсулы витаминов, диоксид титана); антиэйдж косметика (фуллерены, наночастицы глюконолактата, витаминов, липосомы, оксид цинка, диоксид титана, нанокапсулированный витамин А и Е, нанолипосомылактата натрия); крем против воспаления и зуда (нанокапсулированный оксид цинка); крем под глаза (фуллерены, липосомы); румяна (пигменты, диоксид титана, оксид цинка); моющие и очищающие средства для тела (нанолипосомы витамина А); бронзеры и осветлители (нанотальк, нанокварц, нанотопаз, оксид цинка, нановитамины); декоративная косметика (глюконолактат); маскирующая косметика, например пудра (диоксид титана, оксид цинка, наносферы гиалуроновой кислоты); кондиционеры (диоксид титана); кремы от морщин (оксид цинка); средства от облысения (наносомы); бальзам для губ (наноксид цинка); блеск для губ (нанопорошок топаза, нанокварц); помада (нанотопаз, нанокварц); средства от загара, искусственный загар (нанодиоксид титана, нанопигменты, нановитамины), гель-тint для бровей водостойкий (нанодиметилсилилат диоксида кремния.), флюид для лица защитный (наноматериал: тетраметилбутилфенол), подводка для глаз (в составе наночастица-краситель).

В качестве изготовителей продукции и получателей СГР заявлены как иностранные, так и российские организации, с преобладанием первых.

Вопросы экспертизы нанокосметики были рассмотрены с учётом положения о недоказанности её полной безвредности для организма человека и окружающей среды.

Санитарно-эпидемиологическая экспертиза нанокосметики проводится при ввозе из-за рубежа; разработке и постановке на производство; изготовлении (производстве); расфасовке, упаковке и маркировке; хранении и перевозке; реализации. Экспертиза проводится в аккредитованных лабораториях. В маркировке подобной продукции наночастицы при описании состава должны быть указаны термином «нано» в скобках.

Лабораторные исследования (по каждой группе наноматериалов, применяемых в ПКП) включают следующие стадии:

- выделение и концентрирование наноматериала, содержащегося в пробе;
- выявление и идентификация наноматериала;
- количественная оценка содержания наноматериала в анализируемой пробе
- экспертиза продукции на раздражающее действие на кожу и слизистые оболочки, токсическое, аллергенное, мутагенное, канцерогенное действие.

При этом для экспертизы используются кроме ТР ТС 009/2011 следующие нормативные документы:

- МР 1.2.0040-11 «Контроль наноматериалов в парфюмерно-косметической промышленности»;
- Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 23.07.2007 № 54 «О надзоре за продукцией, полученной с использованием нанотехнологий и содержащих наноматериалы»;
- МУ 1.2.2636-10 «Проведение санитарно-эпидемиологической экспертизы продукции, полученной с использованием нанотехнологий и наноматериалов».

Анализ содержания карточек реестра на косметические продукты показал полное соответствие контролируемых показателей требованиям технического регламента и других нормативных документов.

Таким образом, можно заключить, что Единый реестр СГР в основном выполняет функции, возложенные на него государственными и надгосударственными органами ЕАЭС по предотвращению распространения на рынке фальсификационной и опасной продукции. Однако требует совершенствования содержание этого электронного документа, что даст больше возможностей научным работникам для изучения формирующегося рыночного ассортимента нанопродукции, а практическим работникам торговли и рядовым потребителям оперативно контролировать и выявлять продукцию, не соответствующую установленным требованиям. Необходимо изучение международного опыта в этой области для разработки и развития нормативной базы и быстрого выведения опасной продукции из сферы обращения.

Список литературы

1. Технический регламент таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» (с изм. на 29.03.2019) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902303206> (дата обращения: 23.11.2022).
2. Нестерова К. С. Перспективы развития косметического рынка на основе применения нанотехнологий // *Успехи химии и химической технологии*. 2008. № 13. С. 99–101.
3. Косметика и нанокосметика – успехи и риски [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://vuzlit.com/633785/konkretnye_primery_otraslevykh_problemy (дата обращения: 25.11.2022).
4. Нанокосметика: миф или прорыв [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://miridei.com/idei-krasoty/uhod/nanokosmetika-mif-ili-proryv> (дата обращения: 25.11.2022).
5. Нанотехнологии в профилактике кариеса зубов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dentalmagazine.ru/posts/9034.html> (дата обращения: 24.12.2022).
6. Жуков М. В., Ампилогова Е. А., Волкова А. В., Марченко М. А., Ишмуратов Д. М., Коровайцева А. Е. Создание активной добавки к шампуням на основе наночастиц различной природы // *Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-aktivnoy-dobavki-k-shampunyam-na-osnove-nanochastits-razlichnoy-prirody> (дата обращения: 24.11.2022).
7. Единый реестр свидетельств о государственной регистрации [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://portal.eaeunion.org/sites/odata/_layouts/15/portal.eec.registry.ui/directoryform.aspx?listid=0e3ead06-5475-466a-a340-6f69c01b5687&itemid=231# (дата обращения: 23.11.2022).

ЦИФРОВАЯ МАРКИРОВКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Ю. Д. Петренчук*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены особенности реализации проекта по обязательной маркировке ювелирных изделий. Охарактеризованы участники и цели проекта, показаны этапы внедрения маркировки. Представлены первые результаты внедрения.

Ключевые слова: ювелирные украшения, драгоценные камни, ГИИС ДМДК, государственный контроль

В настоящее время цифровая маркировка товаров осуществляется в системе «Честный знак». Обязательной маркировке подлежат меховые изделия, обувь, парфюмерные товары, лекарства, табак, молочная продукция и др., в т. ч. в разработке находятся пилотные группы (БАДы, антисептики, пиво и безалкогольные напитки, медицинские изделия, кресла-коляски и велосипеды). Данная информационная система показывает эффективность в защите рынка от фальсифицированной и контрафактной продукции, а также выход некоторых участников рынка из теневой экономики [1; 2]

Для контроля за оборотом в сфере обращения драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них была создана Государственная интегрированная информационная система (ГИИС ДМДК), основными целями которой являются:

- прослеживаемость данной группы товаров на всех этапах (от добычи до реализации), в т. ч. подтверждение подлинности и происхождения;
- сбор аналитической информации о состоянии отрасли, переход на электронный документооборот;
- применение риск-ориентированного подхода при государственном контроле (надзоре), в т. ч. выявление рисков нарушения [3].

В рамках данного проекта осуществляется межведомственное взаимодействие между ФПП, ФНС, Росреестр, МВД, ЦБ. Оператор системы – АО «Госзнак».

Участниками оборота являются предприятия, занимающиеся добычей и переработкой/обработкой драгоценных металлов и камней, производители, импортеры, ювелирные торговые предприятия, ломбарды.

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 26.02.2021 № 270 «О некоторых вопросах контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота и внесении изменений в некоторые акты правительства Российской Федерации» под обязательный контроль попадают: сырье, содержащее драгоценные металлы; стандартные и мерные слитки; драгоценные металлы в виде порошков; драгоценные камни; ювелирные изделия [4].

Подробнее рассмотрим применение цифровой маркировки на примере ювелирных изделий.

Обязательной маркировке подлежат изделия, изготовленные из золота – проба не ниже 333, платины – проба не ниже 585 и палладия – проба не ниже 500, а также изделия со вставками (бриллиант, сапфир, рубин, изумруд).

Цифровая маркировка ювелирных изделий включает:

- 1) уникальный идентификационный номер (УИН), состоящий из 16 цифр;
- 2) двухмерный штриховой код (Data Matrix).

На данный момент все средства идентификации наносятся на бирку ювелирного изделия. Также необходимо разместить адрес сайта в сети Интернет, на котором осу-

* © Петренчук Ю. Д., 2023

проводится проверка УИН. ФПП были разработаны рекомендации оформления бирки (рис. 1).



Рис. 1. Образец оформления бирки ювелирного изделия

Каждый потребитель может проверить ювелирное изделие при помощи введения уникального кода ювелирного изделия на сайте Федеральной пробирной палаты или на официальном сайте ГИИС ДМДК, а также в приложении при помощи сканировании кода Data Matrix [3; 5]. Информация об изделии должна содержать: наименование производителя, продавца, страну происхождения, наименование изделия, вид драгоценного металла и пробу, массу изделия, дату производства. Если изделия со вставками из драгоценных камней, то вид вставки, вес и отличительные характеристики. В том числе может быть размещена фотография изделия.

Цифровая маркировка вводится поэтапно:

- 1 марта 2022 г. – запрет на продажу ювелирных изделий без УИН;
- 1 сентября 2022 г. – внесение в ГИИС ДМДК уточнённых сведения об остатках изделий, получение УИН для остатков немаркированных изделий;
- 1 марта 2024 г. – нанесение кода Data Matrix не только на бирку, но и на металлическую часть ювелирного изделия (размещение рядом с клеймом).

В декабре 2022 г. Правительством РФ было принято решение о продлении сроков обязательной маркировки ювелирных изделий (нанометка):

- с 1 марта 2023 г. перенесено на 1 марта 2024 г. – ювелирные изделия, произведенные в России или ввезенные из ЕЭС;
- с 1 марта 2024 г. на 1 сентября 2024 г. – остатки ювелирных изделий и ввезенные из других стран [5; 6].

Реализация проекта в рамках добровольной регистрации в системе ГИИС ДМДК началась в апреле 2021 г. Результаты, опубликованные ФПП, показали эффективность работы. Так в январе-феврале 2022 г. темп роста составил 106 % (по массе) и 103 % (по

количеству) по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. [5] Произошел рост ювелирных изделий из золота представленных на пробирование и клеймение в ФПП.

Список литературы

1. Шотт О. И., Паршикова В. Н., Полянская В. В., Петренко Е. В. Товароведные аспекты маркировки импортируемой меховой одежды контрольными (идентификационными) знаками в сфере обращения // Управление экономическими системами. 2019. № 4 (122). С. 65.

2. Зайченко Е. А., Петренко Е. В. Контрольно-надзорная деятельность на потребительском рынке обувных товаров: состояние и перспективы развития // Региональные проблемы преобразования экономики. 2020. № 6 (116). С. 75–83.

3. Официальный сайт ГИИС ДМДК [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dmdk.ru> (дата обращения: 24.11.2022).

4. О некоторых вопросах контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота и внесении изменений в некоторые акты правительства Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 26.02.2021 № 270 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dmdk.ru/upload/iblock/7f1/t7ify8xwgsuj121tjqy47a8ji3s1qdzz/PP-270.pdf> (дата обращения: 23.11.2022).

5. Официальный сайт ФПП [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://probpalata.gov.ru> (дата обращения: 23.11.2022).

6. Правительство отсрочило введение обязательной маркировки ювелирных изделий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ria.ru/20221109/markirovka-1830160062.html> (дата обращения: 01.12.2022).

УДК 366.65

ASSESSMENT OF THE INFORMATION COMPLETENESS PROVIDED ON THE CONSUMER GOODS LABELING

D. V. Mikhalkova, Yu. V. Fakhruddinova, O. Yu. Veretnova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. This paper presents the main requirements for the labeling of food and non-durable products, using the example of coffee and perfumery and cosmetic products.

Keywords: labeling analysis, roasted coffee beans, perfumes and cosmetics

The life of every person is connected with the daily purchase of certain goods in retail chains. The goods of daily demand are, first of all, food (milk, bread, coffee, tea, etc.). The first thing the consumer pays attention to when choosing them is labeling. It performs such important functions as informational, identifying, motivational and emotional and largely influences consumer preferences. The product that has the most complete and understandable information on the label will be in great demand among consumers, since it that you can judge the quality of the purchased product on its base.

* © Mikhalkova D. V., Fakhruddinova Yu. V., Veretnova O. Yu., 2023

In recent years, natural coffee (both ground and in grains) has begun to gain particular popularity among the population of many countries, and from the non-food products the level of demand for skin care cosmetics for the face, hands and body has especially increased. In this regard, the labeling of these consumer goods was chosen for further analysis [5].

The purpose of this study is to identify the conformity of the coffee products labeling with the mandatory requirements of the Technical Regulations of the Customs Union 022/2011 "Food products in terms of their labeling", to identify the conformity of the perfumery and cosmetic products labeling with the requirements of the Technical Regulations of the Customs Union 009/2011 "On the safety of perfumery and cosmetic products" and to identify the differences in the composition of the requirements for information on labeling for different groups of consumer goods.

The Technical Regulation of the Customs Union 022/2011 "Food products in terms of their labeling" contains eleven mandatory requirements and two additional requirements for labeling food products presented in Table 1 along with additional information indicated on the consumer packaging of the analyzed samples of roasted coffee beans. The manufacturer has the right to indicate the additional information about the product on the packaging, provided that it does not mislead the consumer about its use and characteristic features [1].

Table 1 shows that the labeling of food products from the same manufacturer may differ. The sample "Colombia" has more complete information than the sample "Brazil". The sample "Brazil" has no information about the region of growth and the method of processing, and this information is displayed on the samples "Colombia", "Ethiopia" and "Espresso blend". It is worth noting that different manufacturers used different methods of grain processing: IP "Kalyuzhin A. N." - washed, and IP "Mikhaleva O. A." - dry for the sample "Brazil" and mixed for the sample "Espresso mixture". In this regard, the shelf life of products from different manufacturers also differs – grain processed in a dry way is stored for 3 months longer than the one that was processed in a washed way. Further, it should be noted that not a single sample fully meets the requirements of TR CU 022/2011 "Food products in terms of their labeling". All have no indication of the amount of food product and recommendations and (or) restrictions on use (information about the presence of GMOs can be omitted if genetically modified organisms are not present in the finished food product). The content indication is not required in this case, since the food product consists of one component – coffee beans [1].

Table 1

The labeling compliance of the analyzed samples of the roasted coffee beans with the requirements of TR CU 022/2011 "Food products in terms of their labeling"

Information on the labeling	Test samples			
	Colombia	Ethiopia	Brazil	Espresso blend
Name of the PP*	—	—	—	—
Date of manufacture	27.12.2021	26.01.2022	13.12.2021	20.12.2021
Expiration date	9 months	12 months	9 months	12 months
Storage conditions	Store at a temperature no higher than 25°C, humidity no more than 75%	Store at a temperature no higher than 25°C, humidity no more than 75%	Store at a temperature no higher than 25°C, humidity no more than 75%	Store at a temperature no higher than 25°C, humidity no more than 75%
Name and location of the manufacturer	IEKalyuzhin A. N. Krasnoyarsk, 1 Televizornaya str., 61	IEMikhaleva O. A. Krasnoyarsk, 16a Dorozhnaya str., 1	IEKalyuzhin A. N. Krasnoyarsk, 1 Televizornaya str., 61	IEMikhaleva O. A. Krasnoyarsk, 16a Dorozhnaya str., 1
Indicators of the nutritional value	Proteins 1.5. Energy value 92.4 KCal	Fats 14.4 g, proteins 13.9 g. Energy value 331 KCal	Proteins 1.5. Energy value 92.4 KCal	Fats 14.4 g. proteins 13.9 g. Energy value 331 KCal

Ending Table 1

Information on the labeling	Test samples			
	Colombia	Ethiopia	Brazil	Espresso blend
A common mark of appeal	+	+	+	+
Document	GOST 32775-2014	GOST 32775-2014, Declaration of conformity of the EAEU N RU D-RU.PA01.B.30391/21	GOST 32775-2014	GOST 32775-2014, Declaration of conformity of the EAEU N RU D-RU.PA01.B.30391/21
Region	Antioquia	Sidamo	—	30% Guatemala/ 70% Brazil
Growth height, m	2000	1900	1000	1500
Kind	Arabica	Arabica	Arabica	Arabica
Processing method	Washed	Dry	—	Washed/Dry
Taste shades	Barberry, chocolate, peach	Cocoa, milk chocolate, dried fruit	Dark chocolate, caramel, nut	Dark chocolate, almonds, prunes
The presence of the words "fried", "coffee", "in grains"/ "ground" in the name [3].	There is no indication of the words "fried" and "coffee"	There is no indication of the words "fried" and "coffee"	There is no indication of the words "fried" and "coffee"	There is no indication of the words "fried" and "coffee"
Additional information specification	—	—	Natural	—

*FP – food products

**GMO – genetically modified organisms

Despite the fact that there are the obligatory requirements for the information on the food products labeling, the manufacturer has the right to specify additional information about the product, provided that it does not mislead the buyer (consumer) about the scope of its application and its properties. At the same time, the information specified in the above-mentioned regulatory document must be provided in full [4].

Obligatory requirements for the information on the non-food products labeling are contained in the relevant Technical Regulations (for perfumery and cosmetic products in TR CU 009/2011 "On the safety of perfumery and cosmetic products", which are presented in table 2) [2].

Table 2

Labeling analysis of the studied samples of perfumery and cosmetic products

Information on the labeling	Test samples		
	Hand cream "ORGANIC KITCHEN"	Foam for washing "ECO LABORATORIE"	Body cream "cafe mimi"
Name	Moisturizing SOS Hand Cream	Foam for washing	Body cream
Appointment (if it does not follow from the name)	Follows from the name	For the problem and oily skin	Follows from the name
Manufacturer's name and location	LLC "ORGANIC SHOP RUS", 119571, 119a Leningradsky Avenue, fl. 4, room 28, office 33, Moscow, Russia	LLC "Ecolaboratory", 115088, 17 second Mashinostroeniya street, building 1, fl. 2, room 1, room 63, office 3, Moscow, Russia	LLC "DesignSoap", 115470, 17 Andropova Ave., Building 1, office 127, Moscow, Russia
Batch number or special code	424	434	016

Information on the labeling	Test samples		
	Hand cream "ORGANIC KITCHEN"	Foam for washing "ECO LABORATORIE"	Body cream "cafe mimi"
Information about the methods of application	Apply to dry, clean hands until completely absorbed	Massage a small amount of foam onto the moist skin of the face, then rinse thoroughly with warm water. Suitable for removing eye makeup. For external use	Massage the cream onto the clean skin until it is completely absorbed. For external use only
Content	+	+	+
A common product circulation mark	+	+	+
Country of origin	Russia	Russia	Russia
Name and location of the organization authorized to accept claims	Please send your claims and suggestions to the manufacturer's address	Please send your claims and suggestions to the manufacturer's address	Please send your claims and suggestions to the manufacturer's address
Nominal quantity of the products, ml	50	150	110
Expiration date	Valid until 10.2023	Valid until 04.2024	Valid until 07.2024
Description of the storage conditions	Do not differ from the standard	Do not differ from the standard	Do not differ from the standard
Special precautions (if necessary)	—	—	—

Analyzing table 2, it can be seen that the labeling of all the studied samples fully complies with the requirements of TR CU 009/2011 "On the safety of perfumery and cosmetic products". The absence of the special precautions indications when using the product is not obligatory.

Based on the labeling analysis results of food and non-food products, the following differences were identified in the regulatory documentation for different groups of consumer goods and the composition of obligatory labeling requirements:

- general requirements for labeling of food products are described in one regulatory document - TR CU 022/2011 "Food products in terms of their labeling". Specific labeling details for each individual type of goods are presented in the relevant standards for food products;
- for non-food products there is no regulatory document summarizing the labeling requirements for all groups of products. The labeling details for each individual group of such products are provided in the relevant Technical Regulations of the Customs Union (for example, TR CU 009/2011 "On the safety of perfumery and cosmetic products");
- the content and the structure of the obligatory requirements for food and non-food products are different from each other. On the food products labeling, it is obligatory to indicate such details as: the quantity of food products, the date of manufacture, indicators of nutritional value, information about the presence / absence of GMOs. The requirements for information on the labeling of non-food products do not contain the above requirements, however, the following are not typical for food products: purpose (if it does not follow from the name), batch number or special code, information on methods of application, name and location of the organization authorized to accept claims, special precautions (if necessary).

References

1. Technical Regulations of the Customs Union 022/2011 "Food products in terms of their labeling" [Electronic resource]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902320347>.

2. Technical Regulations of the Customs Union 009/2011 "On the safety of perfumery and cosmetic products" [Electronic resource]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902303206>.

3. GOST 32775–2014 "Roasted coffee. General Technical Conditions" (approved and put in force by the Order of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology on August 27, 2014 N 971-st.) [Электронный ресурс].

4. Nikolaeva M. A., Kartashova L. V. Commodity information [Electronic resource]. URL: <https://znanium.com>.

5. Naumov V. N. Marketing [Electronic resource]. URL: <https://znanium.com>.

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ
**«Тренды развития торговли
и сервиса в условиях
цифровой трансформации»**

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА

Д. В. Бирюк*

*Московский физико-технический институт, Московская область,
г. Долгопрудный*

Аннотация. В статье рассмотрена цифровая трансформация государственного управления в ключе государственной поддержки и развития торговли и бизнеса на примере Цифровой платформы МСП, предназначенной для оказания электронных сервисов и услуг для субъектов малого и среднего предпринимательства. Проанализирована эффективность Цифровой платформы МСП, а также проведен ее анализ на предмет соответствия концепции государственного управления в эпоху цифровой трансформации «государство как платформа».

Ключевые слова: цифровая трансформация; меры поддержки; государственное управление; развитие малого и среднего предпринимательства; государство как платформа

В условиях реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации до 2024 года» развитие торговли и сферы услуг находятся в процессе цифровой трансформации – доля цифровой экономики в данной сфере увеличивается и повышается конкурентоспособность предприятий торговли и сервиса. Так как сектор малого и среднего предпринимательства является основой рыночной экономики, вопросы цифровой трансформации государственного управления в данной сфере являются значимыми и актуальными, наравне с такими сферами, как здравоохранение, образование [4; 5], наука и пр. В связи с этим стоит вопрос качества реализуемых в этой области проектов цифровой трансформации – в рамках данной статьи будет дана оценка проекту «Цифровая платформа МСП», предназначенного для оказания электронных сервисов и услуг для субъектов малого и среднего предпринимательства. При рассмотрении Цифровой платформы МСП как элемента концепции «ГкП» в данной работе будет использоваться в основном доклад «Государство как платформа: люди и технологии», подготовленный в 2019 г. на основе материалов программ Высшей школы государственного управления РАНХиГС в сотрудничестве с Центром перспективных управленческих решений.

Авторы данного доклада вкладывают в определение «Платформа» с точки зрения государственного управления два понимания: практическое и метафорическое. Под первым понимаются определенные функции Платформы, сама Платформа как технологический комплекс становится посредником между государством и гражданами. Второй аспект определения представляет собой метафорическую сторону цифровой трансформации – постановку вопроса «А что дальше?», сторона, которую нельзя забывать, решая технологические и управленческие задачи. Подробнее данный аспект рассматривается в этическом разрезе [1].

Далее для анализа Цифровой платформы были взяты 10 принципов построения процессов на Платформе [1], сформированных на базе современных методов изменения процессов и сформированными по методологии управления Lean Management [2]. Методология предполагает вовлечение пользователей в работу по оптимизации и помещает его в фокус внимания. Соответствие концепта Цифровой платформы МСП этим принципам представлено ниже и в таблице в табл. 1.

* © Бирюк Д. В., 2023

**Соответствие концепта Цифровой платформы МСП
принципам построения процессов на Платформе**

Принципы построения процессов на Платформе	Реализован в полном объеме
Гарантия сроков получения сервисов (публичный SLA)	
Лучший клиентский опыт	
«Никогда не спрашиваем дважды и предзаполняем все формы»	
Мультиканальность и кросс-территориальность	
Цифровой результат	
Измерение удовлетворенности	
Онлайн-информирование	
Персонализированный сервис	
Дебюрократизация	
Сквозная идентификация и аутентификация для всех сервисов	
Принцип реализован в полном объеме	
Принцип реализован частично	
Принцип не реализован	

Разработка Цифровой платформы МСП ведется по принципам клиентоориентированности, дизайн-мышления, принципам построения процессов на Платформе, а также бережливого производства (Lean manufacturing, Lean production). Это новые в сфере государственного управления подходы, они являются важными аспектами при реализации сервисного и платформенного подхода в государственном управлении, при предоставлении различных государственных услуг. Кроме того, Цифровая платформа МСП способствует налаживанию межведомственного взаимодействия между такими органами государственной власти, как ФНС, Центробанк, Минцифры, Минэкономразвития. В этом заключается одна из целей эксперимента по обмену данными, который стартовал 1 февраля 2022 г. Такого рода взаимодействие по обмену и предоставлению данных между различными государственными органами и ведомствами является одним из главных в концепции «ГкП», так как при получении каких-либо государственных услуг конечному пользователю (физическому лицу, юридическому лицу) не важно, кто предоставляет ему эту услугу – федеральные органы, субъект РФ или ведомство, вместо этого важна, в конечном счете, простота и удобство получения этой услуги.

Еще одним из важных принципов при реализации концепции «ГкП» является принцип «открытых государственных данных». В России данный принцип осложняется Федеральным законом «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ, который ограничивает использование персональных данных государством в части задач анализа данных в целях принятия управленческих решений в различных государственных органах. Однако, помимо частных данных, в государственной системе агрегируется огромный объем данных, который должен быть открыт для совместного доступа граждан, органов власти, бизнеса и пр.

Открытые государственные данные – это общемировой тренд подотчетности государства перед своими гражданами, сервис для бизнеса и граждан [1]. Такого рода сервис реализован и на Цифровой платформе МСП в разделе «Статистика», где представлена актуальная информация, описывающая состояние малого и среднего бизнеса, собранная из официальных источников (Росстат, ФНС и пр.). На данный момент в разделе представлены следующие показатели: количество самозанятых, крупного, среднего, микробизнеса; статистика по РФ (ВВП, ИЧР, экономически активное население,

средний оклад до/после удержания налогов, экспорт и импорт); сводные показатели по числу и составу МСП, его обороту от общего по РФ, срединно зарплата в МСП по РФ; территориальные данные регионов о выручке (в т.ч. МСП), среднем чеке, числе ИНН (в т. ч. МСП), числе ККТ (в т. ч. МСП).

Однако предоставленных в разделе данных может быть недостаточно субъектам МСП для проведения ими различных исследований и анализов. Кроме того, предоставленные данные имеют разный срок обновления и, следовательно, разную актуальность. В рамках данной работы был проведен сравнительный анализ двух сервисов статистики для бизнеса (в т. ч. для МСП), результаты представлены в табл. 2. Для проведения анализа сервисов, кроме самого сервиса Цифровой платформы МСП, являющейся государственной, взят популярный коммерческий сервис «СберИндекс» с оперативной экономической статистикой и открытыми данными «Сбера» [3].

Таблица 2

Сравнительный анализ платформ статистики для бизнеса

Критерий сравнения	Цифровая платформа МСП	СберИндекс
Количество показателей	По числу и составу МСП – 1, по субъектам РФ – 8, сводные показатели – 4 по статистике РФ – 7 Итого: 19	Потребители – 6 Бизнес – 3 Рынок труда – 2 Недвижимость – 11 Туризм – 1 ВВП – 2 Итого: 25
Актуальность данных (самое позднее обновление показателя на 14.07.2022)	Январь 2022 у показателей экспорта и импорта (не считая ИЧР 2020 года)	Декабрь 2021
Количество страниц сайта в поисковой выдаче «Яндекса»	269	93
Индекс качества сайта	70	420

Сравнительный анализ коммерческой и государственной сервисов статистики показал, что у Статистики Цифровой платформы МСП меньшее количество показателей, а сами показатели представляют статический показатель на определенный момент, в отличие от «СберИндекс», где большинство показателей представляют собой динамические показатели с возможностью просмотра графиков по промежуткам времени, а также возможность фильтрации показателей по разделу и ключевым словам. По результатам анализа, можно сделать вывод, что сервис статистики Цифровой платформы МСП отстает от коммерческого аналога по большинству критериев, но превосходит по критерию количества страниц сайта в поисковой выдаче «Яндекса». Такое превышение показателя критерия может быть связано с тем, что при оценке с помощью сервиса проверки посещаемости сайта be1.ru происходит оценка всего сайта, а не определенной страницы, тогда как сервис статистики «СберИндекс» расположен на отдельном сайте, а сервис статистики Цифровой платформы – на сайте самой платформы. Дальнейшая работа над сервисом статистики и работе по межведомственному обмену данными позволит сервису стать актуальным инструментом для граждан и бизнеса.

Таким образом, рассмотрев Цифровую платформу МСП как элемент концепции «Государство как платформа», можно сделать вывод, что она является важным элементом данной концепции, так как охватывает большой спектр сервисов и услуг для субъектов малого и среднего предпринимательства, а также для физических лиц и самоза-

нятых, реализуемых в цифровом виде через единый портал МСП.РФ и при реализации большинства свойств и принципов концепции государственного управления «Государство как платформа».

Список литературы

1. Доклад РАНХиГС «Государство как платформа: люди и технологии», Москва, 2019 // РАНХиГС. Режим доступа: <https://www.ranepa.ru/images/News/2019-01/16-01-2019-GovPlatform.pdf> (дата обращения: 19.11.2022).
2. Майкл Дж. Бережливое производство + шесть сигм: Комбинируя качество 6 сигм со скоростью бережливого произв. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 360 с.
3. Оперативная экономическая статистика и открытые данные Сбера // СберИндекс. Режим доступа: <https://sberindex.ru/ru> (дата обращения: 19.11.2022).
4. Biryuk D. V. Higher education institutions in the digital economy era: digital transformation of higher education // *Gaudeamus Igitur*. 2020. № 1. С. 53–55.
5. Бирюк Д. В. Цифровая трансформация в высшем образовании как необходимое условие сохранения конкурентоспособности вузов в мировом образовательном пространстве // Инженерные кадры – будущее инновационной экономики России: материалы VI Всерос. студ. конф. Йошкар-Ола, 10–13 ноября, 2020. Йошкар-Ола: ПГТУ, 2020. С. 36–39.

УДК 338.28

БУДУЩЕЕ РОССИИ В ИНИЦИАТИВЕ

И. И. Боков *

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет,
г. Томск*

Аннотация: в данной статье указаны потребности в создании национальной технологической инициативы, ее недостатки и причины перезапуска программы, преимущества и потенциал новой, а также составлен список рекомендаций по достижению большего успеха и устойчивого развития.

Ключевые слова: национальная программа; технологическая инициатива; государственная программа; поддержка бизнеса; технологический суверенитет; перспективные направления; стартапы; направления развития; новые рынки; импортозамещение; госконтракты

Основополагающей целью руководства каждого государства является развитие собственных передовых технологий и инноваций для продвижения их на мировом рынке и становления государства как лидера отрасли. Для разработки идей необходимы ресурсы: люди, предприятия и финансирование. Именно для решения этих задач председателем Правительства РФ была создана «Национальная технологическая инициатива» – некоммерческая организация для объединения представителей бизнеса и экспертных сообществ для развития в России перспективных технологических рынков и отраслей, которые могут стать основой мировой экономики. Поскольку опыта построения

* © Боков И. И., 2023

подобного рода организаций в России нет, то программа НТИ 1.0 потерпела крах. Спустя 4 года с фактического запуска программы в 2020 г. руководство НТИ объявило о перезапуске платформы и старте принципиально новых направлений.

Целью данной работы является изучение каждой из программ, их сравнение и анализ для выявления недостатков каждой и построения ряда рекомендаций, приводимых к возможности успешного существования не только в современных реалиях, но и в ближайшем будущем.

В ходе вновь и вновь вводимых санкций, отхода от устаревших технологий производства и повышения конкурентоспособности страны на мировых рынках по поручению президента Российской Федерации в 2014 г. началась разработка программы, способной к реализации и обеспечению национальной безопасности, высокого качества жизни людей и развитию отраслей промышленности. Такой стала Национальная Технологическая Инициатива. Ее отличие от предшествующих государственных инициатив в том, что она исходила от предпринимателей, от этого и сформировалось название, а суть заключается во взаимодействии бизнеса не только с государственно-административными органами, но и ведущими вузами, исследовательскими центрами, экспертами, а также профильными ведомствами.

По итогам стратегической сессии «Форсайт флот», состоявшейся в мае 2015 г., были определены девять перспективных рынков:

- аэронет (беспилотные летательные аппараты);
- автонет (беспилотные автотранспортные средства);
- маринет (беспилотный морской транспорт);
- нейронет (искусственный интеллект);
- хэлснет (медицина);
- фуднет (питание);
- энерджинет (интеллектуальная энергетика);
- технет (умные фабрики);
- сейфнет (обучение и развитие).

Все эти рынки должны сформироваться в развитых странах в течение 15–20 лет. На тот момент они были недостаточно сформированы либо отсутствовали вовсе.

Идея создания инициативы по развитию новых рынков и технологий для выведения России на лидирующие позиции в мире и улучшению качества жизни граждан действительно впечатляющая. Летом 2016 г. была собрана межведомственная рабочая группа для обсуждения реализации программ. Согласно предоставленным «дорожным картам», к 2035 г. в России появится свой собственный язык программирования, полностью безопасная связь и ... телепортация. Да, все верно, телепортация. Только на один из рынков НТИ, а именно сейфнет необходимо 10 млрд руб., большая часть которых будет финансирована из бюджета страны. Вопрос о том, куда будут телепортировать все выделенные средства и будет ли от этого какой-либо толк остается открытым. Глава объединений ИТ-компаний «Руссофт» Валентин Макаров во время интервью одному из издательств заявил, что в ближайшие 20 лет в нашей стране телепорт вряд ли появится, но деньги выделять стоит, «смеяться над тем, что мы намерены заниматься телепортацией и тратить на это миллиарды рублей – это нехорошо».

В итоге получается, что строить планы на ближайшие 15, 20, 25 лет очень удобно – к тому времени будут уже другие люди в компании, и следовательно, отчитываться будут они, а множество фондов, дочерних фирм и т. д. усложняют отслеживание движение средств федерального бюджета.

8 апреля 2020 г. платформа объявила о «перезапуске» и старте отбора участников Форсайта полностью в онлайн-формате. «Цифровая сборка сообществ» далеко не единственное нововведение. Руководство программы планирует уход от «москвоцен-

тризма» и развитие механизмов экспорта. Проектам-участникам была обещана поддержка в виде займов с низким процентом под реализацию госконтрактов и компенсацию курсовой разницы при международных операциях. Кроме того, руководитель инициативы объявил о запуске новых направлений:

- эдунет (сетевая образовательная система);
- хоумнет (безопасная и комфортная среда обитания человека);
- спортнет (рынок спорта);
- вearнет (гибридная индустрия моды);
- геймнет (компьютерные игры).

Можно заметить значительный рост платформы и ее переход в статус целой экосистемы. Теперь НТИ реализует качественное и своевременное обучение специалистов в «Университете НТИ 2035», организует собственные акселераторы для наставников и партнеров, проводит различного рода соревнования и хакатоны для школьников, студентов, желающих продемонстрировать свои таланты, а также создает крупные форумы и конференции, например, проектно-образовательный интенсив «Архипелаг-2022», проводимый на трех площадках одновременно: в Севастополе, Москве и Южно-Сахалинске.

Становится видно, что потраченные силы и средства не ушли в пустоту, платформа как будто собрала весь опыт и саккумулировала его в огромный потенциал для сильного рывка вперед. Но, как известно, вся накопленная энергия, или же, как говорят физики, потенциальная, должна переходить в кинетическую, а для этого нужен определённого рода толчок, какое-то сильное изменение.

В конце февраля 2022 г. мир перестал быть прежним. В ходе проведения военной спецоперации на территории Украины страны НАТО ввели ряд санкций против Российской Федерации, затрудняющих оборот товаров и услуг не только отечественных, но и зарубежных компаний. На данный момент на НТИ наложена огромная надежда, что с ее помощью местные производители товаров и услуг смогут не только залечить раны, полученные от текущей ситуации, но и выстроить модели развития бизнеса, построения компаний, которые будут устойчивы к неопределенным условиям, так называемым «чёрным лебедям». Перспективы по созданию новой программы действительно жизнеутверждающие, поскольку уже имеются серьезные ресурсы и опыт: было создано множество «точек кипения» по всей стране, запущена платформа Leader-ID, пройден этап взаимодействия рабочих групп между собой и государством, найдено огромное число специалистов в различных областях.

В каждом событии есть свои преимущества и недостатки. Шквал санкций и отказ ряда зарубежных компаний сотрудничать с российскими предпринимателями открывает для нашей страны новые возможности, которыми стоит воспользоваться. Чтобы вывести отечественные компании на конкурентный мировой рынок и максимально приблизиться к технологическому суверенитету государства необходимо не только желание предпринимателей и стартаперов создавать новые идеи, но и явная поддержка государства. Для этого нужна рабочая программа, имеющая уже готовые связи и ряд пройденных ошибок, чтобы на их основе делать соответствующие выводы. НТИ как раз идеально подходит под поставленные задачи, но нижеприведенные рекомендации помогут приблизить сроки поставленных задач и увеличить качество их выполнения:

- максимально упростить схему финансирования, избавиться от малоэффективных дочерних компаний и подразделений, мешающих возможности отслеживания потока финансовых средств;
- взять за основу советскую «пятилетку», основную цель, поставленную на исполнение в 15, 20, 25 лет разбивать на несколько краткосрочных этапов;
- вспомнить и применять лозунг раннего СССР «пятилетка за три года»;
- снизить сроки принятия решений по поддержке ключевых проектов;

– выстроить прозрачные прямые отношения между бизнесом и госорганами для изменения законодательных актов под новые рынки.

На сегодняшний день перед представителями бизнеса от малого до крупного стоит огромная задача – не только суметь подняться, отряхнуться, но гордо расправить плечи и с уверенностью пойти вперед. Платформа Национальной Технологической Инициативы должна помочь отечественным предпринимателям с минимальной потерей времени и сил справиться с этой непростой задачей. Для этого за плечами есть существенный опыт, наработанные годами связи и представление о том, какими должны быть коммуникации для решения отдельного вида проблем.

Список литературы

1. Рынки НТИ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nti2035.ru/markets>.
2. Что такое НТИ? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://orennti.ru/chto-takoe-nti>.
3. Что такое НТИ 2.0 и чем она отличается от НТИ 1.0? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vf21.ru/chto-takoe-nti-2-0-i-chem-ona-otlichaetsya-ot-nti-1-0>.
4. Десять миллиардов готовят к телепортации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3018874>.
5. Календарь мероприятий экосистемы НТИ-2022 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://2035.events>.

УДК 339.37.003.13

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

О. С. Веремеенко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Статья посвящена вопросу формирования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на основе синтеза научно-методических подходов.

Ключевые слова: механизм; эффективность; услуги розничной торговли; научно-методические подходы

Понятие «эффективность» рассматривается в экономической науке и практике достаточно долгое время, внимание уделяется различным аспектам возможности применения относительно объекта и предмета исследования. Автором данная категория систематизируется в контексте формирования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли.

Данное исследование направлено на изучение различных научно-методических подходов к разработке механизма повышения эффективности услуг розничной торговли.

В настоящее время существующий методический аппарат недостаточно полно позволяет оценить эффективность услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров, отражая в основном отдельные направления деятельности предприя-

* © Веремеенко О. С., 2023

тия, оценивая социально-экономическую эффективность, не акцентируя внимание на посреднической роли услуг розничной торговли и не рассматривая взаимодействие всех участников рынка в процессе оказания данного вида услуг. Вышеуказанные проблемы обусловили необходимость разработки теоретических положений и методических основ совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров.

При изучении экономической литературы отечественных авторов было выявлено отсутствие единого подхода к формированию структурных элементов внутренней среды механизма, при этом наиболее распространенным является функционально-средовой и системный научно-методический подходы. По нашему мнению, синтез подходов позволяет детализировать механизм и адаптировать его к специфике рынка. В обобщенном виде экономический механизм можно представить как модель, состоящую из следующих укрупненных структурных элементов:

- внешняя среда, представленная субъектами и/или факторами, определяющая параметры «входа»;
- внутренняя среда, где непосредственно происходит взаимодействие элементов, формирующих результат функционирования и параметры «выхода»;
- «вход» и «выход» связаны между собой «обратной связью», позволяющей проанализировать работу механизма и сформировать новые параметры «входа».

Автор исследования рассматривает механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров как взаимодействие участников рынка (внешняя среда) с предприятием розничной торговли, а элементы внутренней среды механизма сгруппированы по направлениям взаимодействия.

При построении механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров за основу взята обобщенная модель. Используется синтез научно-методических подходов: системного, функционально-средового, субъектного и результативного. Исходя из специфики рынка и высокой социально-экономической значимости услуг розничной торговли продовольственными товарами, автор уточняет внутренние элементы механизма, выделяя следующие: миссия, цель, ценности, задачи, функции, подходы и методы общие и специфические, основные инструменты взаимодействия.

При разработке механизма системный подход характеризует систему взаимосвязанных и взаимозависимых элементов, обеспечивающих достижение определенного результата, в частности повышение эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров.

Функционирование механизма на основе функционально-средового подхода позволяет выделить вход, выход и обратную связь, а также основные направления взаимодействия во внешней и внутренней среде.

Внутренние элементы механизма сформированы по направлениям взаимодействия, которые автор рассматривает с позиции субъектного подхода: с партнерами производственно-сбытовой сферы и с потребителями. Для обеспечения данного взаимодействия, в механизме рассматривается внутренняя среда предприятия. Во внешней среде взаимодействия выделены субъекты рынка, оказывающие влияние на внутреннюю среду механизма, т. е. субъекты, с которыми предприятие розничной торговли взаимодействует в процессе оказания услуги на рынке продовольственных товаров, что также соответствует субъектному подходу.

Используя результативный подход, автор выделяет результат управления – услуги розничной торговли на рынке продовольственных товаров, при этом результатом функционирования самого механизма является повышение эффективности данного вида услуг, в т. ч. на основе прогнозирования и планирования.

Таким образом, разработанный автором механизм повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров отличается от предложенных ранее структуризацией элементов в соответствии с традиционной бизнес-моделью на основе системного, функционально-средового, субъектного и результативного подходов. Выделены общие и специфических методы, функции и основные инструменты по направлениям взаимодействия участников рынка, что позволило систематизировать компоненты механизма для формирования методики оценки эффективности услуг розничной торговли.

Список литературы

1. Ахтямов М. К., Гончар Е. А. Концептуальные основы построения организационно-экономического механизма повышения качества услуг сферы розничной торговли // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3-2 (56). С. 848–851.
2. Веремеенко О. С., Сулова Ю. Ю., Волошин А. В. Концептуальные подходы к формированию механизма повышения эффективности услуг розничной торговли продовольственными товарами // Экономика и предпринимательство. 2020. № 3 (116). С. 631–636.
3. Никишкин В. В., Самарина Т. Н. Современные тренды развития розничной торговли продуктами питания // Практический маркетинг. 2021. № 11 (297). С. 10–18.
4. Терещенко Н. Н., Есина О. Н., Салова А. С. Экономическая диагностика деятельности организации сферы услуг: монография. М.: Конверт, 2018. 196 с.
5. Терещенко Н. Н., Есина О. Н., Ильина А. С. Эффективность деятельности предприятия торговли: монография. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2022. 220 с.

УДК 339.372.7:004.77

МАРКЕТПЛЕЙСЫ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

С. А. Головко, В. С. Михно, В. А. Остроух*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. С развитием цифровых технологий в мире общество переходит к онлайн-услугам, что особенно актуально в настоящее время в условиях пандемии и постпандемийный период. В статье маркетплейс представлен как инновационная технология продвижения розничной торговли на рынке. Рассмотрены преимущества и недостатки внедрения маркетплейсов в сфере розничной торговли. Современные проблемы развития розничной торговли вызывают необходимость применения новых технологий продаж, одной из которых являются маркетплейсы, или агрегаторы.

Ключевые слова: маркетплейсы; агрегаторы; розничная торговля; услуги; товары

Расширение возможностей торговли в онлайн-формате происходит благодаря доступности мобильных технологий и интенсивности использования мобильного интернета. Современное взаимодействие между производителями и потребителями поз-

* © Головко С. А., Михно В. С., Остроух В. А., 2023

воляет проводить коммуникации в дистанционном формате, в результате чего появляются и развиваются маркетплейсы.

События, произошедшие в 2020–2021 гг. из-за пандемии COVID-19, внесли свой вклад в развитие маркетплейсов, в этот период люди стали переходить на онлайн-покупки. Большинство маркетплейсов, таких как Wildberries, Ozon, ЯндексМаркет, Lamoda и др., усовершенствовались и набрали популярность благодаря этому периоду. Узнаваемость маркетплейсы получили благодаря рекламе в СМИ, социальных сетях, на билбордах.

Благодаря росту маркетплейсов российский рынок e-commerce в России в 2020 г. увеличился. По результатам исследований, всего за один год около 90 % продавцов смогли увеличить свой доход благодаря этим площадкам. Большинство платформ зарабатывают именно на комиссиях.

Для покупателей есть ряд преимуществ пользования маркетплейсами:

- широкий ассортимент;
- обеспечение безопасности проводимых сделок;
- сбор сведений обо всех совершенных сделках.

Для поставщиков также существуют преимущества:

- возможность привлечения новых клиентов;
- аутсорсинг сервисов;
- узнаваемость бренда;
- пополнения клиентской базы;
- увеличение объема продаж;
- снижение стоимости обслуживания клиентов;
- технологическое развитие.

В конце 2018 г. онлайн-рынок в России составлял лишь 3–5 % от общего объема торговли, а в 2019 г. его рост уже составил 28 %, а к 2020 г. – все 44 % (рис. 1). Значительный вклад в развитие онлайн-торговли внесли именно маркетплейсы.

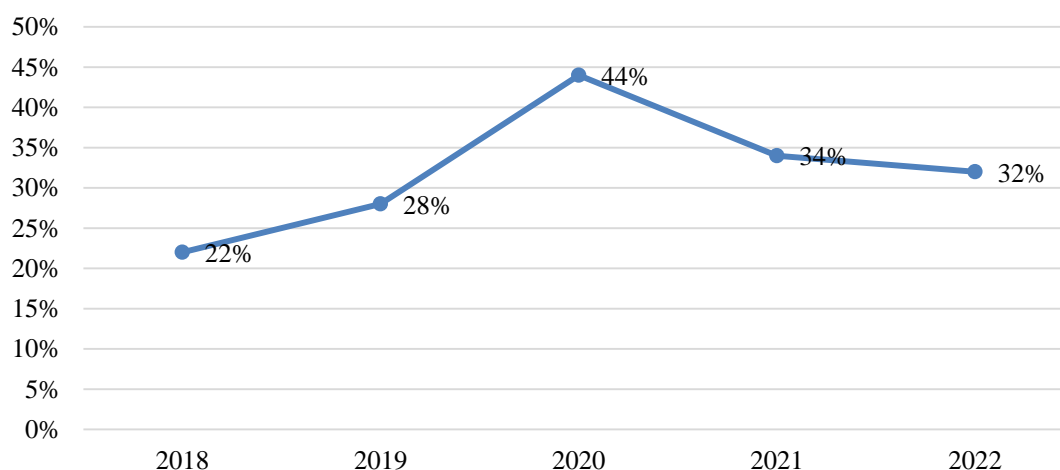


Рис. 1. Доля e-commerce в розничной торговле, %

Около 90 % продавцов увеличили свой объем продаж именно на маркетплейсах. Пандемические ограничения только помогли развить свой онлайн-бизнес. Так как привычка покупать онлайн плотно сформировалась, ослабление карантинных мер не станет помехой для онлайн-покупок (рис. 2).

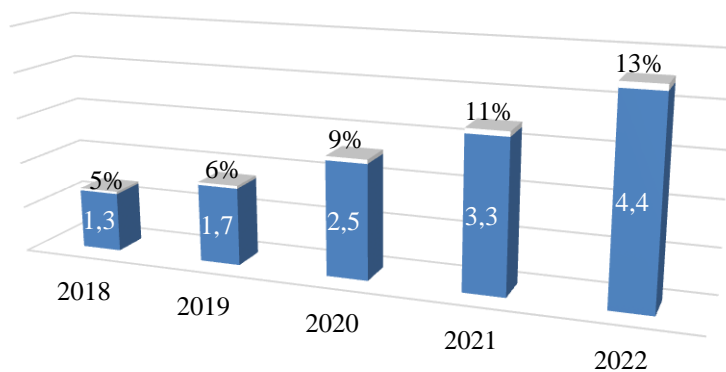


Рис. 2. Объем рынка e-commerce, трлн руб.

В 2020 г. посредством маркетплейсов продажи увеличились более чем на 100 % в рублях по сравнению с 2019 г., и составили 405 млн заказов на сумму 721 млрд руб. К концу 2022 г. можно спрогнозировать мировую долю интернет-покупок, которая составит 67 %.

Количество пользователей, совершающих покупки на маркетплейсах каждый день или несколько раз в неделю, выросло на 3–5 % с 2020 по 2021 г. Пользователи отмечают удобство покупок на маркетплейсах, поэтому частота заказов товаров на маркетах прогнозируемо будет расти и дальше (рис. 3, 4).

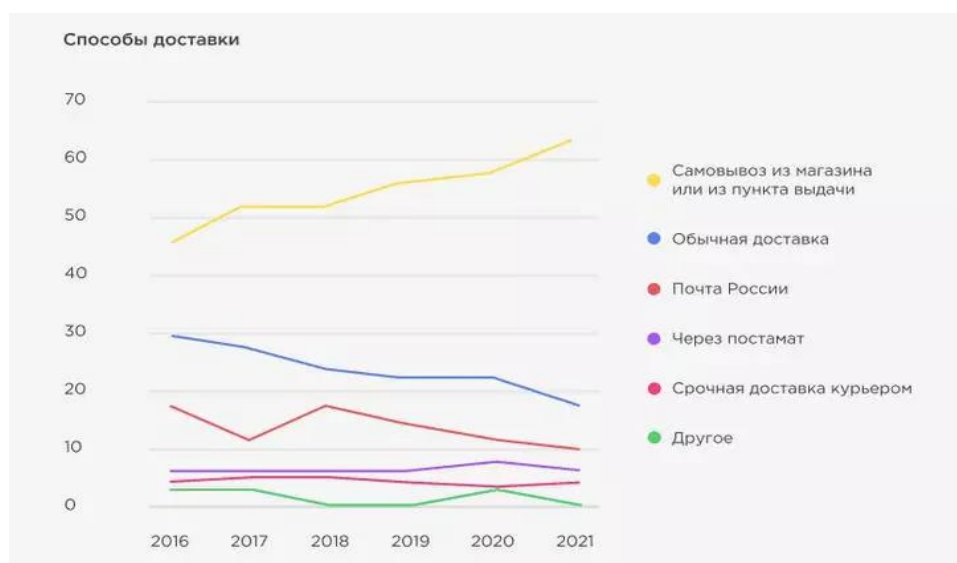


Рис. 3. Статистика способов доставки товара с маркетплейсов в 2016–2021 гг.

Статистика показывает, что в 2021 г. более 60 % пользователей совершили покупки на маркетплейсе через смартфоны. Покупки через приложение пользуются большим спросом покупателей, чем через сайт.

Первым в России появился маркетплейс Ozon в 1998 г. Платформа функционировала как онлайн-магазин книг и DVD-дисков. Компания первая смогла внедрить на своем сайте онлайн-оплату товаров. Также Ozon первым представил систему оплаты покупок электронными картами.

В 2004 г. появилась компания Wildberries. Позже стали появляться такие маркетплейсы, как «Яндекс.Маркет», Lamoda, «СберМегаМаркет» и др. Маркетплейс

Wildberries является самым крупным маркетплейсом в России, на нем продаются товары более 80 тыс. брендов, а также заключается ежедневно около 1,5 млн сделок.



Рис. 4. Как часто пользователи совершают покупки на маркетплейсах

По прогнозам к 2024 г. популярные маркетплейсы охватят около 54 % рынка, но вместе с этим могут замедлиться темпы роста их доли на рынке e-commerce.

Маркетплейсы берут комиссию за продажу товаров. Самая низкая – у «Яндекс.Маркета» (2–8 %), самая высокая – у Ozon и Wildberries (5–15 %).

В целом маркетплейс представляет собой оптимизированную онлайн-платформу по предоставлению продуктов и услуг.

Существует четыре системы классификации маркетплейсов:

- выбранная бизнес-модель;
- тематика;
- способ коммуникации с покупателями;
- механика монетизации.

Рассмотрим каждую систему отдельно.

Выбранная бизнес-модель может делиться на три группы: B2C; B2B; C2C.

Тематика делится на продуктовые маркетплейсы; сервисные маркетплейсы; информационные маркетплейсы; инвестиционные маркетплейсы и краудфандинговые платформы.

Способ коммуникации двух видов:

– O2O, или online to offline – потенциальные клиенты сами находят маркетплейсы, а целевую услугу или товар получают уже в физическом пункте выдачи. Примерами являются «Яндекс.Такси» и Uber;

– Online commerce – все действия исключительно в онлайн-режиме: и выбор товара или услуги, и ее получение. Ярким примером является Google Play.

Схема монетизации четырех видов:

– монетизация товаров и услуг – плата покупателей за покупки является главной статьей доходов для площадки;

– лид-монетизация – за каждого пришедшего клиента продавцы отчисляют площадке деньги;

– монетизация рекламы – чаще всего применяют информационные маркетплейсы, когда сам контент для пользователей бесплатен, а видеохостинг зарабатывает на сделках с рекламодателями, показывающими ролики;

– монетизация дополнительных услуг – покупка расширения полного функционала за дополнительную стоимость.

Маркетплейсы, интернет-магазины и агрегаторы имеют как схожие характеристики, так и отличительные. Схожим является то, что на всех площадках собраны разные товары, которые можно посмотреть и купить. Однако существует разница между площадками: продавцы и офлайн-точки продаж.

Агрегаторы площадок – это платформы, которые позволяют подбирать локации и сервисы для мероприятий. Работают по модели маркетплейса. Являются частью событийного рынка (EventTech).

При онлайн-торговле действуют определенные правила продажи, по которым нельзя принимать плату в интернете за некоторые виды товаров. Недорогие товары больше пользуются спросом на маркетплейсах. Также встречаются специфические товары, спрос на которые ниже, однако конкуренция среди продавцов меньше. Продажа на маркетплейсе также выгодна тем, что маркетплейс предоставляет свои склады, есть разные способы ведения бизнеса.

Таким образом, маркетплейс – это подходящая площадка для товаров повседневного спроса для B2C. Успешность работы на маркетплейсах зависит от товаров, продаваемых разными продавцами, стоимости комиссии площадок и цен на услуги маркетплейса или других сервисов.

Список литературы

1. Архипова Е., Скурихин А. Бизнес-модель маркетплейс: преимущества и недостатки [Электронный ресурс] // IT-Бизнес Брокер. 2018. Режим доступа: https://itbb.ru/blog/biznes_model_marketplace (дата обращения: 30.11.2022).

2. Воловик К. Интернет-магазин или маркетплейс в 2022 – что лучше для продажи своих товаров [Электронный ресурс] // Маркетплейсы. 2022. Режим доступа: https://partnerkin.com/blog/articles/internet_magazin_ili_marketpla (дата обращения: 01.12.2022).

3. Депутатова Е. Ю., Перельман М. А. Пути формирования потребительской лояльности в розничной торговле // Экономика и предпринимательство. 2019. № 3 (104). С. 734–741.

4. Иванова Я. Я. Торговля в России: состояние и перспективы развития // The Financial Centres: Travelling Around the World: материалы Междунар. науч.-практ. конф., октябрь 2015 г. М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2015.

5. Михайлюк М. В. Маркетплейсы как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России: логистический аспект // Экономические науки. 2019. 3172. С. 57–61.

6. Мрыкин П. Бизнес секреты [Электронный ресурс] // Интернет-магазин или маркетплейс. 2022. Режим доступа: <https://secrets.tinkoff.ru/biznes-s-nulya/sayt-vs-marketpleys/> (дата обращения: 01.12.2022).

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ДРАЙВЕР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА

А. Е. Горенкова, С. К. Демченко, О. Т. Сартене*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Статья посвящена вопросам развития торговли и сервиса в условиях цифровизации. Выделены тренды развития торговли и сервиса в процессе их эволюции. Отмечены преимущества торговли и сервиса с использованием цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая трансформация, тренды развития, торговля, сервис, цифровизация

Все прошлые века большую долю рынка занимала так называемая «очная торговля». Производители поставляли свою продукцию на рынки и иные торговые площадки. Там происходил обмен на интересующие виды товаров. Что будет объектом прибыли – выбирал сам производитель. Это могли быть деньги или какая-то продукция. Но с переходом в постиндустриальное общество, новую эпоху все изменилось. Произошли коренные изменения в экономической сфере. Те, кто не смог приспособиться к этому, навсегда покинули рынок. Люди стали продвигать свои товары и услуги на различных интернет-площадках. Появилась возможность быстрой и беспрепятственной продажи. Уже не нужно участия сотен и тысяч людей. Этим могут заниматься узкие специалисты. Сами производители принимают минимальное участие в реализации своей продукции. Они делегировали эту обязанность мерчендайзерам, маркетологам, трейдерам, логистам и иным людям, профессионалам в конкретной сфере, которые способствуют экономическому развитию, например в реализации продукции. Они знают места и каналы, по которым можно с меньшими издержками перевезти какой-либо товар из одной точки в другую, что позволяет направить сэкономленные средства в другие отрасли, приносящие хороший доход. Так, дистрибьютеры изучают рынок, составляют портрет потенциального покупателя, анализируют контингент, оценивают, какую стоимость можно добавить на товар, чтобы направить больше ресурсов в свой бизнес.

Таким образом, появилось гораздо больше возможностей производить продукцию и развиваться в выбранной сфере, ведь значительную долю работы смогут выполнить другие люди. С появлением информационных технологий это сделать гораздо проще. Даже самые мелкие предприятия смогут найти себе специалиста исходя из своего бюджета и имеющихся возможностей. Таким образом они смогут выйти на рынок полноценными конкурентами, ничем не отличающимися от крупных производителей с оборотом больше 10 млн руб. в месяц. Они будут развивать рынок. Такие площадки по поиску специалистов, как HeadHunter, Avito, Superjob, помогают выйти на межрегиональные и мировые рынки, находить нужных специалистов в конкретных областях. Помимо этого, в развитие современной торговли огромный вклад внесли интернет-магазины. С наступлением пандемии часть людей потеряли все свои накопления. Многие потеряли бизнес, устойчивые торговые каналы для торговли. Но те, кто смог приспособиться к ситуации, на данный момент строят свои собственные империи. Они вовремя начали разработку интернет-площадок. Если этого сделать не удалось, то стали поставлять продукцию на уже развитые, занялись перепродажей и заработали огромные деньги. Со знаниями в определенной сфере организовали устойчивый бизнес, который будет приносить доходы ещё долгое время.

* © Горенкова А. Е., Демченко С. К., Сартене О. Т., 2023

Развитие информационных технологий помогло начать свою карьеру тем, кто всегда хотел это сделать, но не получалось [1]. Отсутствие необходимости в очных филиалах помогло сэкономить значительную часть средств, которые пошли на развитие других спектров организации. Такими оказались поиски квалифицированных рабочих, знающих тонкие моменты работы в своей деятельности. Люди, которые помогли направить ресурсы в слаборазвитые отрасли предприятия. Руководитель мог не знать о тратах на транспортировку, которые вполне реально сократить [2]. Нанять логиста в такой ситуации было продуктивным решением. Без помощи интернет-площадок этого не могло быть. С их помощью осуществляется принятие множества значащих решений предприятия. Они не заменили «реальных» людей, необходимость в значительном участии людей в бизнесе до сих пор важна. Но освобождение значительной части ресурсов для направления их в иные сфере деятельности помогло.

Информационные технологии сыграли большую роль в развитии малого и среднего бизнеса [4]. Они увеличили количество предприятий, конкурирующих на рынке [3]. Тем самым стимулировали работу всех участников экономических отношений. Они создали площадку для развития новых отраслей торговли. Получили распространение сферы, которые не так сильно преуспевали в «торговле на местах» по каким-то локальным причинам, будь то проблемы с логистикой или затруднение в поиске локации для торговли [5]. Виртуальные продажи смогли исправить данные трудности. Они увеличили продажи во всех отраслях, повысили оборот денежных средств в экономике. Тем самым повысили общий уровень желания занятия экономической деятельностью во всём мире. Значительная доля стран, ранее не вступивших в рыночную эпоху, сделали это.

Список литературы

1. Сибирь-2021. Развитие продолжается: монография. М.: ИНФРА-М, 2022. 424 с.
2. Аленина К. А., Грибанов Ю. И. Развитие механизма формирования компетентностного потенциала управления с использованием возможностей сетевизации и цифровизации социально-экономических систем // Креативная экономика. 2019. Т. 13. С. 517–522.
3. Варнакова Г. Ф., Фадеева А. О. Малый бизнес на пути цифровизации экономики // Аллея Науки. 2019. С. 825–828.
4. Беляева М. В., Лясникова Ю. В. Организационно-экономические алгоритмы цифрового аудита и цифрового контроллинга в системе управления крупными промышленными предприятиями // Вестник МИРБИС. 2019. С. 85–89.
5. Гладков А. Д., Брусакова И. А. Революционные цифровые методы контроля рабочих процессов предприятия // Наука настоящего и будущего. 2018. С. 682–685.

УДК 339.3:005.334

ОЦЕНКА РИСКОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А. Д. Емельянов, Н. Н. Терещенко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье отражены результаты оценки рисков предпринимательской деятельности в рамках разработки проекта открытия нового направления на территории

* © Емельянов А. Д., Терещенко Н. Н., 2023

Красноярского края. Представлены идентификация рисков предпринимательской деятельности по разрабатываемому проекту, шкала вероятности возникновения риска, результаты ранжирования и оценки рисков по предлагаемому проекту, что позволило составить тепловую карту рисков и разработать эффективные управленческие решения по минимизации или устранению рисков деятельности предприятия на потребительском рынке в современных условиях.

Ключевые слова: риски; идентификация рисков; шкала вероятности возникновения риска; ущерб от возникновения рисков; ранжирование и оценка рисков; карта рисков

В настоящее время на российском потребительском рынке наблюдаются затруднения экспортно-импортных отношений РФ с другими странами, в частности со странами Европы, среди которых имеются страны (Франция, Италия, Румыния и т. д.), осуществляющие импорт виноградных улиток. В связи с этим целью нашего проектирования является развитие совершенно нового направления на территории Красноярского края в сфере разведения моллюсков, представленных определенным видом улиток, пригодных в употребление в качестве пищи или при использовании в цветочных магазинах, в фармацевтике, косметологии, а также при консервации деликатесов. Основной задачей проекта является создание представления ведения данного вида бизнеса у других предпринимателей в качестве как основного, так и дополнительного вида деятельности. При вложении средств в открытие нового предприятия инвестора, прежде всего, интересуют срок окупаемости вложений и риски, сопровождающие проект.

Риск представляет собой неопределенное внешнее или внутреннее событие, приводящее к возникновению вероятных или потенциальных потерь, и влияющее на достижение целей предприятия. Каждый риск имеет понятные причины и последствия и выражается через ущерб и вероятность [4; 5]. Следует отметить, что в данном проекте большую роль играют современные процессы цифровизации, так как все рекламные коммуникации и непосредственный сбыт произведенной и реализуемой продукции планируется осуществлять с помощью различных информационно-коммуникационных технологий, что способствует ускорению и упрощению процесса реализации продукции, формированию и развитию спроса потребителей на товары, расширению клиентской базы.

Оценку основных рисков предпринимательской деятельности по данному проекту целесообразно осуществлять в следующей последовательности.

На первом этапе исследования необходимо выявить и идентифицировать основные виды рисков, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности по данному проекту (табл. 1).

Далее введем шкалу, позволяющую оценить вероятность возникновения и степень ущерба (табл. 2).

В соответствии с идентификацией основных рисков (табл. 1) и предложенной шкалой рисков (табл. 2) произведем ранжирование и оценку выявленных рисков предпринимательской деятельности по проекту (табл. 3).

Таблица 1

Идентификация рисков предпринимательской деятельности

Вид риска	Риск	Характеристика риска
Правовые риски	Отказ в выдаче необходимых разрешений/лицензий	В случае невыдачи необходимых разрешений и лицензий невозможно осуществление предпринимательской деятельности
	Нарушение контрагентами условий договора	Нарушение договорных обязательств как со стороны поставщиков, так и со стороны покупателей может привести к ухудшению финансового положения предприятия, нарушению производственного цикла

Вид риска	Риск	Характеристика риска
Конъюнктурные риски	Отсутствие или низкий уровень спроса на реализуемую продукцию	В связи со спецификой реализуемого товара возможен низкий уровень спроса или его отсутствие на первоначальном этапе деятельности, что требует дополнительных маркетинговых мероприятий по формированию и развитию спроса
	Рост товарного предложения в связи с увеличением конкуренции	Усиление конкуренции на данном рынке и увеличение товарного предложения как за счет внешних (ввоз из-за рубежа и других регионов страны), так и внутренних источников (производство на местном рынке)
Финансовые риски	Рост процентных ставок по кредиту коммерческих банков	Рост процентных ставок по кредитным ресурсам, необходимым предприятию на первоначальном этапе осуществления предпринимательской деятельности увеличивает кредитную нагрузку и снижает рентабельность деятельности
	Рост уровня инфляции	Рост инфляции приводит к увеличению себестоимости производства продукции с одной стороны, и снижению спроса на реализуемые товары в связи с снижением среднего уровня денежных доходов потребителей, с другой стороны
Налоговые риски	Повышение налоговых ставок	Увеличение налоговой нагрузки на предприятие станет катализатором для пересмотра ценовой политики предприятия, что может негативно отразиться на падении спроса потребителей и снижении финансовых показателей
	Изменение системы налогообложения	Изменение системы налогообложения вызывает необходимость изменения системы бухгалтерского учета на предприятии и приводит к возникновению дополнительных затрат, связанных с этим
Риски возникновения непредвиденных событий	Возникновение пожара	Пожар может привести к частичной или полной остановке деятельности предприятия
	Приостановка электроэнергии и/или водоснабжения	Краткосрочного отключения электроэнергии и/или водоснабжения ведет к временной остановке деятельности предприятия, при долгосрочном в случае несвоевременного реагирования может привести к гибели всех улиток
	Нарушение условий содержания	Несвоевременное кормление, отсутствие уборки, снижение влажности и т.п., может привести к заболеваниям и как следствие к гибели улиток
Личностные риски	Физическое и морально-психологическое состояние здоровья работников	Любое заболевание работника может повлечь приостановку работы предприятия, что невозможно при данном технологическом цикле
	Недостаточная квалификация и опыт работника	Недостаточная квалификация и опыт работника, халатное отношение к выполняемым функциям может привести к нарушению технологического цикла или гибели улиток
Информационные риски	Утечка информации касательно контрагентов	Наличие у конкурентов информации, связанной с контрагентами, может привести к переманиванию партнеров, что может привести к прекращению сотрудничества
	Получение конфиденциальной информации третьими лицами	При получении третьими лицами информации, связанной с расчетным счетом, может повлечь за собой незаконное снятие денежных средств или его блокирование, а значит отсутствие доступа к денежным средствам и т.п.

Во избежание негативных последствий целесообразно осуществление страхования выявленных рисков. Пакет, предназначенный для малого бизнеса, обычно состоит из трех основных видов страхования: имущества; ответственности; страхование от производственного перерыва.

Проведенные результаты оценки рисков предпринимательской деятельности по проекту отразим на карте рисков (рис. 1).

Таблица 2

Шкала вероятности возникновения риска

Баллы (%)	Вероятность риска	Описание
1 (<10)	Слабовероятный	Событие может произойти при исключительных обстоятельствах; не чаще 1 раза в 8–10 лет
2 (10–40)	Маловероятный	Редкое событие, но уже имело место; не чаще 1 раза в 3–7 лет
3 (41–60)	Вероятный	Событие может произойти при некоторых обстоятельствах; не чаще 1 раза в 1–2 года
4 (61–90)	Высоковероятный	Событие может произойти при обычных обстоятельствах; малое количество раз в течение 1 года
5 (>90)	Часто возникающий	Событие ожидается при обычных обстоятельствах; многократно в течение года

Таблица 3

Ранжирование и оценка рисков предпринимательской деятельности

№ п/п	Риск	Вероятность возникновения, баллы	Степень ущерба, баллы	Ущерб в денежном выражении, тыс. руб.	Рейтинг рисков
Незначительный риск					
–	–	–	–	–	–
Допустимый риск					
P1	Приостановка электроэнергии и водоснабжения	4	2	до 100	8
P2	Повышение налоговых ставок	2	4	от 100 до 300	8
P3	Изменение системы налогообложения	2	4	от 100 до 300	8
P4	Рост уровня инфляции	2	4	от 100 до 300	8
P5	Рост товарного предложения в связи с увеличением конкуренции	2	4	от 100 до 300	8
Повышенный риск					
P6	Нарушение условий содержания	2	8	от 501 до 1000	16
Критический риск					
P7	Возникновение пожара	2	10	свыше 1000	20
P8	Недостаточная квалификация и опыт работника	2	10	свыше 1000	20
P9	Нарушение контрагентами условий договора	3	8	от 501 до 1000	24
P10	Физическое и морально-психологическое состояние здоровья работников	4	8	от 501 до 1000	32
P11	Получение конфиденциальной информации третьими лицами	4	8	от 501 до 1000	32
P12	Рост процентных ставок по кредиту коммерческих банков	5	8	от 501 до 1000	40
Катастрофический риск					
P13	Отказ в выдаче дополнительных разрешений/лицензий	4	10	свыше 1000	40
P14	Утечка информации касательно контрагентов	4	10	свыше 1000	40
P15	Отсутствие или низкий уровень спроса на реализуемую продукцию	5	10	свыше 1000	50

Степень ущерба, баллы	1	2	3	4	5
Вероятность возникновения, баллы					
9-10		P7, P8		P13, P14	P15
7-8		P5	P9	P10, P11,	P12
5-6					
3-4		P2, P3, P4, P5			
1-2				P1	

Рис. 1. Тепловая карта рисков предпринимательской деятельности по проекту

Используя калькулятор с официального сайта СПАО «Ингосстрах», выяснили, что сумма годового обслуживания по страхованию составит 13 700,25 руб. Данная сумма была рассчитана, исходя из стоимости теплицы и оборудования, а также страховой ответственности: 2 934 084,00 + 215 660,00 + 1 000 000 (минимальная страховая сумма по ответственности) в размере 4 149 744 руб.

Таким образом, своевременное выявление и оценка рисков предпринимательской деятельности позволяет инвестору и самому предпринимателю принять рациональные решения по минимизации или исключению основных рисков и тем самым обеспечить стабильное функционирование на потребительском рынке в действующих условиях внешней и внутренней среды.

Список литературы

1. Карпович О. Г., Сутлов А. Е., Жарылгасова Б. Т. Финансовый менеджмент: учебник для бакалавров / под ред. проф. О. Г. Карповича. М.: Дашков и К°, 2018. 396 с. ISBN 978-5-394-02900-4.
2. Лукасевич И. Я. Инвестиции: учебник. М.: Вузовский учебник ; ИНФРА-М, 2022. 413 с. ISBN 978-5-9558-0129-2.
3. Нуралиев С. У. Маркетинг: учебник. М.: ИНФРА-М, 2021. 305 с. DOI 10.12737/textbook_5b177ff4775454.87516182. ISBN 978-5-16-013783-4.
4. Петрученя И. В., Острикова Е. А. Управление рисками: учеб. пособие. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2022. 168 с.
5. Петрученя И. В., Острикова Е. А. Современная концепция понятия «риск» // Международный журнал «Цифровая наука» / отв. ред. Н. В. Емельянов. Саратов, 2021. № 4. Ч. 2. С. 88.
6. Ряховская А. Н., Крюкова О. Г., Кузнецова М. О. Риск-менеджмент – основа устойчивости бизнеса: учеб. пособие / под ред. О. Г. Крюковой. М.: Магистр; ИНФРА-М, 2022. 256 с. ISBN 978-5-9776-0487-1.
7. Рыхтикова Н. А. Анализ и управление рисками организации: учеб. пособие. 3-е изд. М.: ИНФРА-М, 2021. 248 с. (Высшее образование: Бакалавриат). DOI 10.12737/textbook_597f03f1c44465.44914120. ISBN 978-5-16-013163-4.
8. Риск-менеджмент: учеб. пособие / под ред. Л. П. Дашкова. 2-е изд. М.: Дашков и К, 2022. 322 с. ISBN 978-5-394-04822-7.
9. Герасимов М. М., Оленина О. А., Ступникова Е. А., Цыпин П. Е. Управление проектами: учеб. пособие. М.: РУТ (МИИТ), 2018. 224 с.
10. Поспелов В. К., Котляров Н. Н., Лукьянович Н. В. [и др.] Международный бизнес: учебник / под ред. д-ра экон. наук В. К. Поспелова. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2022. 379 с. (Высшее образование: Бакалавриат). DOI 10.12737/1014638. ISBN 978-5-16-015010-9.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ: СУЩНОСТЬ, ПОДХОДЫ И ТЕОРИИ

Д. Н. Иванова*

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент А. В. Волошин

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматриваются теоретико-методологические подходы к определению экономической сущности понятия «рентабельность» с точки зрения разных авторов, которые трактуют данное определение по-своему. На сегодняшний день не сложилось единого мнения относительно подходов к определению рентабельности, что обуславливает необходимость более углубленного исследования данной категории. На основании выявленных сгруппированных подходов автор предлагает свою трактовку указанной экономической категории.

Ключевые слова: рентабельность; прибыль; доход; хозяйственная деятельность; предприятие; выручка

Актуальность выбранной темы заключается в том, что рентабельность является одним из наиболее важных показателей для предприятия в связи со сложившимися на сегодняшний день рыночными отношениями. Рентабельность показывает, насколько прибыльна деятельность предприятия, т. е. данный показатель является главным критерием для оценки хозяйственной деятельности предприятия или организации, поэтому повышение данного показателя является одной из главных целей предприятия.

Целью исследования является развитие теоретических подходов и теории понимания и характеристики рентабельности.

Понятие «рентабельность» многогранно, оно имеет множество трактовок, однако данное понятие стоит уточнить. Наиболее значимый вклад, с точки зрения автора, внесли такие авторы, как: Дж. К. ван Хорн, Шеремет А. Д., Медведев В. А., Ворст Й. и Ровентлоу П., Линднер Е. Б., Дементьев М.Ю. и Шульга Н.Н., Фишер И. и Савицкая Г. В., Ковалев В. В., Табурчак П. П. и Викуленко А. Е., Бариленко В. И., Маркарьян Э. А. и Герасименко Г. П., Самсонова Н. Ф., Володин А. А., Эпштейн Д. [1–15].

Одним из авторов, который предпринял попытку разъяснить экономическую сущность определения «рентабельность», является Дж. К. ван Хорн, определявший рентабельность как показатель эффективности хозяйственной деятельности предприятия [1]. А. Д. Шеремет, как и Дж. К. ван Хорн, считал, что понятие рентабельности эквивалентно понятию эффективности [2]. По-другому считает В. А. Медведев в своей работе [3] он определял рентабельность, как категорию, которая не может существовать самостоятельно без другой экономической категории такой, как «прибыль». В. А. Медведев считал, что, без прибыли не будет и рентабельности, так как, данные показатели существуют в органической связи друг с другом.

Рентабельность как самоокупаемость, прибыльность деятельности предприятия и как действие или умение предприятия приращивать вложенный капитал характеризовали Й. Ворст, П. Ровентлоу и Е. Б. Линднер [4; 5].

Отношением прибыли к затратам организации, где под прибылью можно понимать величину балансной, чистой прибыли или прибыли от различной деятельности предприятия является рентабельность, по мнению Н. Н. Шульга и М. Ю. Дементьева. Под затратами

* © Иванова Д. Н., 2023

они подразумевают показатели стоимости оборотных фондов, себестоимость производимой продукции, инвестиционные вложения для различных операций [6].

В более современных подходах к определению понятия «рентабельности» авторы характеризуют данное понятие уже не как объективную категорию или как действие, а как показатель, который показывает, насколько прибыльно вести тот или иной вид бизнеса, и, соответственно, доходность ресурсов и капитала. Данное определение рентабельности было дано И. Фишер и Г. В. Савицкой [7; 8]. Совершенно по-иному оценивает рентабельность В. В. Ковалев. Автор считает, что рентабельность показывает не только прибыльность предприятия, но также она показывает сопоставление одного из показателей прибыли с определенной базой, которая характеризует предприятие с одной из двух сторон – или ресурсы, или совокупный доход в виде выручки, полученной от контрагентов в ходе текущей деятельности компании [9].

В своей работе понятие рентабельности обозначается П. П. Табурчак и А. Е. Викуленко как прибыльность или доходность. Экономическая сущность рентабельности раскрывается только через характеристику системы показателей, которые определяют сумму прибыли с одного рубля, вложенного организацией капитала [10]. При этом, по мнению В. И. Бариленко, относительную прибыль деятельности предприятия отражают показатели рентабельности: рентабельность продукции, производственных фондов и вложений в предприятие, т. е. автор подразумевает то, что рентабельность является относительным показателем [11].

Рентабельность характеризует доходность или сумму выручки от реализации продукции, которой будет достаточно для покрытия себестоимости продукции и для образования прибыли предприятия. Также рентабельность позволяет сгруппировать участников рыночного обмена или экономического процесса по их интересам, что отражает мнение Э. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко и Н. Ф. Самсонова [12; 13]. Также рентабельность – это сложная экономическая категория, которая выражается в относительном результате, полученном в виде отдачи, т. е. прибыльности, что характеризует эффективность деятельности предприятия и эффективность использования вложенного капитала. Такого мнения придерживаются А. А. Володин и Д. Эпштейн [14; 15].

Проанализировав данные понятия, автор охарактеризовал определение рентабельности, как относительный экономический показатель эффективности текущих затрат, рассчитываемый через отношение прибыли, которая была получена при продаже произведенной продукции к сумме различных видов активов, таких как затраты, капитал, инвестиции и др. При этом рентабельность позволяет сгруппировать участников рыночного обмена или экономического процесса по их интересам. Данный показатель определяет, насколько рациональна хозяйственная деятельность компании в определенный промежуток времени.

Исходя из проанализированных определений, автором были выделены классификационные подходы к определению рентабельности (рис. 1).

Рентабельность как показатель эффективности и прибыльности рассматривают многие авторы, в их числе Дж. К. ван Хорн, А. Д. Шеремет, В. А. Медведев, Й. Ворст, П. Ровентлоу, Е. Б. Линднер, И. Фишер, Г. В. Савицкая, П. П. Табурчак, А. Е. Викуленко. При этом под рентабельностью понимают статистический показатель, который показывает социально-экономическое положение предприятия, в числе приверженцев данного классификационного признака Э. А. Маркарьян и Г. П. Герасименко, Н. Ф. Самсонова. Рентабельность как отношение прибыли к затратам понимают такие авторы, как Н. Н. Шульга и М. Ю. Дементьева, В. И. Бариленко. Рентабельность рассматривается и как заключительный результат хозяйственной деятельности, при анализе которого можно понять, выгодна ли деятельность предприятия, данного мнения о рентабельности придерживаются А. А. Володин и Д. Эпштейн.

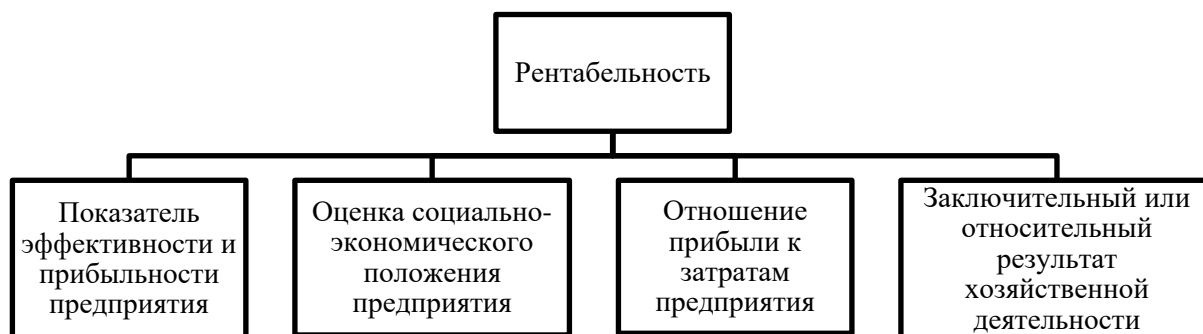


Рис. 1. Классификационные подходы к определению рентабельности

Таким образом, благодаря расчету и оценке рентабельности, предприятие понимает, насколько рационально оно ведет свою деятельность и приносит ли эта деятельность прибыль, что позволяет в случае снижения эффективности оперативно принять меры по ее повышению.

Список литературы

1. Ван Хорн Дж. К. В. Основы управления финансами: пер. с англ. М., 2005. С. 799.
2. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. М., 2010. С. 208.
3. Медведев В. А. Социалистическое производство: Политико-экономическое исследование: монография. М.: Экономика, 1981. С. 540.
4. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы: учебник. М.: Высшая школа, 2013. С. 271.
5. Линднер Е. Б. Русско-немецкий словарь. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1954. С. 568.
6. Дементьев М. Ю., Шульга Н. Н. Резервы повышения прибыли и рентабельности на предприятии // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. 2017. С. 74–77.
7. Савицкая Г. В. Экономический анализ: учебник. М., 2007. С. 649.
8. Фишер И. Природа капитала и прибыли. М.: Высшая школа, 1977.
9. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. М., 2014. С. 1094.
10. Табурчак П. П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов. Ростов, 2002. С. 352.
11. Бариленко В. И., Кузнецов С. И., Плотникова Л. К., Кайро О. В. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2008. С. 432.
12. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П., Маркарьян С. Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2005.
13. Самсонов Н. Ф. Финансовый менеджмент: учебник для вузов. М.: Финансы, ЮНИТИ, 2001. С. 495.
14. Володин А. А., Самсонов Н. Ф., Бурмистрова Л. А. Управление финансами (Финансы предприятий): учеб. пособие. М.: Инфра-М, 2011. С. 504.
15. Эпштейн Д. Рентабельность сельскохозяйственных предприятий России // АПК: Экономика, управление. 2004. № 8. С. 53–61.

16. Рябова Е. И., Богаткевич Т. А., Волошин А. В. Проблемы методологии исследования социально-трудовой сферы: экономико-правовые аспекты // Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 7 (97). С. 116–125.

17. Терещенко Н. Н., Сулова Ю. Ю., Титова Е. В., Клименкова Т. А. Механизм управления эффективностью деятельности предприятий торгового бизнеса. Красноярск, 2005.

18. Волошин А. В., Демченко С. К., Сулова Ю. Ю. Генезис категорий «эволюция» и «развитие» экономических систем в экономической науке // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-2. С. 51–60.

19. Voloshin A. V., Suslova J. J., Batrayeva E. A., Baguzova L. V., Ananeva N. V. Current state, tendencies and peculiarities of development in higher education: the case of Russia // European Research Studies Journal. 2018. Vol. 21, N 4. P. 502–511.

УДК 339.137.2-021.475.2:004

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА

Н. В. Казанцева *

Государственный университет управления, г. Москва

Аннотация. В статье рассмотрены процессы цифровой трансформации бизнес-процессов сферы услуг. Целью исследования является определение конкурентных преимуществ, влияющих на организацию деятельности предприятий торговли и сервиса. Предложены направления цифровой адаптации компаний в новых реалиях. Даны предложения по совершенствованию интеграции различных субъектов потребительского рынка для осуществления эффективной работы компаний по организации современных форм торговли и сервиса.

Ключевые слова: сфера услуг; цифровизация; трансформация; конкуренция; торговля; сервис

Цифровизация затронула почти все отрасли народного хозяйства. Коснулась она торговли и сферы услуг, которые с развитием научно-технологического прогресса существенно меняются. Потребительский рынок, куда входит торговля и сервис, наиболее остро реагируют на предстоящие вызовы, так как их деятельность напрямую зависит от требований потребителей, уровня развития конкуренции, товарных рынков, импорта [3].

Поэтому предприятиям этого сектора приходится искать новые способы повышения конкурентоспособности своей деятельности. Одним из таких способов становится цифровая трансформация.

Часто цифровую трансформацию связывают только лишь с внедрением информационно-компьютерных технологий. Это не совсем так.

Цифровую трансформацию следует трактовать как комплексный процесс перестройки всего бизнеса, диджитализацию всех бизнес-процессов в совокупности. Естественно, ИТ-технологии играют при этом ключевую роль.

* © Казанцева Н. В., 2023

Что же дает организации цифровая трансформация и что должна делать организация для эффективного ее внедрения?

Целью любой коммерческой организации является повышение уровня продаж и, как следствие, получение прибыли. Для этого должны быть объединены все составляющие элементы бизнеса. Цифровизация дает такую возможность с использованием в менеджменте платформенных решений и экосистемного подхода.

Рост производительности, оптимизация ресурсов за счет ускорения технологических и других операций – еще одно конкурентное преимущество компаний, внедряющих в свою деятельность цифровые технологии.

Продукты и услуги нужны, прежде всего, клиентам, цифровые технологии приближают их к ним, предоставляют массу удобств по их качеству и доступу (в реальной организации, мобильных приложениях, на сайтах организации), повышается уровень сервиса в целом.

Оперативность, возникающая при этом, позволяет быстрее перестраивать бизнес под запросы клиентов, приходится реагировать на конъюнктуру рынка, изучать его и вводить новые товары и услуги.

Для обеспечения этих условий менеджмент должен обладать цифровой зрелостью, персонал должен обладать необходимыми компетенциями, чтобы автоматизировать сбор и анализ данных, упростить контроль, более оперативно принимать правильные решения в сложившихся реалиях, в условиях жесткой конкуренции.

Это касается сотрудников различных уровней, они должны понимать суть цифровых бизнес-процессов, быть обучены в информационном и техническом плане, обладать знаниями в работе цифровой инфраструктуры, информационной безопасности и защиты большого объема структурированной информации.

Возможно, не стоит внедрять цифровизацию сразу во все процессы деятельности организации. Ведь не все технологии могут подходить к цифровой трансформации бизнеса. Полный перевод бизнеса на цифровые технологии может оттолкнуть клиентов, например, определенной возрастной категории [5].

Возможно сочетание традиционных способов общения с клиентами и с использованием цифровых продвинутых технологий: искусственного интеллекта, облачных систем, микросервисов, цифровых двойников, больших данных и так далее.

Это общие положения, конечно, на цифровую трансформацию существенно влияют отраслевые особенности.

Торговля и сервис, как уже было отмечено ранее, особая сфера деятельности.

Достижения цифровой трансформации в этой сфере значительны, например, сравнительно молодой рынок ретейла сделал буквально скачок в этом направлении [1].

Большую роль в этом сыграл приход западных компаний как в онлайн, так и в офлайн. Отечественным торговым сетям приходилось подтягиваться к ним по уровню сервиса и сегодня и тот и другой сектор успешно развиваются, составляя достойную конкуренцию им, особенно в крупных городах. Казалось, что так будет всегда.

Но торговле пришлось пережить несколько кризисных моментов в своей деятельности в последние несколько лет. Пандемийный период наложился на уже существующие с 2014 г. западные санкции. И если бы не цифровая трансформация, то многим предприятиям торговли не удалось бы пережить данный период.

Ужесточение санкций также вносит свои коррективы в организацию торговли и сервиса. Снижение уровня импорта, уход многих западных компаний с российского рынка заставляет компании организовывать параллельный импорт, изменять логистические цепочки поставки, искать отечественных поставщиков не только по поставке товаров, продукции, но и по оборудованию, запасным частям [2].

То есть появляются совсем другие базы данных, необходимы совершенно другие методы рыночной аналитики, системы проверки качества. Облачные технологии приходят на помощь по сравнению с локальным размещением приложений. Из любой точки мира и в любое время эта экономичная, доступная информация поступает к потребителю. Гибкость и простота масштабирования, независимость от устройств, отказоустойчивость и безопасность вот что отличает эти цифровые технологии.

Рост онлайн-покупок подвигает ретейлеров на совершенствование онлайн-розницы в супермаркетах. Системы доставки развиваются стремительно в крупных городах. В сочетании с программами лояльности этот эффект усиливается. В офлайн-торговле расширяются зоны бесконтактной торговли [4].

Внедрение систем контроля качества, использование ЕГАИС также не обходится без цифровой трансформации торговли.

Большинство этих достижений все-таки присутствует в крупных населенных пунктах. Но территория России большая, региональной экспансии супермаркетов мы особо не наблюдаем.

Падение доходов населения характерно сейчас почти для всех регионов, потребители переходят к сберегательным технологиям потребления. Спад спроса на товары длительного спроса, еще как-то объясним, но и продовольственный рынок ощущает падение спроса. Повысилась чувствительность к ценам, все чаще покупки осуществляются в магазинах-дискаунтерах, снижается уровень среднего чека, осуществляется поиск более дешевых товаров и скидок.

Торговым и сервисным сетям все чаще приходится корректировать ценовую политику, улучшать работу с поставщиками по регулированию закупочных цен, проводить кропотливую работу по регулированию цен на определенные товары и для определенных категорий потребителей.

Конечно, это регрессивный способ ведения бизнеса, но на определенных этапах развития он позволяет задействовать адаптационные механизмы, снизить риски банкротства и снижения трафика посещений покупателями торговых и сервисных точек как в онлайн-формате, так и в офлайн-формате.

Список литературы

1. Горелова Т. П., Серебровская Т. Б. Цифровая трансформация сферы услуг и клиентского опыта // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 12. С. 135–140.
2. Заздравных А. В., Гудкова Т. В. Формирование структуры товарных рынков и барьеров входа на них в условиях цифровизации экономики: фактор рекламы // Российский экономический журнал. 2021. № 3. С. 104–122.
3. Казанцева Н. В. Развитие муниципального потребительского рынка в условиях импортозамещения // Муниципальная академия. 2022. № 2. С. 120–125.
4. Каманин Р. В. Тренды развития электронной коммерции в меняющемся мире // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 11. С. 211–222.
5. Медведева О. С., Кожина О. А. Роль digital-маркетинга в изменении потребительского поведения // Инновационная экономика и современный менеджмент. 2021. № 3 (34). С. 8–11.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Е. С. Комарова*

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург*

Аннотация. Социальные сети позволяют людям свободно взаимодействовать между собой и дают маркетологам множество способов привлекать и удерживать потребителя. В статье определены возможности социальных сетей как инструмента вовлечения потребителя. Опираясь на академические исследования и аналитические отчеты, было проведено исследование изменения структуры использования социальных сетей.

Ключевые слова: социальные сети; вовлеченность; маркетинг вовлечения; инструмент вовлечения

Социальные сети используются миллиардами людей по всему миру, они быстро стали одной из определяющих технологий нашего времени. Маркетологи стремятся использовать социальные сети для продвижения своих брендов и организаций. Концепция «вовлеченности в социальных сетях» связана с рядом положительных результатов для компании, включая увеличение продаж, повышение лояльности к бренду, развитие положительного организационного имиджа, увеличение стоимости бренда.

В литературе по маркетингу услуг существуют различные концепции взаимодействия с клиентами. Вовлечение клиентов как психологический процесс, который моделирует основные механизмы, с помощью которых формируется лояльность для новых клиентов бренда услуг, а также механизмы, с помощью которых может поддерживаться лояльность для клиентов, совершающих повторные покупки бренда услуг. Также вовлеченность можно рассматривать как поведение клиента, являющееся результатом мотивационных факторов, включая использование компанией различных стратегий вовлечения. Поведение покупателя, характеризующееся вовлеченностью, выходит за рамки транзакций. Таким образом, вовлеченность потребителя можно определить как поведенческое проявление клиентов, ориентированных на бренд или фирму, помимо покупки, в результате мотивационных факторов [1].

Социальные сети можно рассматривать с нескольких точек зрения. В практическом смысле это набор программных цифровых технологий, обычно представленных в виде приложений и веб-сайтов, которые предоставляют пользователям цифровую среду, в которой они могут отправлять и получать цифровой контент или информацию через социальные сети определенного типа. Более того, социальные сети представляют собой еще один тип канала цифрового маркетинга, который маркетологи могут использовать для взаимодействия с потребителями, применяя различные возможности социальной сети для продвижения продукции или услуги. В более широком смысле социальные сети можно рассматривать не столько как цифровые медиа и конкретные технологические услуги, сколько как цифровые сообщества, где люди проводят значительную часть своей жизни [2].

Текущий ландшафт социальных сетей имеет два ключевых аспекта. Во-первых, это платформы – основные и второстепенные, устоявшиеся и новые, которые предоставляют базовые технологии и бизнес-модели, составляющие отрасль и экосистему.

* © Комарова Е. С., 2023

Во-вторых, варианты использования, т. е. как различные люди и организации используют эти технологии и для каких целей.

Социальные сети, их возможности и тенденции вызывают интерес у исследователей и практиков. Так, в ежегодном отчете «Digital 2022 Global Overview» содержатся данные о состоянии данной сферы в России на начало 2022 г. Из данных отчета следует, что в январе 2022 г. в РФ количество пользователей социальных сетей составило 106 млн (72,7 % от общей численности населения страны). Следует учесть, что в расчете не выявлено число уникальных пользователей, при этом общее количество возросло на 7,1 % в сравнении с 2021 г.

В отчете также указано, что внимание пользователей в социальных сетях имело следующую структуру: WhatsApp – 80,9 %, VK – 76,4 %, Instagram – 63,7 %, Telegram – 50,8 %, TikTok – 46,6 %. Среди причин, которые вызывают необходимость использования социальных сетей пользователем, наибольшее значение имеет коммуникативная – 60,3 % опрошенных, для мониторинга музыкальных исполнителей социальные сети использует 30,7 % пользователей, в качестве развлечения – 30,2 %. Использование социальных сетей для отслеживания используемых брендов применяет 18,3 % опрошенных пользователей. Кроме того, в отчете выделена категория пользователей, которые используют социальные сети для изучения новых брендов – 15,7 %. Из этого следует, что социальная сеть может быть использована в качестве инструмента для вовлечения потребителя, так как среди аудитории существует интерес к сектору товаров и услуг [3].

Социальные сети в России находятся на этапе переоценки ценности для пользователя, что вызывает изменения в интересах аудитории к доступным социальным ресурсам. Так, согласно отчету исследовательской компании Mediascope, можно проследить изменение аудитории социальных сетей в России в период с 25 февраля (решение о замедлении трафика Facebook) по 14 марта (блокировка Instagram) 2022 г. Из данных табл. 1 следует, что снижение трафика в одних социальных сетях (строки 3, 6–8) способствовало увеличению популярности других (строки 1, 2, 5) [4].

Таблица 1

Изменение аудитории социальных сетей в России* [2]

Наименование	Ежедневная аудитория, чел.		Изменение (+/–)
	февраль	март	
1. «ВКонтакте»	46 509	50 344	+3835
2. Telegram	31 239	45 517	+14 278
3. Instagram ¹	39 031	34 181	–4850
4. TikTok	33 172	33 428	+256
5. «Одноклассники»	19 806	20 941	+1135
6. Facebook ¹	9626	5505	–4121
7. Twitter	2613	1270	–1343
8. Snapchat	1273	1178	–95

В связи с перераспределением внимания пользователей, возрастает роль переориентации используемых социальных сетей для вовлечения потребителей. Основными платформами социальных сетей в России на данный момент являются «ВКонтакте» и Telegram. Рассмотрим возможности наиболее актуальных социальных сетей для вовлечения потребителей в России.

1. «ВКонтакте» – крупнейшая социальная сеть в России и странах СНГ. На данный момент происходит расширение функциональных возможностей – формируется глобальная экосистема сервисов: доставка, такси, подкасты, приложения. Наибольшую

* Соцсети Facebook и Instagram признаны экстремистскими и запрещены в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.1tv.ru/news/2022-03-21>

популярность среди пользователей сети имеют группы и публичные страницы. Для вовлечения потребителя представлено множество форматов создания контента: подборки фотографий, опросы, музыка, клипы, розыгрыши. Администратор публичной страницы или группы имеет доступ к статистике, которая позволяет определить охват аудитории, геопозицию. Данные о вовлеченности отражаются через средние показатели лайков, комментарием и репостов контента. Преимуществом «ВКонтакте» как инструмента вовлечения потребителя также является то, что социальная сеть хорошо знакома пользователям [5].

2. Telegram – облачный мессенджер, возможности которого не ограничиваются введением переписки. Функция вовлечения потребителя реализуется через Telegram-канал, в котором автор создает ленту из текстовых сообщений, сопровождающихся медиафайлами и ссылками. Особенность использования Telegram, как инструмента вовлечения потребителя, заключается в том, что подписчик в любом случае просмотрит опубликованный контент, так как сообщение от канала отражается в уведомлении. Появляется все больше свидетельств того, что некоторые потребители предпочитают не взаимодействовать с маркетинговым контентом в социальных сетях. В Telegram наблюдается «отложенное взаимодействие»: подписчик в любом случае увидит публикацию, когда захочет устранить всплывающий значок оповещения [6; 7].

Маркетинг в социальных сетях – это использование платформ социальных сетей для связи с аудиторией с целью повышения осведомленности о бренде, увеличения продаж, увеличения посещаемости веб-сайта и формирования вовлеченности. Маркетинговая деятельность в социальных сетях включает в себя публикацию качественного контента в профиле, удержание и привлечение подписчиков, анализ статистики и запуск рекламы в социальных сетях. Изучая социальные сети, как инструмент вовлечения, и учитывая, куда экосистема движется в контексте потребителей и маркетинговой практики, был получен вывод, что эта область все еще находится в состоянии постоянного изменения. Социальные сети стали актуальными в культурном отношении: это доминирующая форма общения и самовыражения, основной тип СМИ, используемый компаниями для рекламы и других форм коммуникации с конечным потребителем.

Таким образом, социальные сети являются стратегически ценным инструментом маркетологов, стремящихся активно взаимодействовать с потребителями. Интерактивный характер контента социальных сетей приносит новые возможности вовлекать и удерживать целевую аудиторию. Для достижения наиболее эффективного результата от использования социальных сетей в качестве маркетингового инструмента вовлечения, следует проводить тщательный выбор релевантных площадок, создавать качественный цифровой контент, следить за трендами и функциональными возможностями социальных сетей, а также учитывать то, что глубина вовлечения потребителей варьируется в разных социальных сетях. Исследовательская проблема заключается в том, что специфика инструментов и контента для вовлечения потребителя отличается в разных социальных сетях. Ввиду этого возникает вопрос о выборе релевантной платформы для выстраивания долгосрочных отношений с потребителями, а также оптимизации контента в зависимости от аудитории, которая использует социальные сети. Результаты исследования социальных сетей в рамках вовлечения потребителей могут быть применены к дальнейшему изучению маркетинговых стратегий вовлечения, которые не ограничиваются SMM. Социальные сети являются лишь одним из типов стратегий вовлечения по ключевому инструменту, при этом данный инструмент может повышать различные виды вовлеченности: эмоциональную, когнитивную, комплексную или ситуационную. Дальнейшее исследование может позволить определить влияние конкретного инструмента на изменение вида вовлеченности.

Список литературы

1. Schreiner M., Fischer T., Riedl R. Impact of content characteristics and emotion on behavioral engagement in social media: literature review and research agenda // *Electronic Commerce Research*. 2021. Vol. 21. N 2. P. 329–345.
2. Shahbaznezhad H., Dolan R., Rashidirad M. The role of social media content format and platform in Users' engagement behavior // *Journal of Interactive Marketing*. 2021. Vol. 53. P. 47–65.
3. Digital 2022 Russian Federation (February 2022) «The essential guide to the latest connected behaviors.
4. Как менялась аудитория соцсетей: Инфографика РБК [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666.
5. Хафизова А. Р. Коммуникационные инструменты вовлечения аудитории в общества социальной сети ВКонтакте // *Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей*. 2021. С. 273–281.
6. Горбов А. В. Куда направлять трафик, если сайта нет или он не соответствует всем требованиям // *Интернет-маркетинг*. 2022. Т. 1. С. 2–14.
7. Nobari A. D. et al. Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger // *Expert Systems with Applications*. 2021. Vol. 168. P. 114303.

УДК 339.37:004.773

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ КАК УГРОЗА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО ДОСТУПА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ТОВАРАМ И УСЛУГАМ

И. Д. Котляров*

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,
г. Санкт-Петербург*

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются потребители из-за цифровой трансформации розничной торговли. Дан обзор негативных последствий этих проблем и показаны их причины. Предложен новый подход к пониманию омниканальности как к способности удовлетворять потребности клиента даже в условиях невозможности использования цифровых технологий. Показано, что эта способность во многом зависит от наличия у персонала навыков использования нецифровых инструментов и готовности применять их для удовлетворения потребностей клиентов.

Ключевые слова: розничная торговля; цифровая трансформация; омниканальность

Цифровая трансформация в настоящее время рассматривается в качестве основного направления повышения эффективности бизнеса в различных отраслях экономики, включая торговлю и общественное питание [1–7]. Однако в существующей литературе основное внимание уделяется тем выгодам, которые получают предприниматели,

* © Котляров И. Д., 2023

клиенты и общество благодаря внедрению цифровых технологий [5; 6; 8]. К этим выгодам относится большая простота и эффективность организации бизнес-процессов, возможность персонализации сервисов и маркетинговых инструментов, бесшовность предоставления услуг, глобальный и круглосуточный охват аудитории и т. д. Риски, с которыми связано использование цифровых технологий, рассматриваются в значительной меньшей степени, при этом в основном изучаются следующие виды проблем:

- риски нарушения функционирования деятельности предприятий из-за сбоев информационных систем;
- вопросы кибербезопасности;
- риски избыточного контроля над потребителями (со стороны как компаний, так и государства);
- риски цифрового неравенства (т. е. невозможность получения цифровых сервисов из-за отсутствия у потребителя соответствующих навыков и гаджетов) [9–11];
- ухудшение положения работников из-за распространения неустойчивой занятости [12; 13].

При всей важности этих проблем, которые могут значительно снизить выгоды, получаемые потребителями и обществом в целом от цифровой трансформации экономики, практически не изучаются вопросы ухудшения качества обслуживания потребителей из-за внедрения цифровых технологий. Хотя эти вопросы тесно связаны с перечисленными выше угрозами, они отличаются от них и формируют самостоятельную группу проблем.

В предлагаемой работе рассмотрим эти проблемы и покажем, как чрезмерное использование цифровых технологий может привести к ухудшению качества обслуживания потребителей.

Приведем два примера из личного опыта.

1. В России действует федеральная сеть заведений One Price Coffee, предлагающих кофе с собой, а также торгующих прессой. В одном из заведений этой сети в Санкт-Петербурге автору осенью 2022 г. отказались продать имеющийся в наличии журнал, потому что он не был внесен в информационную систему сети, поэтому покупку невозможно было оформить (хотя, повторимся, сам товар имелся в наличии, и на него была указана цена на ценнике). Фактически в этом случае имел место отказ в обслуживании, обусловленный зависимостью компании от цифровых технологий [14] (мы оставляем в стороне вопрос о том, выполняется ли в этом случае договор оферты в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, речь идет лишь о невозможности для клиента получить имеющийся в наличии товар).

2. В Санкт-Петербурге существует сеть заведений монокухни «Пельмения», в которой предлагаются пельмени и их аналоги из различных национальных кухонь. Ранее в ресторанах этой сети меню имело форму салфетки, постеленной на стол. Однако некоторое время назад было внедрено цифровое меню – посетителю необходимо отсканировать размещенный на его столике QR-код (к сожалению, точная дата изменений нам неизвестна, мы можем лишь указать, что в 2021 г. меню было еще в прежнем формате, тогда как осенью 2022 г. оно уже некоторое время существовало в цифровом виде). Такой подход, по сути, принуждает клиента к переходу к новому для него формату обслуживания, что для отдельных групп потребителей может быть некомфортно (им удобнее пользоваться физическим меню). Важно подчеркнуть, что эту ситуацию нельзя путать с цифровым неравенством – клиенты предпочитают пользоваться бумажным меню и обычным телефоном, а не смартфоном, необходимым для сканирования QR-кода, не по причине отсутствия у них средств для приобретения смартфона или нехватки цифровых навыков, а в силу добровольного выбора соответствующей модели потребления.

Эти примеры могут указывать на следующие проблемы:

- интересы клиента, несмотря на декларируемую в современном маркетинге клиентоориентированность [15–18], приносятся в жертву задаче повышения эффективности внутренних бизнес-процессов предприятия. Иными словами, заведения не идут навстречу клиентам, чьи запросы могут быть выполнены путем отказа от использования в отношении с ними цифровых технологий, или, более того, клиентам навязывается некомфортная для них цифровая модель организации обслуживания. Стоит отметить, что принуждение клиентов к той или иной модели потребления становится в настоящее время распространенной практикой в сфере розничной торговли, и это касается не только цифровых технологий [19];

- внедрение цифровых технологий может носить избыточный характер и ограничивать возможности компании по удовлетворению потребностей клиентов (как из-за возможных технических проблем, так и по причине нежелания клиентов пользоваться цифровым инструментарием);

- омниканальность в современной сфере услуг понимается однобоко – как совместное использование физических и цифровых каналов для взаимодействия с клиентами (выбор товара, совершение покупки и организация доставки) [20; 21], т. е. для внешних по отношению к фирме процессов, но не как совместное использование цифровых и физических технологий для организации сделки (т. е. для осуществления внутрифирменных процессов, таких как оформление покупки, которое даже в физическом магазине происходит в цифровом формате). Иными словами, омниканальность существует только в процессах взаимодействия компании с внешней средой, но не во внутренних процессах организации (в которых в настоящее время доминируют цифровые технологии из-за их большей эффективности в нормальной ситуации). Это ведет к цифровой асимметрии между внешними и внутренними процессами организации и становится источником ее зависимости от цифровых технологий (и, как следствие, ставит в эту зависимость и самого клиента, как показывает рассмотренный выше пример с невозможностью продать товар при его отсутствии в информационной системе магазина). В ситуации невозможности использовать цифровые технологии для внутренних процессов, связанных с обслуживанием клиента, сотрудники магазина не могут обратиться к традиционным инструментам, поскольку такие инструменты отсутствуют (т. е. внутренней омниканальности, как уже было сказано выше, в торговой организации нет).

На проблеме омниканальности хотелось бы остановиться отдельно. В условиях цифрового уклада персонал заведения не только лишен возможности использовать нецифровые инструменты организации сделки (поскольку они не предусмотрены бизнес-процессами компании), но зачастую и не проявляет заинтересованности в удовлетворении запросов клиента при невозможности использования цифровых инструментов. Одной из важных проблем цифровой трансформации является то, что ответственность за многие операции и функции фактически перекладывается на информационную систему компании, тогда как персонал утрачивает компетенции, необходимые для выполнения этих операций (и не готов брать на себя ответственность за них) [22], что также представляет собой одну из форм технологической зависимости. Как показывает пример с One Price Coffee, при отсутствии товара в информационной системе заведения сотрудник не только не помнит цену на товары (что объясняется их регулярным изменением и сравнительно широким ассортиментом, хотя ранее для торгового персонала было в целом характерно хорошее знание цен), но и не готов оформить покупку на основе информации о цене, указанной на ценнике. Теоретически сотрудник мог бы принять наличные деньги от клиента (как уже было сказано, информация о цене указана на ценнике и продавец может ей воспользоваться даже при ее недоступности в информацион-

ной системе), от руки оформить товарный чек и продать товар – но организация деятельности магазина ему не предоставляет такой возможности, а сам он брать на себя такую ответственность не готов (и не знает, как оформлять товарные чеки).

В результате потребление становится неустойчивым и зависит не только от наличия у клиента цифровых гаджетов и навыков для их использования, но и от функционирования информационной системы магазина. Таким образом, внедрение цифровых технологий может не только сделать процесс получения услуги бесшовным и более комфортабельным для клиента, но и усложнить доступ к услугам.

По нашему мнению, торговым компаниям, осуществляющим цифровую трансформацию, необходимо пересмотреть понятие омниканальности и подходить к нему с точки зрения не только внешних, но и внутренних процессов компании. Фактически речь идет о дублировании цифровых инструментов нецифровыми, а также о формировании у персонала навыков и готовности пользоваться нецифровыми инструментами для повышения качества обслуживания клиентов. Цифровизация не должна быть избыточной и не должна осуществляться в ущерб интересам потребителя.

Наши выводы:

- цифровая трансформация торговых предприятий может создавать угрозы для устойчивого и комфортабельного доступа потребителей к необходимым им товарам и услугам. Причинами этого, в частности, являются технологическая зависимость компаний (из-за избыточного внедрения цифровых технологий) и принуждение клиентов к цифровой трансформации их потребительской модели;

- полноценная омниканальность торгового предприятия должна заключаться в его способности удовлетворять запросы клиентов даже в случае невозможности использования цифровых технологий. Это предполагает дублирование цифровых и нецифровых инструментов и формирование у сотрудников предприятия навыков и готовности пользоваться нецифровыми инструментами, если в этом возникнет необходимость;

- государству необходимо принять меры по регулированию цифровой трансформации сферы торговли, чтобы устранить риски негативного влияния избыточной цифровизации на качество доступа потребителей к товарам и услугам.

Список литературы

1. Алесина Н. В., Чуйков А. С., Безматерных Н. Э. Роль электронных платежных систем в процессе цифровой трансформации экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 2(84). С. 10–13. DOI 10.24412/2411-0450-2022-284-10-13. EDN YZHAVP.

2. Ананина Р. Ф. Особенности применения бизнес-моделей в условиях цифровизации экономических отношений // Торговля, сервис, индустрия питания. 2021. Т. 1. № 3. С. 298–304. DOI 10.17516/2782-2214-0021. EDN GBMDTB.

3. Апатова Н. В. Управление процессами цифровой трансформации бизнеса // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2022. Т. 8. № 2. С. 3–8. – EDN SCWJEG.

4. Гордеева В. Е., Волошин А. В., Рубан О. В. Цифровая экономика: теории и концепции // Торговля, сервис, индустрия питания. 2022. Т. 2. № 3. С. 248–259. DOI 10.17516/2782-2214-0056. EDN TXSCQG.

5. Веремеенко О. С., Суслова Ю. Ю., Волошин А. В. [и др.] Направления совершенствования механизма повышения эффективности услуг розничной торговли на рынке продовольственных товаров: трансформация традиционной бизнес-модели в цифровую // Экономика и предпринимательство. 2022. № 2(139). С. 372–377. DOI 10.34925/EIP.2022.139.2.068. EDN GHRWVI.

6. Плотников В. А. Цифровизация как закономерный этап эволюции экономической системы // Экономическое возрождение России. 2020. № 2(64). С. 104–115. DOI 10.37930/1990-9780-2020-2-64-104-115.
7. Цадорин А. В. Присутствие предприятий общественного питания Красноярского края в сети интернет в 2021 году // Торговля, сервис, индустрия питания. 2021. Т. 1. № 2. С. 217–223. DOI 10.17516/2782-2214-0013. EDN ZYHZKR.
8. Толстихина Е. И., Демченко С. К., Подопригора В. Г., Александров Ю. Л. Цифровая трансформация и ее влияние на потребителей // Инновации и инвестиции. 2022. № 3. С. 11–15. EDN CCNLYE.
9. Груздева М. А. Возрастной фактор цифрового разрыва: грани неравенства // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2022. Т. 15. № 4. С. 228–241. DOI 10.15838/esc.2022.4.82.14. EDN HOCDFR.
10. Ревенко Л. С., Ревенко Н. С. Цифровой разрыв и цифровое неравенство в продовольственных системах мира // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2022. Т. 22. № 2. С. 372–384. DOI 10.22363/2313-0660-2022-22-2-372-384. EDN WHFAUK.
11. Сафиуллин А. Р., Моисеева О. А. Цифровое неравенство: Россия и страны мира в условиях четвертой промышленной революции // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2019. Т. 12. № 6. С. 26–37. DOI 10.18721/JE.12602. EDN ZOBMAJ.
12. Никифорова Е. В., Журова Е. Н., Хубиева А. А. Цифровизация ресторанного бизнеса: влияние на занятость // Россия, Европа, Азия: цифровизация глобального пространства: сб. научных трудов III Междунар. науч.-практ. форума, Невинномысск, 16–21 ноября 2020 года / под ред. И. В. Пеньковой. Невинномысск: Общество с ограниченной ответственностью «СЕКВОЙЯ», 2020. С. 509–511. EDN AGPNZV.
13. Плещенко В. И. К вопросу об архаизации труда и потребления в современном российском обществе // Россия и современный мир. 2022. № 2(115). С. 228–243. DOI 10.31249/rsm/2022.02.13.
14. Воронова О. В., Харева В. А. Электронный документооборот в деятельности сетевых компаний FMCG-сегмента // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. № 3(27). С. 46–51. DOI 10.31775/2305-3100-2019-3-46-51. EDN NEDKZF.
15. Карманова А. Е. Стандарты обслуживания клиентов как фактор конкурентоспособности ресторанов быстрого питания // Глобализация – путь к объединению: сб. научных статей 2-й Междунар. науч.-практ. конференции, Курск, 10 апреля 2017 г. / под ред. Л. В. Бычковой, В. М. Кузьминой. Курск: Университетская книга, 2017. С. 86–90.
16. Куликова О. М., Суворова С. Д. Качество сервиса, как фактор конкурентоспособности торговых предпринимательских структур // Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия: сб. научных статей Междунар. науч.-практ. конференции: в 2 т. Курск, 18–19 апреля 2018 г. Курск: Университетская книга, 2018. С. 103–107. EDN UPBCZB.
17. Куликова О. М., Суворова С. Д. Клиентоориентированность как основной вектор развития бизнеса // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 1(51). С. 102–107. DOI 10.47581/2021/FA-07/IE/51/01.015. EDN UWIKAH.
18. Пирогова О. Е. Возможности применения методов оценки конкурентоспособности в системе управления стоимостью торгового предприятия // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2015. № 4(26). С. 60–64. EDN VHUNBD.

19. Бахарев В. В., Капустина И. В., Митяшин Г. Ю., Катрашова Ю. В. Экологизация розничной торговли: анализ стратегий // *Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture*. 2020. Т. 12. № 5. С. 79–96. DOI 10.12731/2658-6649-2020-12-5-79-96. EDN OJCSO.

20. Краснов А. С., Шашкова А. А. Применение phygital-инструментов на розничном рынке // *Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сб. трудов Всерос. науч.-практ. и учеб.-метод. конференции: в 4 ч. Санкт-Петербург, 1–4 июня 2021 г. Ч. 3.* СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. С. 201–205. EDN ZQTTPA.

21. Краснов А. С., Шашкова А. А. Phygital-подход как элемент удовлетворения потребительских потребностей в процессе покупки // *Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сб. трудов Всерос. науч.-практ. и учеб.-метод. конференции: в 4 ч. Санкт-Петербург, 1–4 июня 2021 г. Ч. 3.* СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. С. 206–210. EDN RKTYQO.

22. Srnicek N. *Platform Capitalism*. Cambridge and Malden: Polity Press, 2016. 120 p.

УДК 339.138:005.932.5-047.72

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЗАТРАТ НА ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ ЭЛЕКТРОННО-БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ С УЧЁТОМ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ

А. В. Мартынович, Л. В. Багузова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрен аспект расходов компаний, направленных на продвижение и рекламу, изучены применяемые интегрированные маркетинговые коммуникации и спрогнозировано значение затрат на продвижение на 2022 год.

Ключевые слова: коммуникации; маркетинг; продвижение; реклама; маркетинговые коммуникации

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) составляют достаточно крупную долю в стратегии компаний, направленной на маркетинг взаимоотношений. Иными словами, это комплекс различных маркетинговых инструментов и методов, позволяющих увеличить эффективность их влияния на потребительское поведение, посредством их комплексного воздействия на целевую аудиторию.

В современных условиях неопределенности экономики перед любым бизнесом возникают те или иные проблемы. В рамках данной работы постараемся разобраться, как экономический спад может повлиять на распределение компаниями части расходов на рекламу и продвижение товаров, проанализируем работу трех крупнейших сетей в цифровом ретейле в рамках маркетинговой политики, а также спрогнозируем их расходы на рекламу на будущий период.

Изучая сегмент цифрового ретейла, остановимся на трех его крупных представителях: группа «М.Видео-Эльдорадо», DNS и «Ситилинк». Неустойчивое экономическое положение, диктующее свои условия существования коммерческих сетей и предприя-

* © Мартынович А. В., Багузова Л. В., 2023

тий, оказывает крупное влияние на их целевую аудиторию. Важно сказать о быстрых темпах роста инфляции, цен на цифровые продукты и технику (особенно импортную), и одновременном снижении покупательской способности населения (рис. 1).



Рис. 1. Динамика индекса потребительской уверенности (Росстат)

В настоящее время часть группы потребителей электроники и бытовой техники, во-первых, отдает предпочтение товарам отечественного происхождения ввиду их меньшей стоимости по сравнению с импортными аналогами, во-вторых, приостанавливает или полностью прекращает покупку техники. Ввиду нынешней ситуации рассмотрим, какими маркетинговыми коммуникациями комплексно пользуются изучаемые сети по продаже электроники (табл. 1).

Как можем заметить, все рассматриваемые сети активно используют комплексы маркетинговых коммуникаций. Исключения составляет лишь транспортная реклама, а также организация сетью DNS пресс-конференций. Исходя из открытой информации, предоставленной группой «М.Видео-Эльдорадо», можно посмотреть, какую долю составляют расходы на рекламу и продвижение в коммерческих расходах. Отообразим результаты в табл. 2.

Заметим, что за четыре года доля расходов на рекламу значительно выросла, однако сумма коммерческих расходов увеличивалась быстрее, чем сумма расходов на продвижение. Зная долю расходов, можно предположить, что анализируемые сети ретейлеров планируют расходные части бюджета в примерно похожих пропорциях. Исходя из этого, мы можем посчитать приблизительные значения расходов на рекламу сетей DNS и «Ситилинк» (табл. 3).

Заметим, что значения расходов увеличиваются с каждым годом. Важно понимать, что на сумму расходов на рекламу и продвижение влияют несколько важных факторов, которые можно разделить на количественные и качественные (рис. 2).

Среди количественных факторов можно выделить:

- выручку, которую получает предприятие. Чем больший доход у компании, тем больше она может позволить себе расходов на рекламу и продвижение своего продукта;

- средняя заработная плата. Чем выше доходы населения, тем чаще они могут тратить их на дорогостоящую электронику и бытовую технику, а следовательно, у ком-

паний есть стимул тратить деньги на кампании по продвижению и рекламе, чтобы получить больше прибыли;

– средняя цена покупки. Если средняя цена одной покупки в динамике показывает рост, то это может быть связано как с инфляцией и ростом цен, так и с повышением доходов граждан. Следовательно, такой фактор также будет косвенно влиять на динамику расходов на рекламу;

– географическое присутствие. При расширении географии присутствия, фирме приходится учитывать расходы на рекламу, направленную на распространение информации о новой торговой точке.

Таблица 1

ИМК в цифровом ретейле на примере трех крупных сетей

Маркетинговые коммуникации	«М.Видео-Эльдорадо»	DNS	«Ситилинк»
Реклама			
Контекстная реклама	+	+	+
SEO	+	+	+
Таргетинг	+	+	+
Нативная реклама	+	+	+
Транспортная реклама	–	–	–
POS	+	+	+
Печатная реклама	+	+	+
Видеореклама	+	+	+
Стимулирование сбыта			
Лотереи	+	+	+
Конкурсы	+	+	+
Скидки и бонусы	+	+	+
PR			
Пресс-конференции	+	–	+
Пресс-релизы	+	+	+
Публикации в СМИ	+	+	+
Публикации в соцсетях	+	+	+
Публикации у блогеров	+	+	+
Ведение корпоративных блогов	+	+	+
Прямой маркетинг			
E-mail рассылка	+	+	+
Персональные консультации	+	+	+
Общение в точках продаж	+	+	+
Программы лояльности			
Бонусная	+	+	+
Скидочная	+	+	+
Клубная	+	+	+
Паблицити			
Благотворительность	+	+	+
Социальные проекты	+	+	+

Таблица 2

Расходы на рекламу и продвижение товаров группы «М.Видео-Эльдорадо», млн руб.

Показатель	2018	2019	2020	2021
Расходы на рекламу и продвижение товаров, нетто	5 306	5 914	5 688	7 963
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы, всего	67 803	72 546	76 496	87 192
Доля расходов на рекламу в коммерческих расходах	7,83	8,15	7,44	9,13

Предположительная сумма расходов на рекламу, тыс. руб.

Год	Коммерческие расходы	Предположительная сумма расходов на рекламу
ДНС		
2018	689 829	53 983,34
2019	28 588 623	2 330 564,28
2020	16 439 178	1 222 365,15
2021	48 034 906	4 386 892,79
«Ситилинк»		
2018	2 964 724	232 007,81
2019	5 331 173	434 600,9
2020	7 010 053	521 245,31
2021	8 183 340	747 361,41

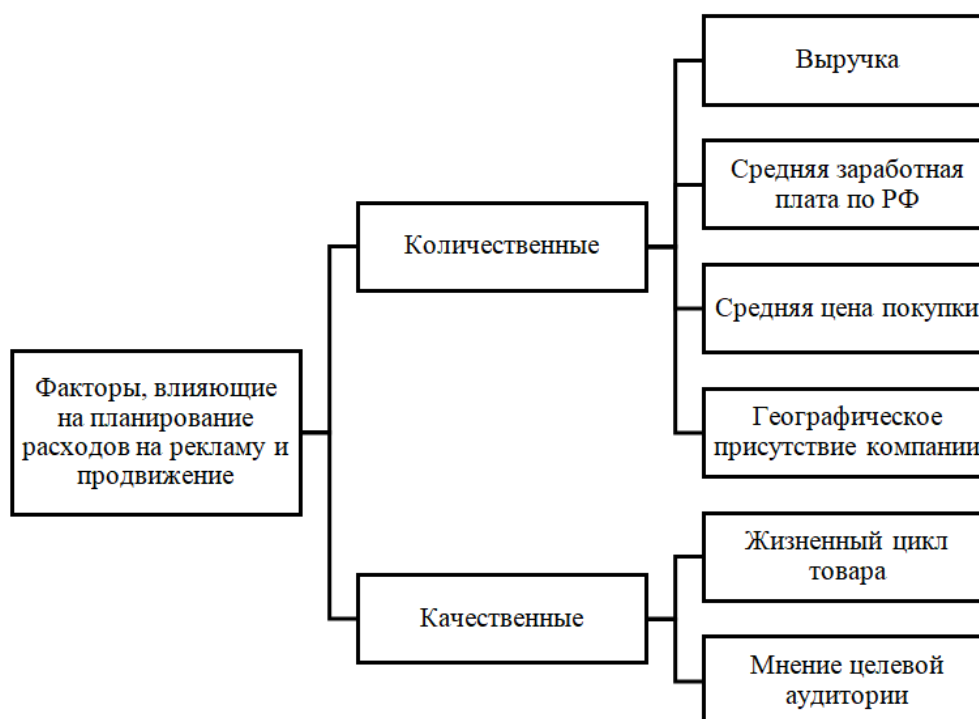


Рис. 2. Факторы, влияющие на планирование расходов на рекламу и продвижение

Среди качественных методов можно выделить:

- жизненный цикл товара. На каждом этапе жизненного цикла целесообразно применять разные форматы маркетинговых коммуникаций. Так, при вхождении на рынок компании стоит применять PR и стимулирование сбыта. На стадии роста более эффективной будет качественная реклама. На стадиях зрелости и спада имеет смысл применять различные виды стимулирования сбыта;

- мнение целевой аудитории. Проведение опросов среди покупателей не менее важно. С их помощью можно оценить, насколько эффективно используются применяемые интегрированные коммуникации, и какие из методов продвижения стоит изменить.

Обратим внимание на количественные факторы. С целью проведения прогноза показателя расходов изучим их динамику с 2018 г., представим результаты в табл. 4. Для прогнозирования значения расходов на рекламу и продвижение на будущий период проведем необходимые расчеты в статистической программе Minitab 19. Был проведен анализ временных рядов, который включал в себя изучение динамики зависимой

переменной Y и независимых переменных X (табл. 1), а также проведение регрессионного анализа. Построена корреляционная матрица, которая позволила выявить весомые переменные.

Таблица 4

Факторы, влияющие на расходы на рекламу и продвижение по группе «М.Видео-Эльдорадо»

Год	Расходы на рекламу, млн руб.	Выручка, млн руб.	Средняя заработная плата	Средняя цена покупки	Географическое присутствие
	Y	X1	X2	X3	X4
2018	5306	352,483	43724	7479	941
2019	5914	365,216	47867	7712	1038
2020	5688	417,857	51344	8980	1074
2021	7963	476,364	57244	9805	1285

Далее был произведен расчет прогнозного значения на 2022 г. (с учетом полученного уравнения регрессии), а также средних планируемых величин независимых переменных X.

$$Y = 535,0 + 81,91 * 495,423 + 0,1130 * 60132 - 3,930 * 10251 = 7623,584$$

Таким образом, прогнозное значение расходов на рекламу и продвижение товаров составило 7 623,584 млн руб., что ниже показателя 2021 г. на 339,416 млн руб. (или 4,3 %). Наглядное представление динамики изучаемого показателя представлено на рис. 3.

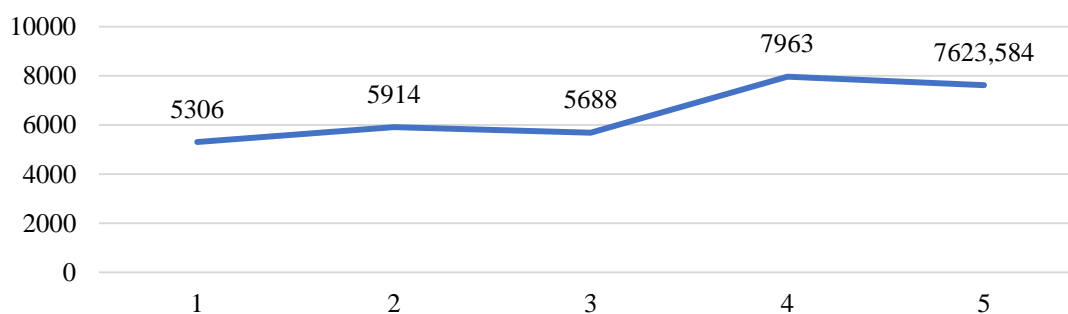


Рис. 3. Динамика показателя расходов на рекламу, млн руб.

Снижение показателя можно объяснить происходящими изменениями в мировой и отечественной экономике изучаемого периода. Так, начавшийся кризис вынуждает компании отечественного рынка искать эффективные решения по снижению издержек, под этот список могут попасть расходы на рекламу и продвижение, поскольку руководство фирмы осознает, какой эффект оказывает кризис на потребительское поведение: реклама и продвижение не будут эффективными в данном периоде настолько, насколько они были бы эффективными при условии отсутствия угнетающих факторов.

Таким образом, современные практики в сфере продвижения являются неотъемлемой частью маркетинговых стратегий компаний. Можно предполагать, что расходы на рекламу и продвижение в долгосрочной перспективе будут показывать положитель-

ный тренд, что связано не только с постоянным ростом цен, но и с необходимостью применять в практике продвижения новые методы. Важно понимать, что компания сможет обеспечить рост расходов, связанный с маркетинговыми коммуникациями, в том случае, если она получает стабильно увеличивающийся доход. В целях увеличения получаемой прибыли фирме важно грамотно подходить к продвижению своего продукта на рынке, что обуславливает необходимость использования интегрированных маркетинговых коммуникаций и внедрение в свою практику современных форматов продвижения. В случае с изучаемыми фирмами целесообразно использовать коммуникации, которые не только были представлены в табл. 1 и не нашли своего практического применения в деятельности компаний, но и современные форматы продвижения, диктуемые трендами в сфере маркетинга.

Список литературы

1. Голосов А. А., Акимов Э. Э. Интегрированные программы маркетинговых коммуникаций // Проблемы экономики, организации и управления в России и мире: материалы XVII Международной научно-практической конференции. Прага, Чешская республика, 27 апреля 2018 года / отв. ред. Н. В. Уварина. Прага, Чешская республика: World Press, 2018. С. 55–57. EDN XOYQKL.

2. Гринченко К. В. Синергетический эффект digital-коммуникаций и интегрированные маркетинговые коммуникации: особенности, различия и сходства // Технологические инициативы в достижении целей устойчивого развития: материалы Междунар. науч.-практ. конференции. XV Южно-Российский логистический форум, Ростов-на-Дону, 10–11 октября 2019 г. Ростов-на-Дону: Ростовский государственный экономический университет «РИНХ», 2019. С. 111–114. EDN OWMZUI.

3. Нажмутдинова С. А., Абдуллаев Н. А., Агавердиева Ц. Н. [и др.] Интегрированные маркетинговые коммуникации и их влияние на поведение потребителей // Экономика и предпринимательство. 2021. № 10(135). С. 849–852. DOI 10.34925/EIP.2021.135.10.160. EDN GRLLXH.

4. Любецкий П. Б. Концепция и функциональные аспекты интегрированных маркетинговых коммуникаций // Организационно-правовые аспекты инновационного развития агробизнеса: междунар. сб. научных трудов / Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Западнопоморский технологический университет в Щецине. Горки: Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, 2020. С. 77–83. EDN KZGCHP.

5. Столярова А. В. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 31. С. 1254–1257. EDN RLTKЕК.

«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЯДЫ» ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

К. А. Матвеевко, Т. И. Берг*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Информационное развитие общества, применение цифровых технологий в финансовых расчетах, в т. ч. электронных платежных систем, порождает проблемы хищения личных данных и денег клиентов. В данной статье рассмотрены виды, масштабы мошенничества, типы атак в сфере электронной коммерции. Предложены основные направления борьбы с фиктивными электронными платежами в России.

Ключевые слова: электронная коммерция; фишинг; электронные платежи; кибербезопасность; дропперы; кибератака; информационный суверенитет

Современные тенденции роста объёмов электронной торговли, в т. ч. трансграничной интернет-торговли, торговли программным обеспечением, торговли без регистрации юридического лица способствовали развитию электронных платежей. Многие платёжные операции совершаются путём электронного перевода денежных средств. Даже оплата товаров в интернет-магазинах производится путём перевода денежных средств с банковских карт и др.

Данные трансформации экономических отношений привели к разного рода проблемам. Например, участились случаи мошеннического перевода средств со счетов, когда денежные средства «воруют» со счетов, люди переводят свои деньги на подозрительные счета либо мошенники обманывают своих покупателей. Люди переводят деньги за товар или услугу, а взамен ничего не получают. Решение данных проблем требует серьёзной юридической проработки (так как данные вопросы нелегко устранить в рамках классического римского права), а также выработки защитных мер со стороны информационной инфраструктуры.

Данная статья будет актуальна для того, чтобы узнать какое количество мошенничеств происходит в наше время при переводе денежных средств через электронные платёжные платформы, а также чтобы понять, как можно избежать хищения денег и личных данных.

Цель данной статьи – анализ фискальных электронных платежей через платёжные платформы и возможные методы борьбы с данным мошенничеством на международном и российском уровнях.

Прежде чем рассматривать статистику кражи денег в электронных платёжных системах, рассмотрим основные их формы, прежде всего фишинг.

Фишинг – это форма кражи личных данных, которая происходит, когда вредоносный веб-сайт выдаёт себя за законный, чтобы получить конфиденциальную информацию, такую как пароли, данные учётной записи или номера кредитных карт [1].

Сайты, которые используют данную технику, зачастую «притворяются» узнаваемыми и популярными веб-сайтами. Как правило, они весьма похожи внешне, а также обладают схожим доменным названием. Таким образом, гость, прибывший на веб-сайт, становится обманутым и способен предоставить владельцу веб-сайта свои индивидуальные данные, не думая о том, что его обманывают [2].

Злоумышленники с помощью подобных рассылок распространяют вредоносное программное обеспечение, шифраторы, трояны, криптомайнеры, кроме личных данных похищают денежные средства [3].

* © Матвеевко К. А., Берг Т. И., 2023

Наиболее часто фишинговые сайты создаются для банков, авиакомпаний, услуг по бронированию билетов и услуг по доставке еды, в которых пользователи платят за что-то или имеют возможность получить доступ к своему счёту.

Фишинговые сайты имеют способ оплаты или форму входа в систему и пароль от личного кабинета. В случае с личным кабинетом мошенник может получить логин, пароль и код с помощью текстового сообщения, а затем доступ к средствам на счёте клиента. Как происходит данное мошенничество, показано на рис. 1.

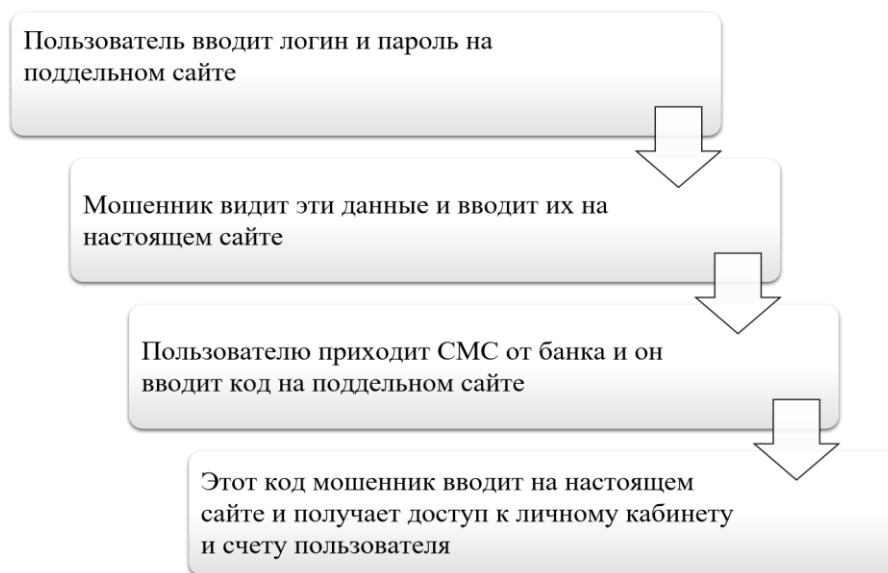


Рис. 1. Этапы работы фишинговых мошенничеств [3]

В электронной коммерции существуют различные схемы мошенничества.

1. Традиционный обман. Как правило, совершается простыми мошенниками. Украденные сведения кредитной карты покупаются в «тёмном» Интернете.

2. Мошенничество с триангуляцией. В данном виде аферы участвуют три стороны – мошенник, ничего не знающий законный потребитель, а также онлайн-магазин. Интернет-магазин формируется мошенником, зачастую в eBay или Amazon, который предлагает товары, пользующиеся спросом по весьма невысоким ценам. Магазин взимает оплату за товары, которые реализовывает. Потом мошенник применяет похищенные сведения кредитной карты, а также имена, собранные при размещении заказов в его интернет-магазине.

3. Перехват. Мошенники формируют заявки, если плата и поставка схожи, вместе с адресом, связанным с картой. Их задача – перехватить посылку, применяя один из следующих методов:

- попросить агента службы поддержки клиентов поменять адрес заказа до отправки;
- установить связь с перевозчиком для того, чтобы переадресовать посылку туда, где они имеют все шансы забрать украденные товары;
- ожидать рядом с адресом доставки посылки, в случае если мошенник проживает рядом с платёжным адресом держателя карты.

4. Проверка на предмет мошенничества с картами. Данная практика контроля действительности номера кредитной карты, в случае если вы собираетесь использовать свои учетные данные с целью входа на другой веб-сайт. Мошенники атакуют веб-сайты, в которых показываются разные ответы на любой тип отказа. К примеру, в случае если карта отклонена из-за недействительной даты истечения времени действия,

будет дан иной ответ. Как правило это делается вместе с поддержкой ботов, а также попытки транзакции совершаются через короткие интервалы времени.

5. Мошенничество, связанное с конфискацией учетной записи. Это происходит, если мошенники приобретают индивидуальные данные клиентов и используют сохраненные кредитные карты с целью приобретения товаров. Адрес доставки, как правило, обновляется напрямую перед покупкой, для того чтобы мошенник имел возможность вернуть украденный товар.

6. Мошенничество, связанное с кражей личных данных. В данном случае мошенники выдают себя за кого-то другого, создают кредитные карты на имя жертвы и делают покупки. Данный вид мошенничества стремительно растет по мере увеличения количества и масштабов утечек данных.

7. Дружеское мошенничество, также называемое мошенничеством с возвратом денежных средств. Клиент делает приобретение в Интернете, а потом просит вернуть средства, утверждая, то, что его карта была украдена. Возврат как правило осуществляется уже после доставки товара. Данный вид мошенничества обычно происходит не жестокими преступниками, а покупателями, которые точно понимают, что совершают.

Используя форму оплаты на фишинговом сайте, мошенник может списать любую сумму. Например, пользователи заказывают пиццу на 700 руб., вводят номер карты и получают код в SMS. Но код приходит не на 700 руб., а на 30 тыс. руб., которые получают мошенники [4].

Далее рассмотрим, сколько фиктивных электронных платежей, т. е. операций без согласия клиентов (ОБС), осуществлено в России (табл. 1, составлено на основе статистических данных за I и II кварталы 2022 г. [4]).

Таблица 1

Операции без согласия клиентов в России за 2022 г.*

Вид операций	2022		Отклонение (+, -)	Темп изменения, %
	I квартал	II квартал		
Число ОБС, ед.	258097	211263	-46834	82 %
Объём ОБС, тыс. руб.	3294160,94	2848614,92	-445546,02	86 %
Доля социальной инженерии, %	52,5	44,8	-7,7	-
Доля возвращённых средств (от объёма), %	6,2	5	-1,2	-

* Составлено по данным [4].

Анализируя данные, приведённые в табл. 1, отметим снижение количества и объёма операций без согласия клиентов во II квартале относительно I квартала 2022 г. За второй квартал 2022 г. количество ОБС сократилось на 46 834 ед., или на 18 %. Так как произошло снижение числа ОБС, то и объём также сократился на 445 546,02 тыс. руб., или 14 %. И, как следствие, сократилась доля возвращённых средств на 1,2 %.

Данное сокращение связано с тем, что в 2022 г. Правительство РФ и органы по информационной безопасности стали более тщательно проверять интернет-платформы в связи с повышением мошенничества в информационной среде. Также проведение электронных платежей стало более безопасным благодаря многофакторной степени защиты подтверждения подлинности данной операции.

Несмотря на существующие меры безопасности, мошенниками предпринимают различные типы атак для осуществления фиктивных электронных платежей в России в 2022 г. (табл. 2).

В основном мошеннические операции проводились в форме атак с использованием методов социальной инженерии (рис. 2). В качестве примера можно взять фейковую подписку на рассылку, мультитендинг. Однако, за II квартал года динамика мо-

шенничества сократилась на 910 единиц, или 9 %. Также фишинговые атаки и атаки с использованием ВПО сократились во II квартале на 3 % и 32 % соответственно. Однако есть и рост инцидентов мошенничества – это атаки, связанные с эксплуатацией уязвимостей ПО и все остальные типы инцидентов. Прочие инциденты атак выросли на 144 единицы, или 51 % по сравнению с I кварталом. Атаки, связанные с эксплуатацией уязвимостей программного обеспечения, составляет одну единицу за II квартал, а в I квартале 2022 г. таких атак не было.

Таблица 2

Типы атак в электронных платежах за 2022 год, ед.*

Типы и векторы атак	I квартал	II квартал	Отклонение (+, -)	Темп изменения, %
Фишинговые атаки	705	682	-23	97%
Атаки с использованием методов социальной инженерии	9 691	8 781	-910	91%
Атаки с использованием встроенного программного обеспечения	50	34	-16	68%
Эксплуатация уязвимостей программного обеспечения	0	1	1	-
Остальные инциденты	284	428	144	151%

* Составлено по данным [4].

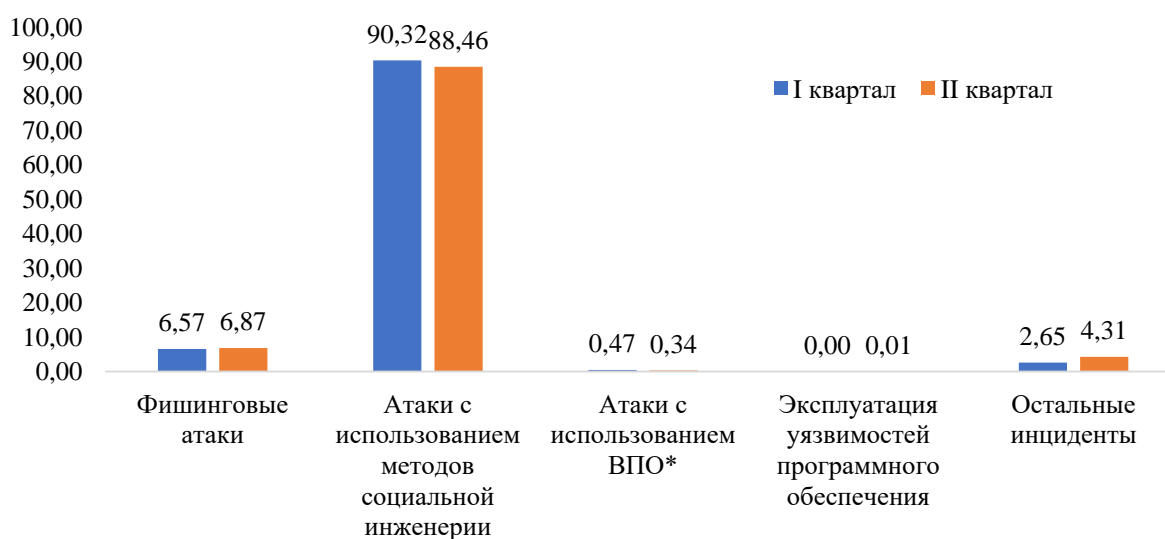


Рис. 2. Структура типов атак в электронных платёжных системах, %

Такая эксплуатация вредоносного ПО стала возможной после распространения вредоносного кода через сайт. Веб-страница содержит заражённый файл и скриптовую программу, которая использует уязвимость в браузере. Когда пользователь посещает эту страницу, программа-скрипт загружает заражённый документ на компьютер пользователя, применяя незащищённость в браузере, а после управляет им.

Для того чтобы заразить как можно больше компьютеров, создатели вредоносных программ применяют весь комплект способов с целью привлечения пользователей на веб-сайт [5]:

- рассылка спам-сообщений, содержащих адрес заражённой страницы;
- рассылка сообщений через системы мгновенного обмена сообщениями;
- ввод текста в поисковую строку на заражённой странице.

Борьба с указанными типами мошеннических схем за рубежом [6] и в России проводится различными способами, основной – это киберзащита, задекларирована цифровым суверенитетом или информационным ИТ-суверенитетом. Реалии таковы, что «цифровой суверенитет неожиданно стал таким же значимым, равно как классический “офлайновый” суверенитет, предусматривающий муниципальные границы, деньги, власть» [7]. Цифровой суверенитет направлен на обеспечение кибербезопасности страны, защиту ее основных отраслей от кибератак, кибершпионажа и обеспечение функционирования Интернета. От того, насколько эффективны способы защиты в цифровой среде, зависят тренды развития не только национальной, но и мировой экономик. Вызовы кибер угроз одинаковы как у нас, так и у зарубежных партнёров, с которыми Россия конкурирует и которые активно нас прессингуют [6].

Для борьбы с фишингом и спамом разработаны различные инструменты. Так, А. П. Чухнов [8] разработал систему, позволяющую анализировать фишинг и спам веб-ссылок, визуальный контент сайтов и определять подозрительные сайты, с учётом загрязнения данных, проводить автоматическое дообучение моделей в реальном времени для адаптации под специфику клиента, например маркетплейса.

На основе анализа видов мошенничества в платёжных системах, в т. ч. с использованием ИКТ-технологий, А. Б. Сабырбаева [9] разработала меры противодействия фишингу и скиммингу.

Для борьбы с фишингом со стороны внутреннего менеджмента предприятия Н. И. Баев [10] приоритетным считает проведение инструктажа с сотрудниками, применение проверенного программного обеспечения, регуляторных мер доступа сотрудников к конфиденциальной информации.

Основными направлениями борьбы с фиктивными электронными платежами в России, по мнению главы департамента информационной безопасности Банка России Вадима Уварова, в ближайшей перспективе будут:

1. Борьба с мошенниками и блокировка фишинговых сайтов – длительность по времени действующей процедуры рассмотрения дел о мошенничестве. Большое количество времени уделяется запросам данных и переписке правоохранительных органов и банков, в процессе чего выявляется, на какие счета были выведены денежные средства, величина похищенной суммы и т. п. [11]. Для решения этой проблемы, совместно с департаментом информационной безопасности Банка России (БР) подготовлены поправки в Федеральный закон «О национальной платёжной системе» [12], который направлен на изменение данной ситуации. Предлагается к автоматизированной системе (АС) ФинЦЕРТ Банка России, куда информация об операции клиента без его согласия поступает после его обращения в свой банк и фиксации факта мошенничества, подключить АС МВД России. База данных «О случаях и попытках осуществления перевода денежных средств без согласия клиента» содержит сведения от всех российских банков. Благодаря чему правоохранительные органы смогут с соблюдением всех норм о банковской тайне в онлайн-режиме получать информацию о всех мошеннических операциях, а также расширить функционал базы ФинЦЕРТ сведениями от МВД о совершенных противоправных действиях. Данные новшества помогут банкам предотвращать мошеннические переводы.

2. Борьба с возмещением потерь от социальной инженерии – увеличение периода приостановки перевода средств по счёту. Чаще всего злоумышленники применяют методы воздействия на сознание человека. Звонят под видом сотрудника банка под всевозможными поводами просят назвать номер карты секретный код, подтверждающий код из смс-сообщения и другие «психологические уловки». В результате происходит хищение денег. В данном случае, по действующему в РФ законодательству, банки вправе не возмещать похищенные деньги, так как гражданин формально действует

добровольно. Поэтому доля возмещения потерь пострадавшим в общем объёме украденных средств незначительная.

Осознание пострадавшим, что он стал жертвой мошенников, происходит спустя некоторое время – спустя не большое количество часов либо на следующий сутки, если аннулировать трансферт нельзя, а преступники уже вывели средства.

Предлагается на законодательном уровне по инициативе Банка России ввести двухдневный период приостановки перевода средств со счета клиента банком отправителем на счета дропперов [11]. В информационной базе данных (БД) БР содержатся сведения о дропперах – это лица, банковские карты которых используются для вывода и обналичивания украденных денег. В данном контексте Банк обязан уведомить клиента о приостановке перевода и указании причины данного решения. Как раз двухдневный срок позволит клиенту «обработанному» мошенниками произвести отмену перевода денег на счета мошенников. Но если клиент в течение этого периода не заявляет о приостановке перевода в адрес сомнительного счета, а наоборот настаивает на переводе, то банк исполняет операцию клиента.

Для повышения вероятности возврата денежных средств законному владельцу, БР предлагается расширить права банкам, в части приостановки владельцам сомнительных счетов (дропперов), из упомянутой БД, доступ к электронным средствам платежа – платёжным картам, мобильному и интернет-банкингу. Соответственно, у дропперов заблокируется возможность вывода похищенных денег. При поступлении сведений от МВД РФ о совершенных противоправных действиях в отношении счета клиента по фактам мошенничества в ФинЦЕРТ БР, банк обязан ограничить доступ дропперу к использованию похищенных денег.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что полностью ликвидировать мошеннические атаки в электронных платёжных системах невозможно, потому что каждый раз мошенники находят новые методы обхода системы безопасности. Способы же как-то обезопасить личные данные не успевают обновляться под новые атаки мошенников. Таким образом, пользователям нужно иметь какие-то базовые знания, чтобы избегать хакерских атак мошенников. Также в нашей стране нет чёткого законодательства по регулированию мошеннических действий и дальнейшему их наказанию.

Список литературы

1. Завьялов А. Н. Интернет-мошенничество (фишинг): Проблемы противодействия и предупреждения // Электронный научный журнал Байкальского государственного университета. 2022. № 2.
2. Вебмастер. Яндекс.Справка // Фишинг: сайт. 2022. Режим доступа: <https://yandex.kz/support/webmaster/threats/phishing.html> (дата обращения: 16.11.2022).
3. Сулейманов Р. Фишинг – ловля рыбы в тёмной воде // Системный администратор. 2020. № 4(209). С. 52–53.
4. Обзор отчётности об инцидентах информационной безопасности при переводе денежных средств / Аналитическая база данных Банка России: сайт. М., 2022. Режим доступа: https://cbr.ru/analytics/ib/review_1q_2021 (дата обращения: 16.11.2020).
5. Эксплуатация уязвимостей и методы внедрения вредоносного ПО // Kaspersky: сайт. М., 2022. Режим доступа: <https://www.kaspersky.ru/resource-center/threats/malware-implementation-techniques> (дата обращения: 16.11.2022).
6. Рамазанов А. М., Плескачев Д. В. Пути защиты от электронного мошенничества в электронной платёжной системе // Наука и реальность. 2021. № 1(5). С. 77–80. EDN WYVFZY.

7. Носов Н. Open Source и цифровой суверенитет России // Электронный журнал itWeek. 2016. Режим доступа: <https://www.itweek.ru/gover/article/detail.php?ID=185851> (дата обращения: 16.11.2022).

8. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2022618660 Российская Федерация. Система защиты от спама и фишинга AVSOFT KAIROS: № 2022617097: заявл. 21.04.2022; опубл. 13.05.2022 / А. П. Чухнов; заявитель Общество с ограниченной ответственностью «АВ Софт». EDN FFRBCM.

9. Сабырбаева А. Б. О мерах по противодействию мошенничеству (на примере фишинга) // Государство и право. 2021. № 12. С. 181–185. DOI 10.31857/S102694520017465-2.

10. Баев Н. И. Феномен фишинга в современном российском киберпространстве // Инновационные научные исследования. 2021. № 11-2(13). С. 89–95. DOI 10.5281/zenodo.5846565.

11. Центробанк поможет осложнить жизнь мошенникам / Интервью с Вадимом Уваровым // Банк России. 2022. 24 августа.

12. О национальной платёжной системе: Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625.

УДК 339.13.017:654.034

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ

К. А. Овчинникова, Т. И. Берг*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции развития российского рынка платежных карт, в т. ч. нормативно-правовые документы, регулирующие исследуемый рынок. Выделены особенности функционирования наиболее популярных на российском рынке электронных платежных систем – Visa и MasterCard – в условиях санкций, а также российской национальной платежной системы «Мир». На основании проведенного анализа сформулированы тенденции, проблемы и перспективы развития рынка платежных карт в Российской Федерации.

Ключевые слова: платежная система; платежная карта; кредитная карта; расчетная карта; банкомат; электронный терминал; импринтер

Российский рынок платежных инструментов в течение последних лет стал стремительно развиваться. Наиболее популярным платежным инструментом как в сфере розничной торговли, так и в других отраслях экономики выступают, несомненно, пластиковые карты. Преобладающее число преимуществ использования пластиковых карт по сравнению с наличными денежными расчетами обусловлено их широкой функциональностью, высоким уровнем безопасности, а также удобством использования – компактный фрагмент пластика может заменить неограниченное количество бумажных банкнот. Помимо упомянутых положений, по сравнению с наличными денежными средствами использование пластиковых карт имеет ряд ключевых преимуществ:

* © Овчинникова К. А., Берг Т. И., 2023

– повышенный уровень защищенности – большая часть операций проводится благодаря защитному коду, позволяющему моментально заблокировать счет и защитить денежные средства, в то время как возврат наличных денег практически невозможен в случае кражи или их потери;

– оплата онлайн-покупок – пластиковые карты позволяют оплачивать покупки в онлайн-режиме, в то время как возможность оплатить товары и услуги наличными деньгами минимальна;

– возможность быстрого обмена валют – данная операция всегда доступна в онлайн-режиме, что не представляется возможным при использовании наличных денег, поскольку требует похода в пункт обмена валют;

– простота функционирования – оплата с использованием пластиковых карт происходит моментально, в особенности, если она совершается бесконтактно, наличные деньги, в свою очередь, требуют подсчета, получения сдачи;

– невозможность получения фальшивых средств – перевод, снятие безналичных денег заведомо не может быть осуществлено с использованием фальшивых средств, что не может быть точно отнесено к наличным расчетам;

– анализ отчета о покупках – функционал пластиковых карт позволяет анализировать отчеты о совершенных покупках в разрезе категорий в течение месяца, квартала или другого заданного периода, в то время как учет наличных денежных средств реализуется пользователем самостоятельно.

Упомянутые преимущества не являются исчерпывающими в условиях повсеместного внедрения цифровых технологий, постоянного расширения функционала пластиковых карт, что обуславливает рост их эмиссии коммерческими банками.

Нормативно-правовым документом, регулирующим российский рынок платежных карт, является положение Банка России от 24.12.2004 № 266-П «Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием». Данный документ распространяется на кредитные организации, за исключением небанковских кредитных организаций, осуществляющих депозитные и кредитные операции [1]. Как правило, кредитные организации, формирующие исследуемый рынок, занимаются как выпуском пластиковых карт, так и их обслуживанием.

Для определения и последующего анализа тенденций развития рынка пластиковых карт целесообразно обратиться к статистическим данным национальной платежной системы, актуализированным Банком России [2]. Количество платежных карт, эмитированных кредитными организациями на российском рынке за 2020–2022 гг., имеет устойчивую тенденцию роста (рис. 1). В I квартале 2020 г. количество карт составило 288,4 млн ед., а в I квартале 2022 г. – 347,1 млн ед. Данная тенденция оценивается положительно и обусловлена всеобщей популяризацией безналичных платежей в стране, стремительным развитием электронной коммерции (e-commerce), а также карантинными ограничениями.

Приведенные данные демонстрируют неуклонный рост показателя выпуска платежных карт на территории России, что свидетельствует как о расширении круга потребителей, так и об увеличении числа карт, приходящегося в среднем на человека [3].

Распространенными картами, эмитированными кредитными организациями на российском рынке в 2020–2022 гг., являются расчетные и кредитные (рис. 2).

Доминирующее положение в общем количестве эмитированных пластиковых карт в течение всего рассматриваемого периода занимают расчетные карты, от 250 млн ед. в I квартале 2020 г., до 331,3 во II квартале 2022 г. В отношении динамики кредитных карт наблюдается как снижение, так и увеличение их количества в течение анализируемого периода. Отрицательная динамика кредитных карт во II квартале 2020 г. и III квартале 2021 г. обусловлена ужесточением российскими банками процента их одобрения: положительный ответ на одобрение кредитных карт был дан лишь по 28 % заявок [4].

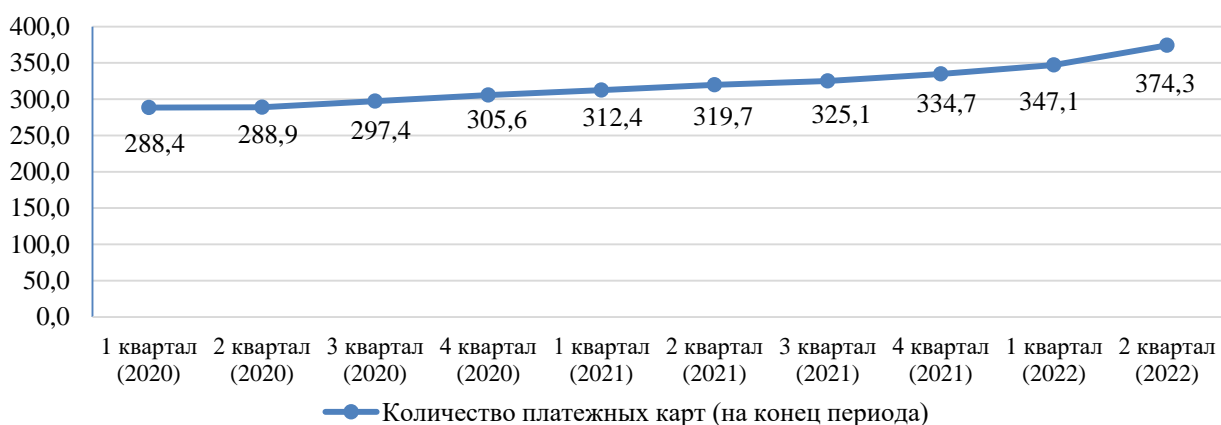


Рис. 1. Динамика количества платежных карт, эмитированных кредитными организациями на российском рынке за 2020–2022 гг., млн ед. Составлено автором по источнику [2]

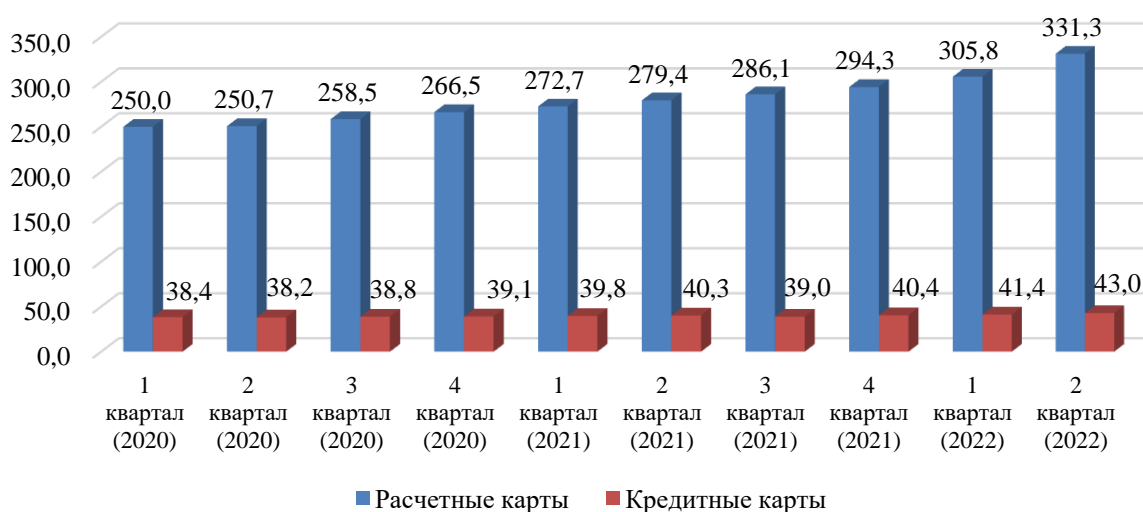


Рис. 2. Состав платежных карт, эмитированных кредитными организациями на российском рынке за 2020–2022 гг., млн ед. Составлено автором по источнику [2]

Средний лимит по кредитным картам вырос на 0,6 %, до 65,2 тыс. руб., при значительном сокращении объема выдачи [4]. Отрицательная тенденция объясняется сезонными изменениями и консервативными подходами банков-эмитентов. Увеличение количества эмитированных кредитных карт в первом квартале 2022 г. вызвано, прежде всего, падением доходов населения, результатом чего стал рост спроса на данный вид платежных карт [5]. Увеличение выдачи кредитных карт продолжится и в ближайшее время, что может привести к дефициту импортных чипов [5].

Посредством платежных карт, эмитированных российскими кредитными организациями, на территории РФ осуществляются различные операции в больших суммарных объемах (рис. 3).

Наибольший объем операций в течение всего рассматриваемого периода занимают безналичные операции. Повсеместное использование платежных карт для осуществления безналичных операций напрямую связано с преимуществами данного способа оплаты по сравнению с наличными расчетами. Данная тенденция напрямую связана с развитием электронной коммерции, в т. ч. маркетплейсов, различных интернет-магазинов и мобильных приложений, а также стремительным увеличением в объектах оптовой и розничной торгов-

ли, предприятиях общественного питания и других социально значимых объектах количества POS-терминалов, импринтеров, банкоматов. Данные положения наглядно подтверждаются динамикой устройств по приему платежных карт (рис. 4) [2].

Преобладающее количество устройств по приему платежных карт приходится на электронные терминалы – более 4000 тыс. ед. на конец II квартала 2022 г. При этом количество банкоматов и импринтеров значительно уступает количеству POS-терминалов, пользующихся популярностью.

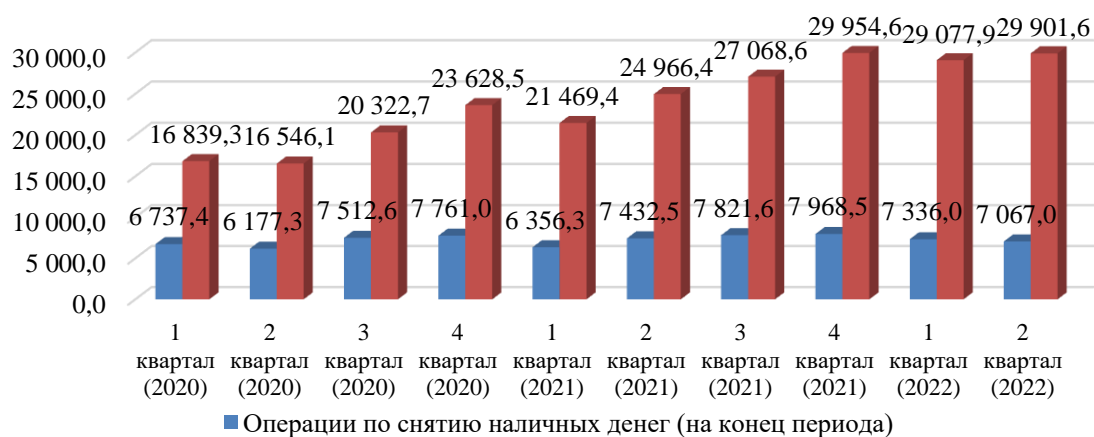


Рис. 3. Объемы операций, совершенные на территории РФ с использованием карт, эмитированных российскими кредитными организациями, млрд руб.
Составлено автором по источнику [2]



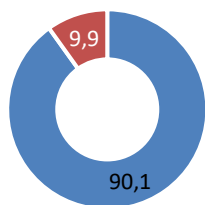
Рис. 4. Динамика количества устройств по приему платежных карт, тыс. ед.
Составлено автором по источнику [2]

На рис. 5 отражена структура электронных терминалов и импринтеров по приему платежных карт за первое полугодие 2022 г. [2]

Наибольшую долю в общей структуре электронных терминалов занимают устройства по приему платежных карт, установленные в организациях торговли и услуг (более 89 %), что нельзя сказать о структуре импринтеров: 50 % импринтеров установлены в организациях торговли и услуг и 50 % – в других объектах.

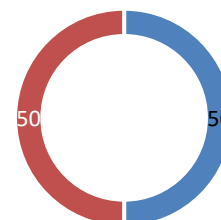
Распространенными платежными системами на российском рынке платежных карт являются Visa, MasterCard, «Мир». Лидирующие позиции на рынке, с точки зрения эмиссии, охвата сети приема, а также количества проводимых операций [3] занимают платежные системы Visa и MasterCard. В современных реалиях нестабильности политической обстановки и обусловленных ею политико-экономических санкций Visa прекратила функционирование в Российской Федерации [6]. Операции, совершенные с помощью карт платежной системы Visa, ранее выпущенные российскими финансовыми учреждениями в РФ, теперь не обрабатываются за пределами страны. А любые платежные карты, выпущенные финансовыми учреждениями за пределами РФ, больше не работают на территории страны. Компания MasterCard с марта 2022 г. также объявила о приостановке оказания услуг в России. В результате чего платежные карты, выпущенные в РФ, больше не обслуживаются через платежную систему MasterCard [7]. Кроме того, компания завершает функционирование программы лояльности MasterCard Rewards, после 13 марта 2022 г. новые баллы не рассчитываются и не начисляются на бонусные счета держателей карт [7].

Структура электронных терминалов



- Установленных в организациях торговли и услуг
- Установленных в других объектах

Структура импринтеров



- Установленных в организациях торговли и услуг
- Установленных в других объектах

Рис. 5. Структура электронных терминалов и импринтеров по приему платежных карт за первое полугодие 2022 г., %. Составлено автором по источнику [2]

В период нарастания санкций относительно России международные платежные системы, такие как Visa и MasterCard, отключили от обслуживания несколько российских банков, из-за чего платежные карты сотен тысяч россиян – клиентов банков – оказались заблокированы [8].

Для устранения данных коллизий рынка платежных карт, усиления безопасности, проведено расширение функционала, игроков в национальной платежной системе «Мир» [8]. Платежные карты «Мир» призваны обеспечить удобство, доступность и безопасность безналичных платежей в стране вне зависимости от любых внешних факторов, в т. ч. и политических. По мнению Е. В. Чикурова [9], введение Национальной платежной системы «Мир» привело к существенному росту финансовой и экономической независимости страны, а также безопасности финансовой информации граждан благодаря разработанной системе защиты MirAssert.

Несмотря на преимущества развития платежной системы «Мир», на сегодняшний день имеет место проблема увеличения привлекательности использования ее инструментов для клиентов – граждан России. Например, А. В. Минаков и Н. Д. Эриашвили [10] считают, что процесс замены ушедших с рынка платежных карт в ближайшем будущем будет весьма трудоемким, ввиду отсутствия необходимых мощностей по производству чипов, а также прекращения их импортных поставок. Кроме того,

С. В. Кривошапова, В. С. Просалова и А. С. Москаленко [11] выделяют такие проблемы при использовании платежных карт, как неразвитость платежной инфраструктуры, недостаточное количество банкоматов, отсутствие возможности быстро обналичить денежные средства.

Проведенный анализ развития рынка платежных карт в России позволил сформулировать следующие тенденции и перспективы:

- увеличение количества платежных карт, эмитированных кредитными организациями на российском рынке за 2020–2022 год;
- преобладание в структуре платежных карт доли расчетных карт над кредитными;
- преобладание доли безналичных операций над операциями по снятию наличных денег;
- преобладание в структуре устройств по приему платежных карт доли электронных терминалов над банкоматами и импринтерами;
- превалирование доли электронных терминалов, установленных в организациях торговли и услуг;
- уход с российского рынка международных платежных карт вследствие политико-экономических санкций;
- увеличение выдачи кредитных карт, что может породить дефицит импортных чипов;
- активное развитие импортозамещения электронных компонентов, необходимых для стабильного функционирования платежных карт.

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что рынок платежных карт в перспективе, несмотря на существующие сложности и ограничения, будет интенсивно развиваться, а развитие электронных денег приведет к росту безналичных расчетов.

Список литературы

1. Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием: положение Банка России от 24.12.2004 № 266-П (ред. от 28.09.2020) (зарегистрировано в Минюсте России 25.03.2005 № 6431) // КонсультантПлюс. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52513/01fbae25b3040955277cbd70aa1b907cceda878e (дата обращения: 19.11.2022).
2. Статистика национальной платежной системы // Банк России : официальный сайт. Режим доступа: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf> (дата обращения: 19.11.2022).
3. Карякина И. Е., Тяг Е. М. Анализ современного состояния российского рынка платежных систем и направления его развития // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. Т. 4-3. С. 41–49.
4. В России в январе уменьшилось число выданных кредитных карт / Российская газета: официальный сайт. Режим доступа: <https://rg.ru/2021/02/27/v-rossii-v-ianvare-umenshilos-chislo-vydannyh-kreditnyh-kart.html> (дата обращения: 19.11.2022).
5. МИРовое время: россияне оформили рекордное за 10 лет число банковских карт // Известия: официальный сайт. Режим доступа: <https://iz.ru/1354353/mariia-kolobova-natalia-ilina/mirovloe-vremia-rossiiane-oformili-rekordnoe-za-10-let-chislo-bankovskikh-kart> (дата обращения: 19.11.2022).
6. Visa: официальный сайт. Режим доступа: <https://www.visa.com.ru/visa-russia-notice.html> (дата обращения: 19.11.2022).
7. MasterCard: официальный сайт. Режим доступа: <https://www.mastercard.ru/ru-ru.html?lpv=7> (дата обращения: 19.11.2022).
8. Национальная платежная система // Банк России: официальный сайт. Режим доступа: <https://cbr.ru/faq/nps> (дата обращения: 19.11.2022).

9. Чикуров Е. В. Сравнительный анализ конкурентных преимуществ платежной системы «Мир» и международных карточных платежных систем // Московский государственный гуманитарно-экономический университет. 2022. № 1. С. 113–116.

10. Минаков А. В., Эриашвили Н. Д. Развитие платежных систем банковских карт и расчетов банковскими картами в России // Московский университет МВД России имени В. Я. Кикотя. 2022. № 2. С. 158–166.

11. Кривошапова С. В., Просалова В. С., Москаленко А. С. Проблемы и перспективы развития региональной платежной инфраструктуры при использовании платежных карт // Фундаментальные исследования. 2022. № 7. С. 57–63.

УДК 339.1:005.5:004

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

Л. А. Петакчян, С. К. Демченко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В докладе рассмотрены вопросы развития и усиления роли цифровых технологий в повышении конкурентоспособности бизнес-процессов в сфере торговли и сервиса. Представлены отличительные особенности трендов развития значимости цифровых технологий в определённых сферах торговли, их влияние на развитие конкурентоспособности участников бизнес-процессов.

Ключевые слова: цифровые технологии; торговля; сервис; цифровизация; конкурентоспособность

В настоящее время современный мир не стоит на месте, он постоянно развивается, создаются новшества и совершенствуются уже имеющиеся знания во всех сферах деятельности человека, это касается и сферы торговли и сервиса. С каждым годом сфера торговли и услуг становится на уровень выше, приобретая новый характер, все это происходит благодаря рождению новых идей у предпринимателей, но далеко не всегда хорошая идея может быть оценена по достоинству и иметь возможность конкурировать с уже устоявшимися монополиями на рынке. Именно в этот момент и приходит осознание, что следует внедрять цифровые технологии в своё дело для повышения конкурентоспособности всех бизнес-процессов в торговле и сервисе.

На сегодняшний момент существует множество стандартных операций цифровых технологий, способствующих продвижению в сфере торговли и сервиса, рассмотрим некоторые из них. Одной из наиболее эффективных технологий является создание веб-сайтов для торговых компаний, на которых покупателям предоставляется возможность совершения покупки онлайн в удобном для них месте и получения доставки в пункт назначения. Безусловно, сайты торговых компаний создают возможность благоприятного выхода на торговый рынок и способность зарекомендовать себя на рынке, что в дальнейшем поможет уже встать на один уровень с крупными компаниями в данной сфере. Сайт торгового предприятия, конечно, играет важную роль в увеличении возможности рекомендации себя на рынке, однако только хорошего веб-сайта может быть недостаточно. Для этого рассмотрим ещё одну цифровую технологию, такую как

* © Петакчян Л. А., Демченко С. К., 2023

реклама, но реклама не в стандартном её понимании, а именно продвижение на основе таргетированной рекламы. Продвижение той или иной продукции в социальных сетях, на различных сайтах, журналах, но только для лиц, которые являются потенциальными клиентами сферы торговли и сервиса, всё это увеличит шансы на продвижение бизнеса и возможность устоять на рынке.

На сегодняшний день наиболее частой цифровой технологией внедрения в бизнес-пространство торговли и сервиса является установление так называемых касс самообслуживания в крупных торговых сетях. Это способствует минимизации времени, затраченного на оплату товаров, освобождению и грамотному использованию площади предприятия, уменьшению затрат на содержание персонала, а именно продавцов-кассиров, данная технология привлекает потребителей, так как экономит их время, а оно сейчас является одним из наиболее важных ресурсов для каждого человека, поэтому так привлекает потребителей, а вследствие этого и способствует повышению конкурентоспособности всех бизнес-процессов в данной сфере [1–3].

Ещё одной цифровой технологией является внедрение терминалов сбора данных и проверки штрих-кодов в сфере торговли. Это существенно облегчает работу предприятия, способствуя оперативному регулированию и устранению всех возникающих проблем участниками бизнес-процессов. Как следствие, благоприятные отзывы потребителей и желание возвращаться в предприятия, в которых существуют качественные цифровые технологии, способствующие комфортному пребыванию на предприятии и желанию пользоваться его услугами в дальнейшем, тем самым они способствуют созданию конкуренции уже устоявшимся лидерам в данной сфере.

Создание специализированных приложений для предприятия также вносит большой вклад в развитие конкурентоспособности участников бизнес-процессов. Проведение политики персональных скидок и акций в приложении «подкупает» потребители, так как она обращена индивидуально к каждому. Проведение такой цифровой политики в приложении даёт определённые преимущества в дальнейшем развитии предприятия. Особое внимание также следует уделить и системе доставки, так как данная технология является очень популярной в современном обществе и от того, насколько слаженно будет организована работа в данной отрасли, во многом зависит рентабельность предприятия и дальнейшее развитие.

Уже сейчас существует цифровая технология, которая играет огромную роль в организации бизнес-процессов на предприятии и возможности выхода на новый уровень конкуренции с другими представителями сферы торговли и сервиса. Это программа 1С, созданная для оптимизации контроля над предприятием, в ней вы можете организовать своё бизнес-пространство, управлять своей организацией, вести бухгалтерию в соответствии с требованиями законодательства РФ, планировать своё производство, вести контроль над расходами и доходами, принимать на работу новый персонал, контролировать начисление заработной платы, проводить логистику предприятия и ещё множество других немаловажных функций.

На сегодняшний день это, наверное, одна из наиболее востребованных цифровых технологий, способствующих выходу производителя на новый уровень в сфере торговли и сервиса. Зарекомендовать себя на рынке и отладить процесс до автоматизма не составит труда при внедрении данной цифровой технологии в своё дело. При правильном использовании цифровых технологий в сфере торговли, они позволят участникам бизнес-процессов без особых усилий подняться на новую ступень [4]. Влияние цифровых технологий на конкурентоспособность бизнес-процессов колоссально. На сегодняшний день трудно представить организацию, которая не использует цифровые технологии в продвижении своей бизнес-идеи, так как с приходом новой эры цифровизации про-

цесс организации и продвижения бизнес-задач становится, благодаря увеличению роли цифровых технологий в развитии сферы торговли и сервиса, удобнее и легче [5].

Цифровой системой, способствующей ведению как розничной торговли, так и оптовой, а также и ведению производства, является онлайн-сервис под названием «МойСклад», данная программа пользуется большой популярностью и занимает лидирующие позиции последние несколько лет в организации внутренних процессов на предприятии [6]. Помогает осуществлять множество операций, таких как оформление товарных позиций, политика возврата, формирования целой системы привилегированных скидок для клиентов, осуществление чёткого контроля передвижения денежных средств внутри предприятия, сервис имеет множество инструментов, которые помогут управлять бизнесом даже в дистанционном формате, что позволяет контролировать все области деятельности на предприятии за меньший промежуток времени и в удобном формате.

Исходя из вышесказанного, нельзя не оценить, всю значимость цифровых технологий в повышении конкурентоспособности бизнес-процессов конкретно в сфере торговли и сервиса, мы осознаем насколько важную роль играют цифровые технологии в становлении бизнеса, особенно в современном мире, где всё постоянно развивается и потребителей нужно постоянно удивлять чем-то новым, для того чтобы заинтересовать. Поэтому внедрение цифровых технологий оказывает колоссальное воздействие на дальнейшее развитие конкурентоспособности участников бизнес-процессов, способствуя их дальнейшему успешному развитию.

Список литературы

1. Смотров Т. И., Наролина Т. С. Тенденции цифровизации в розничной торговле // ЭКОНОМИНФО. 2020. Т. 17. № 1. С. 55–60.
2. Руденко М. Н., Грибанов Ю. И. Тенденции цифровизации и сервисизации экономики // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2019. № 201. С. 5–8.
3. Сибирь-2021. Развитие продолжается: монография. М.: ИНФРА-М, 2022. 424 с.
4. Программа 1С: область применения, основные элементы, функции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://torg.1c.ru/programs> (дата обращения: 27.11.2022).
5. Машевская О. В. Цифровые технологии как основа цифровой трансформации современного общества // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. 2020. № 1. С. 37–44.
6. Мой склад: управление торговлей [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.moysklad.ru> (дата обращения: 27.11.2022).

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЕМКОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

И. В. Петрученя*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Усиливающийся практический интерес к трансформации потребительского рынка вследствие развития цифровой экономики, с одной стороны, а также необходимость развития научных изысканий в области теории, методологии и практики экономических исследований, с другой, определяют актуальность темы данной статьи. Целью работы выступило теоретическое обоснование модификации процесса прогнозирования емкости потребительского рынка в условиях цифровой экономики посредством исследования воздействия трансформационных процессов на технологию определения емкости. В ходе исследования были применены как теоретические методы научного познания (анализ теоретических источников, причинно-следственный анализ, структуризация и систематизация), так и эмпирические (методы сравнения, описания). На основе проведенных исследований был сделан вывод о необходимости переосмысления подходов и возможности применения ряда классических способов прогнозирования, а главное, острой потребности в формировании современной информационной базы для определения емкости рынка на перспективу.

Ключевые слова: емкость рынка; трансформация; процесс прогнозирования; этапы прогнозирования

Процесс прогнозирования выступает одним из основных звеньев процесса стратегического управления, так как без предвидения развития какой-либо ситуации, довольно сложно ставить реальные и достижимые цели, эффективно осуществлять деятельность, принимать управленческие решения, особенно это касается сферы развития потребительского рынка, сферы торговли. С развитием цифровой экономики недостаточная изученность модификации основных категорий рыночных механизмов и их «поведения» в ходе прогнозирования вызывает значительные сложности в их применении как в теории, так и на практике, что обуславливает объективную необходимость проведения данного исследования.

В современной экономической литературе, посвященной вопросам исследования потребительского рынка, рассматриваются и применяются различные научные подходы к технологии прогнозирования емкости, каждый из которых предполагает применение разнотипных методик, способов и методов прогнозных исчислений.

На основе проведенного анализа теоретических источников была сделана попытка систематизировать некоторые подходы к прогнозированию емкости потребительского рынка и обозначить общую последовательность ее определения, которая, по нашему мнению, в условиях цифровой экономики должна подвергнуться переосмыслению.

С развитием цифровой экономики происходит актуализация технологии прогнозирования емкости потребительского рынка (рис. 1).

Практически на всех этапах технологического процесса могут наблюдаться вариации процедуры прогнозирования. Объясняется это, прежде всего расширением спектра используемого информационного обеспечения процесса, что особенно актуально для подготовительного этапа прогнозирования емкости потребительского рынка (рис. 2).

* © Петрученя И. В., 2023

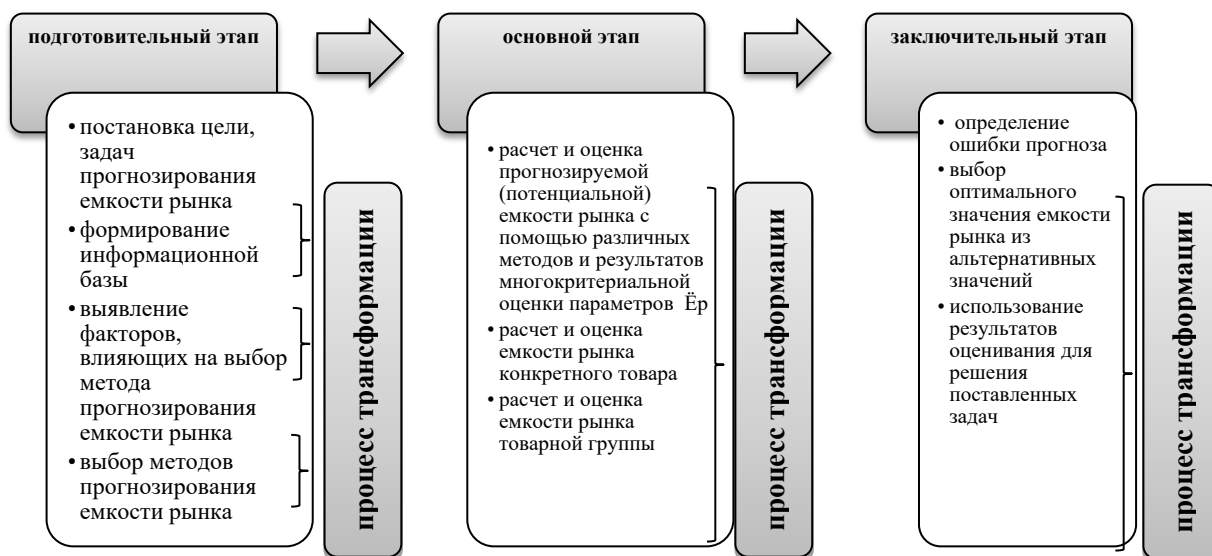


Рис. 1. Прогнозирование емкости потребительского рынка (составлен автором)



Рис. 2. Влияние трансформационных процессов на подготовительный этап прогнозирования емкости рынка (составлено автором)

Оптимизация сетей распределения в сфере потребления, способствующая сокращению числа дистрибьюторов, рост «прямых продаж», развитие электронной торговли, омниканальность коммуникации субъектов рынка приводят к трансформации внутри сегментов потребительского рынка, что отражается на подходах к процессу прогнозирования ёмкости потребительского рынка

Появляется понятие «информативная ёмкость» потребительского рынка – неограниченное количество потенциальных информативных источников, использование которых приводит к максимально возможному объёму продаж на потребительском рынке, и соответственно, что приводит к «трансформации» информационных критериев ёмкости рынка и ее росту.

Главными информационными критериями, являющимися основными для определения и оценки потенциальной ёмкости рынка, выступают время (темпоральные кри-

терии), география (пространственные критерии), аудитория (сегменты рынка, целевая аудитория), единицы измерения и др.

Усложнение механизма принятия потребительских решений, изменение моделей потребительского поведения в условиях цифровой экономики (модель «совместного пользователя», модель «кастомизированного потребителя», модель потребления, ориентированная на результат и др.), а также изменение «пространства потребления» приводит к изменению инструментария прогнозирования емкости потребительского рынка.

На основе расширения спектра информационного обеспечения также актуализируется необходимость и возможность корректировки приложения методов прогнозирования ёмкости потребительского рынка (рис. 3).

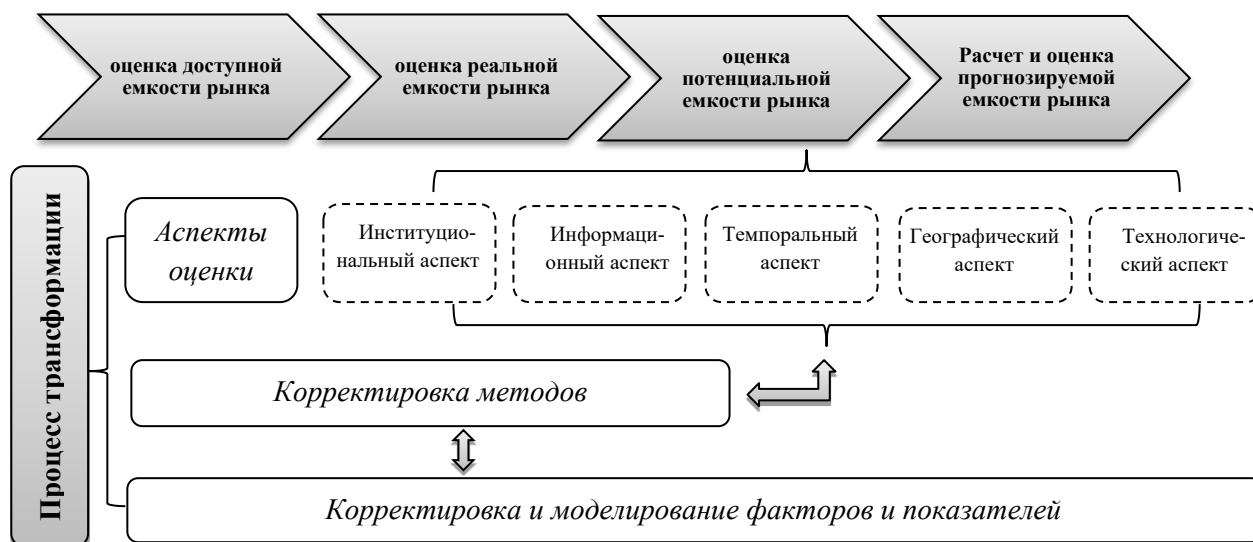


Рис. 3. Влияние трансформационных процессов на основной этап прогнозирования емкости рынка

На заключительном этапе процесса прогнозирования емкости потребительского рынка также важно при выборе оптимального значения емкости рынка из альтернативных вариантов расчета учитывать возможность корректировки критериев и модификации в условиях цифровой экономики приоритетов в выборе оптимальных значений емкости, а также необходимость четкого формулирования импакта и определения конкретных способов его измерения (рис. 4).



Рис. 4. Влияние трансформационных процессов на заключительный этап прогнозирования емкости рынка

Выстраивание новых взаимоотношений между производителем и потребителем вследствие развивающейся омниканальности взаимодействия субъектов потребительского рынка приводит к тому, что при прогнозировании ёмкости рынка возникает потребность корректировки информационной базы расчетов и регулирования самих расчетов ёмкости рынка на перспективу.

Презентованные результаты исследования «наполняемости» процедуры прогнозирования ёмкости потребительского рынка свидетельствуют о необходимости переосмысления наполняемости «содержания» емкости, корректировке и «очерчивании» ее информационных критериев, уточнения подходов и актуализации самой технологии прогнозирования, что, в конечном счете, потребует деконструкции классических способов прогнозирования ёмкости рынка в условиях развития цифровой экономики.

Список литературы

1. Александров Ю. Л., Терещенко Н. Н. Экономика товарного обращения: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. 352 с.
2. Благих И. А. Роль цифровых технологий в развитии евразийской интеграции // Проблемы современной экономики. 2019. № 3(71). С. 50–55.
3. Катаев А. В. Емкость рынка: методология и процедура идентификации // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2014. № 4(112). С. 278–288.
4. Манахова И. В. Трансформация потребления в информационной экономике: автореф. дис. ... д-ра экон. наук // МГУ им. М. В. Ломоносова. М., 2014.
5. Петрученя И. В. Влияние трансформационных процессов потребления на емкость рынка // Глобальный научный потенциал. 2020. № 10(115). С. 159–162.
6. Петрученя И. В. Модели потребительского поведения в условиях цифровой экономики // Экономика и предпринимательство. 2019. № 12(113). С. 168–171.
7. Петухова И. В., Петухова Н. В. Прогнозирование емкости рынка отдельных групп товаров и услуг // Маркетинг за рубежом. 2000. № 5. Режим доступа: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2000-5/08.shtml>.
8. Сулова Ю. Ю., Терещенко Н. Н. Товарное обращение: учеб. пособие. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2021. 205 с.

УДК 338.46(47+57)(574)

СФЕРА УСЛУГ В РОССИИ И КАЗАХСТАНЕ: ТЕНДЕНЦИИ И СПЕЦИФИКА

Е. Прахнау, О. Н. Есина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье проведена сравнительная оценка динамики сферы услуг в Российской Федерации и Республике Казахстан, определено ее место в экономике, приведены общие и специфические черты развития.

Ключевые слова: внутренний валовой продукт; сфера услуг; динамика; качество жизни

* © Прахнау Е., Есина О. Н., 2023

В настоящее время одним из значимых факторов экономического и социального развития государств выступает уровень сервиса, обеспечивающийся отраслями сферы услуг. Этот сектор экономики характеризуется высокой степенью индивидуализации потребителей, которые предъявляют свои запросы на услуги и сами непосредственно вовлечены в процессы их предоставления.

Одним из основных показателей, характеризующих значимость сферы услуг для экономики страны, выступает доля этого сектора экономики в структуре валового продукта. Структурирование ВВП Российской Федерации и Республики Казахстан по секторам экономики наглядно проиллюстрировано (рис. 1) и доказывает значимость сервисных секторов для экономического развития стран.

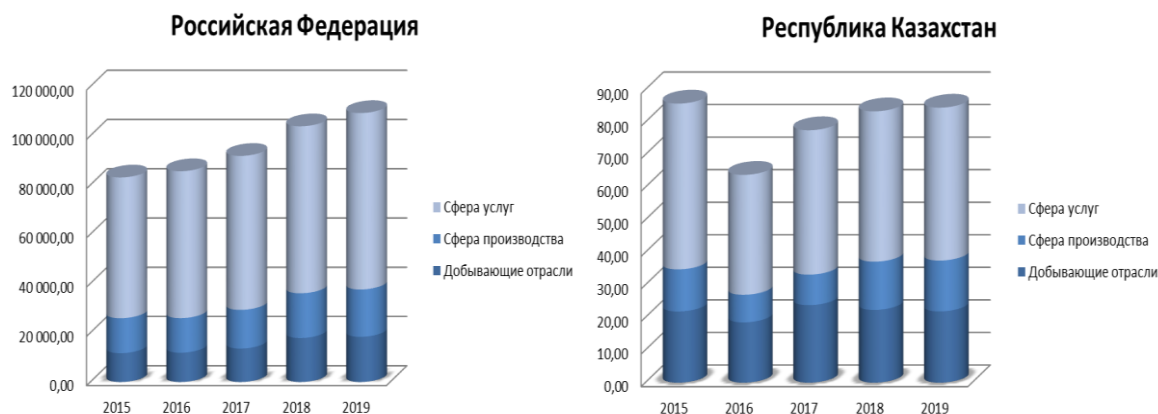


Рис. 1. Структурирование ВВП России Казахстана по секторам экономики

В Российской Федерации происходит равномерный рост как общего объема валового внутреннего продукта, так и сферы услуг, при этом на диаграмме отчетливо прослеживается определяющее место этого сектора в структуре экономики. Иная ситуация наблюдается в Республике Казахстан, где в 2016 г. происходит резкое снижение валового внутреннего продукта, только с 2017 г. наблюдается постепенный рост во всех секторах экономики.

За последний десяток лет произошли серьезные изменения в технологиях потребления товаров или услуг, а также во взаимоотношениях рыночных систем. Все это отразилось на развитии отдельных отраслей сферы услуг и динамике ее общих показателей. В табл. 1 приведена динамика объемов сферы услуг и ее доли в формировании валового внутреннего продукта Казахстана и России.

Таблица 1

Динамика валового внутреннего продукта, сформированного в сфере услуг

Год	Российская Федерация		Республика Казахстан		
	ВВП в СУ, млрд руб.	Доля в ВВП, %	ВВП в СУ, млрд тенге	Скорректированное значение, млрд руб. *	Доля в ВВП, %
2015	57 164	68,80	50931	10983	59,4
2016	59 661	69,69	36840	9026	57,7
2017	62 545	68,10	44362	8813	57,2
2017	67 821	65,30	46184	8305	55,4
2019	71 662	65,60	46971	7793	55,6

*Курс пересчета <https://www.alt.ru/currency/calc/>

Анализ данных, представленных в табл. 1, позволяет сделать ряд выводов:

– в Республике Казахстан сфера услуг занимает меньшую долю в формировании внутреннего валового продукта и на протяжении периода с 2015 по 2019 г. значение этого показателя постепенно снижается;

– наряду со снижением доли происходит снижение скорректированного внутреннего валового продукта сферы услуг в Республике Казахстан, в то время как в Российской Федерации это значение ежегодно возрастает.

Указанная ситуация может быть объяснена бурным развитием в стране отраслей сельского хозяйства, снижением покупательной способности тенге (о чем свидетельствует динамика курса к рублю).

Доля потребления в валовом внутреннем продукте страны – важный индикатор благосостояния населения. Внутренний валовый продукт, рассчитанный на душу населения, позволяет выявить уровень экономической активности и динамику качества жизни людей. Наглядно динамика среднедушевого валового внутреннего продукта всего и сферы услуг представлена на рис. 2.

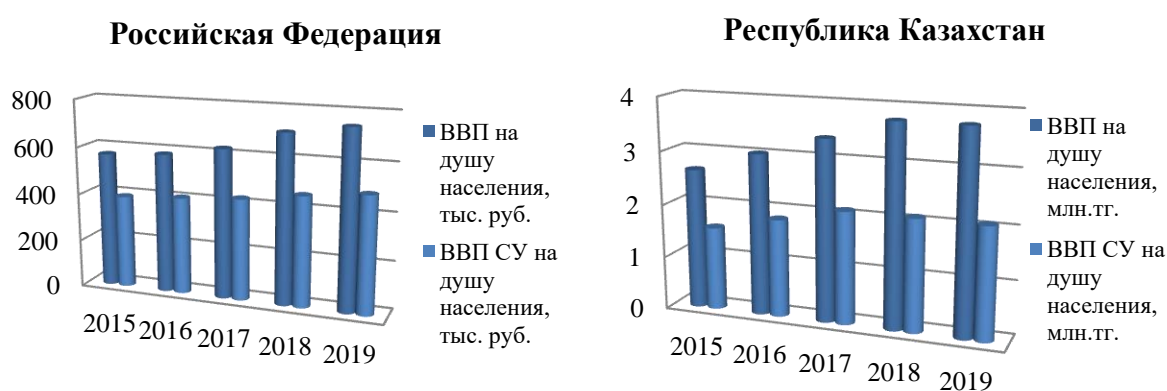


Рис. 2. Динамика ВВП на душу населения в двух странах

В Российской Федерации просматривается постепенный рост ВВП на душу населения. Так, например показатель ВВП на душу населения с 2015 г., равный 568,05 тыс. руб., к 2019 г. вырос до 744,43 тыс. руб. Можно отметить то, что на динамику ВВП России наибольшее влияние оказывают инвестиции в основной капитал, производительность труда, индекс реальных доходов населения.

В Республике Казахстан ВВП на душу населения имеет нестабильную динамику прироста. Например, в 2015 г. показатели равнялись 2,64 млн тенге, к 2018 г. они выросли до 3,76 млн тенге и остались неизменными в 2019 г.

Обобщая представленные в материале аналитические данные, можно отметить следующее: Россия и Казахстан получили возможность самостоятельного развития в одно время, однако векторы этого развития имеют разную направленность. Так, Российская Федерация на протяжении исследуемого периода наращивала общие и среднедушевые объемы сферы услуг, повышала значимость этого сектора экономики в формировании валового продукта. В Республике Казахстан в исследуемом периоде особая роль уделялась развитию аграрного сектора экономики и добывающей промышленности, что незначительно снизило долю сферы услуг в формировании валового внутреннего продукта страны.

В настоящее время в связи с определенными санкциями и ограничениями в отношении Российской Федерации в республике Казахстан возникли возможности для наращивания показателей оборотов отраслей сферы услуг, таких как транспорт, связь, туризм, что позитивно отразится на объемах этого важного сектора экономики.

Список литературы

1. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stat.gov.kz/official/industry>.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>.
3. Казанцева Е. Е., Есина О. Н. Основные тенденции развития сферы услуг в Российской Федерации, Сибирском федеральном округе и Красноярском крае // Теория и практика коммерческой деятельности: материалы XVIII Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Красноярск, 19–20 апреля 2018 г.). Красноярск, 2018. С. 155–160.

УДК 338.46(1-21)

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ КЛАССИФИКАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ В ГРАНИЦАХ ЭКОСИСТЕМЫ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Е. А. Разомасова*

*Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ»,
г. Новосибирск*

Аннотация. В статье поднимается проблема формирования классификации сферы услуг населению с учетом современных тенденций в условиях городской экосреды. В результате неравномерного распределения благ в границах единого административного деления городские пространства не отвечают ожиданиям комфорта для проживающего в них населения. Отсутствие внятных стандартов и критериев оценки не позволяет в полной мере определить уровень развития необходимых, отвечающих удовлетворению базовых потребностей населения услуг и дополнительных видов сервиса, способствующих росту качества жизни.

Ключевые слова: сфера услуг; город; экосистема; население; качество жизни

Сфера услуг выступает одним из индикаторов, позволяющих оценить уровень качества жизни населения, определить реалии инфраструктурных и экономических преобразований, происходящих в экосистеме городской среды.

В процессе урбанизации городские границы постоянно раздвигаются, формируя диспропорцию производства и потребления благ без учета интересов потребителей. По данным ООН число мегаполисов мира с населением более 10 млн чел. к 2030 г. достигнет 43, в 2020 г. их насчитывалось 34 [1].

В Российской Федерации быстрая застройка крупных городов (с численностью более 500 тыс. чел.) многоэтажными жилищными комплексами в первую очередь отражает интересы застройщиков. Проблема комфортности городского пространства и качества экосистемы городской среды отодвигается на второй план.

Например, только в Новосибирске (численность населения 1620 тыс. чел.) на начало 2022 г. было построено и сдано в эксплуатацию – 133 многоэтажки, что на 20 % больше показателя 2020 г. Как и в 2020 г. в 2021-м почти половина этих новостроек (73 дома общей площадью 729 тыс. кв. м) относятся к микрорайонам массовой застройки [2].

* © Разомасова Е. А., 2023

Неравные условия распределения благ урбанизации формируют городские пространства, не отвечающие ожиданиям комфорта для проживающего в них населения и мест приложения труда.

В значительной степени решению данной проблемы должна способствовать реализация приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» на 2018–2022 гг., утвержденного приказом Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 06.04.2017 № 691 [3]. Однако отсутствие внятных критериев не позволяет в полной мере оценить уровень развития комфортности городских пространств в целом, хотя дает возможность определения благоустройства отдельных дворов, что явно недостаточно в контексте исследования направлений состояния экосистемы городской среды в целом.

В нашем понимании, сфера услуг является значимым элементом экосистемы городской среды, поскольку способна активизировать предпринимательскую активность, позволяя предпринимателям сформировать первоначальный капитал, удовлетворять растущие потребности населения в разнообразных услугах, служить точкой притяжения концентрации финансовых, трудовых и иных ресурсов, влиять на развитие модернизации экономики, высвобождать свободное время граждан, необходимое им для эффективного приложения сил в других сферах производства.

При этом нет четкого понимания, какие виды услуг с позиции ассортиментного и территориального предложения должны присутствовать в местах постоянного проживания и приложения труда населения городской территории.

Проведение сплошного и выборочного исследования на территории Новосибирска на протяжении более 8 лет (с 2013 г. и по настоящее время) приводят к выводу о необходимости четкого понимания подходов, выступающих основой формирования планов социально-экономического развития территорий формирования городской экосреды:

Подходы, в основу которых заложены исключительно принципы нормативного метода оценки и планирования, не отвечают фактическому состоянию спроса и предложения услуг в границах городской экосреды, поскольку экосистема постоянно меняется под воздействием прямых и косвенных факторов.

К примеру, используя строительные нормы и правила в редакции СНиП 2.07.01–89* при планировании в городской среде учреждений предприятий обслуживания, основным критерием выступает радиус обслуживания населения учреждениями (500 м) как норматив пешеходной доступности населения. Но совершенно не учитываются видовое и количественное предложение услуг.

Используя принцип территориальной доступности услуг населению в 2013 и 2018 гг. мы провели сплошное исследование городской территории Новосибирска, поделив городскую территорию на равномерные 500-метровые ареалы, аргументируя положением «поведенческого» принципа людей, согласно которому человеком постоянно управляет стремление минимизировать расходы времени и энергии в поисках необходимого. Далее, к территориальному критерию был добавлен полученный нами количественный измеритель – 2 ед. предприятий из 10 укрупненных видов, представленных в национальной системе классификаций.

Пример расчета уровня интегральной комплектарности услуг в 500-метровых ареалах Октябрьского района Новосибирска (на 01.01.2018) по используемой нами ранее методике позволил определить категории: «Лидеры», «Следующие за лидерами», «Средние» и «Отстающие» территории городской среды по уровню развития сферы услуг населению, с учетом видовой, территориальной и интегральной комплектарности услуг населению (рис. 2).

* Зарегистрирован Росстандартом в качестве СП 42.13330.210. URL: <https://docs.cntd.ru/document/5200163>.

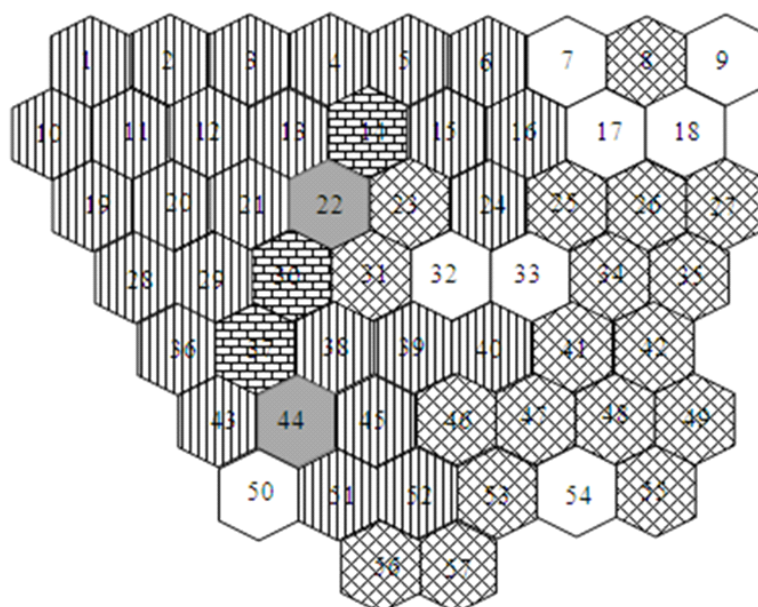


Рис. 1. Пример расчета уровня интегральной комплектарности услуг в 500-метровых ареалах Октябрьского района г. Новосибирска (на 01.01.2018)

Интегральная комплектарность потребительских услуг

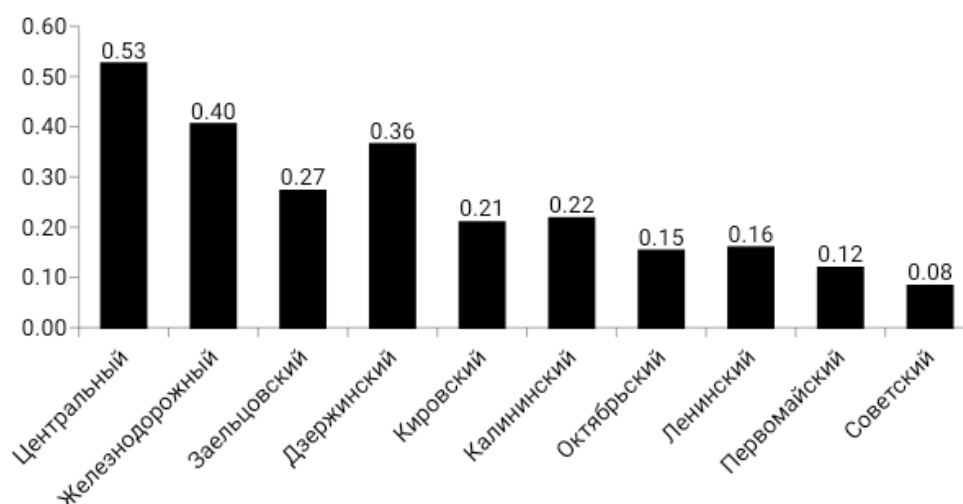


Рис. 2. Расчет уровня комплектарности услуг населению в районах Новосибирска на 01.01.2018

Но не ответил на вопросы:

1. По каким принципам должна развиваться сфера услуг в границах городского пространства, чтобы находиться в гармонии с элементами, обеспечивающими ее экономическое развитие?

2. Должна ли индикативная норма развития сферы услуг населению учитывать индивидуальную сегментацию сферы услуг населению, складывающуюся внутри исследуемых ареалов городской среды с учетом фактического спроса услуг каждого вида, обладающих особенными, ценностными характеристиками для потребителя?

3. Какой подход(ды) должен быть положен в основу формирования методологического подхода классификации сферы услуг в границах экосистемы городской среды?

В попытке ответить на эти вопросы мы предлагаем авторский взгляд на проблему формирования классификации сферы услуг в границах экосистемы городской среды с учетом влияния цифровизации экономики, когда формируются «новые системы управления, в которых главным становится партнерское взаимодействие самих производителей, разработчиков, логистов и активных потребителей» [4, с. 8].

При этом максимальный эффект роли сферы услуг в развитии экосистемы городской среды возможен на основе применения ценностно-ориентированного подхода, включающего в себя построение современной классификации услуг населению, с выделением уровней сегментных групп сферы услуг населению и определением набора необходимых видов услуг внутри каждого сегментного уровня.

Подобный подход позволит своевременно учитывать изменения фактического спроса населения на услуги в системе быстро меняющейся городской экосреды и возможности кооперативно-сетевое взаимодействие субъектов сферы услуг населению в условиях цифровой экономики при построении методологии развития сегмента сферы услуг населению и планов социально-экономического развития экосистемы городского пространства.

Список литературы

1. Урбанизация наименее развитых стран приводит к росту числа мегаполисов. Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2022/04/1422732>.

2. На 20 % больше жилья построили в Новосибирске в 2021 году. Режим доступа: <https://nsk.sibdom.ru/news/17291>.

3. Методические рекомендации по подготовке государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ формирования современной городской среды в рамках реализации приоритетного проекта «Формирование комфортной городской среды» на 2018–2022 годы. Режим доступа: <http://government.ru/projects/selection/649>.

4. Кооперационно-сетевые взаимодействия как ресурс самоорганизации и достижения качественных результатов: монография / под ред. д-ра экон. наук, профессора. Куимова В. В. М.: ИНФРА-М; Сер. Научная мысль (СФУ), 2019. 225 с.

УДК339.186:005.591.6

АВТОМАТИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

О. В. Рубан*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Процедура закупки товаров относится к сложному, затратному и значимому процессу в торговой деятельности предприятия, является предметом регулирования и контроля. Управление закупками становится актуальным направлением в развитии цифровых технологий. Цифровизация закупочной деятельности предполагает осуществление автоматизации бизнес-процессов для осуществления закупок.

Ключевые слова: закупочная деятельность; автоматизация процесса; управление закупками

* © Рубан О. В., 2023

Анализ современной экономической ситуации позволяет акцентировать внимание на том, что возможности автоматизации процессов определяют результаты предприятий различных отраслей экономики. Автоматическое управление производственными, торгово-технологическими операциями, включая покупки в электронных магазинах. Стратегии развития каждой компании включают внедрение цифровых технологий как базис обеспечения эффективности организации.

С момента публикации программы о цифровой экономике наиболее распространенными обозначениями инновационного развития являются «цифровизация» и «цифровая трансформация», в том числе сфера закупочной деятельности. Эксперты высказываются за цифровые закупки не только в организации государственных закупок, а также выделяют преимущества при осуществлении закупочной деятельности торговыми компаниями. При этом отмечают существенное снижение издержек, времени проведения сделки за счет цифровых технологий и определенных критериев выбора контрагентов. Эффективность управления закупочным процессом повышается с использованием новых информационных технологий для автоматизации закупок. Программное обеспечение позволяет анализировать данные о ресурсах и принимать обоснованные решения, что способствует уменьшению ошибок и рисков при проведении закупок. Автоматизация закупочной деятельности позволяет повысить качество, точность выполнения работ, стабильность пополнения запасов, производительность труда менеджеров.

Посредством автоматизированного процесса происходит оптимизация материально-технических ресурсов согласно разработанным критериям эффективности предприятия. Организация закупочной деятельности представляет сложную систему электронного документооборота с деловой активностью, финансами, бюджетированием, взаимоотношения с потребителями и контрактными исполнителями, связанных ИТ-решениями.

Автоматизация процесса закупок – совокупность способов и методов обработки информации, направленных на осуществление управления технологическими операциями по закупке, оставляя за человеком принятие наиболее ответственных решений организации закупочной деятельности.

Согласно оценочной характеристике понятия степени автоматизации автоматизация отдельных технологических операций относится к частичной. Помимо первого уровня существует комплексная и полная автоматизация. Высший уровень автоматизации характеризуется полным применением технических средств для управления предприятием с контролем специалиста.

В настоящее время централизация закупочной деятельности в крупных компаниях считается вектором развития в перспективе за счет своевременных поставок необходимого количества товарных разновидностей и сопутствующего сервиса. Централизация закупочных процедур позволяет обеспечивать контроль за соблюдением регулятивных требований, затрагивает в разной степени решение вопросов организации, формирования аналитики экономических результатов.

Полностью централизованы организационно-технические методологии, мониторинга и контроля в закупках, а также закупки стратегических товаров и сопровождающих услуг.

Автоматизация развивается под воздействием стимулирующих факторов, среди которых информационные технологии, находящиеся в основе функционирования электронных магазинов, электронных площадок. В организации закупок важной является актуальная информация, которая позволяет принимать качественные решения. При автоматизации закупочного процесса повышается контроль активностей заинтересованных участников посредством соответствующих ИТ-технологий.

Специалисты выделили основные задачи для повышения эффективности закупочной деятельности, которые характеризуются уровнем сложности решения и ожидаемыми результатами. Среди них управление рисками, продуктивностью и развитие информационных технологий.

Повышение продуктивности становится возможным за счет стандартизации требований, документов, условий закупки и применения контрагентами, а также организация мониторинга и контроля на всех этапах закупочной деятельности. При этом анализируются рыночные тенденции и производится корректирующее воздействие на параметры.

Развитие информационных технологий связано с выбором и внедрением инструментов для анализа данных по организации, проведении и управлении закупками (Source-to-Contract, Strategic Sourcing, Procure-to-Pay, Supplier Relationship Management).

Исследование состояния автоматизации закупок позволяет выделить основные технологические тренды, отражающие цифровую трансформацию закупок, применяются технологии RDA, SMART-contract, AI, BigData.

Посредством блокчейна происходит совершенствование процесса управления заявками, заказами, хранением и транзакциями по покупке.

Внедрение и реализация техники распределенного реестра из списка сквозных цифровых технологий будет происходить тогда, когда появятся конкретные вводные в аспекте реализации национальной программы о цифровой экономике.

Смарт-контракты с подробными спецификациями контрактов со встроенными приложениями используются в автоматизации, включая его программно-информационное обеспечение. Смарт-контракты упоминаются в проектах, на практике их применение является затруднительным из-за недостатков информационно-маркетингового обеспечения, развития соответствующих ВІ-технологий.

Инновационные решения по управлению жизненным циклом контракта в настоящее время применяются, включая контракт-процессы. Разные варианты их применения рассматриваются специалистами как компонент расширенного функционала системы автоматизации закупочной деятельности, не зависимо от CLM-функциональности в комплексе возможностей системы автоматизации, или является программным обеспечением, интегрируемым в данной автоматизированной системе управления закупками. Важным становится обеспечение удобного пользования при сквозной автоматизации процессов.

В сфере закупок искусственный интеллект позволяет анализировать содержание контрактов. Дополнительные сервисы помогают подбирать контрагентов, виртуальные помощники осуществляют поиск поставщиков.

Программное обеспечение (RPA) представляет роботизированную автоматизацию процессов. Роботизация процессов позволяет программировать разделы закупочных процессов и управлять взаимоотношениями.

Специалисты выделяют положительные отзывы об управлении запасами материально-технических ресурсов с использованием цифровых ассистентов и отмечают, что большие объемы запасов компании становятся проблемой. Решение задачи возможно за счет роботизированного перераспределения низкоэффективных запасов. Полученные результаты при внедрении отражают повышение оборота по перераспределению запасов на 60 % к обороту прошлого года, снижение количества операций в системе до 65 %, уменьшение времени закупочного процесса составило около 30 %, по времени заключения договора поставки на 50 % в сравнении с предыдущим периодом.

Лучшие практики управления поставщиками, которые используют в компаниях: индивидуальный подход для каждой из товарных групп, развитие поставщиков – поиск надежного сорсинга, партнерство с поставщиками: поиск совместных решений по осу-

ществлению долгосрочного планирования производственной и операционной деятельности, выстраивание гибкого планирования работы с поставщиками, управление данными в условиях цифровизации бизнеса.

Исследователи обозначают сдерживающие факторы развития рынка систем автоматизации закупочной деятельности [2]. Во-первых, ограниченность ИТ-бюджетов на уровне субъектов Российской Федерации; во-вторых, многие крупные заказчики переходят на инсорсинговую модель сопровождения электронных закупок и реализацию новых разработок штатными ИТ-специалистами.

Факторы, способствующие росту рынка систем автоматизации закупочной деятельности, определяются усилением роли в закупках электронного документооборота, цифровых технологий в управлении контрактами, а также за счет интеграции с Единой информационной системой государственных закупок и расширения возможностей автоматического контроля в ближайшем времени.

Технологические инновации в контексте цифровой экономики, которые могут заинтересовать закупщиков использовать автоматизированные инструменты на основе блокчейна это смарт-контракты, искусственный интеллект, роботизация бизнес-процессов организации.

Решения компаний по расширению спектра применения автоматизации прослеживаются в проектах систем автоматизации закупок с учетом достижения конкретного эффекта.

В результате прогнозного оценивания ожидаемой эффективности эксперты утверждают, что компании готовы тратить ресурсы на внедрение или развитие автоматизации закупок при средней и высокой оценке приоритета достигаемых эффектов.

Список литературы

1. Автоматизация закупок: опыт крупнейших заказчиков, структура рынка. Режим доступа: <https://www.tadviser.ru>.
2. Рубан О. В. Особенности организации формирования отраслевой структуры электронных закупок // Экономика и предпринимательство. 2019. № 12. С. 839–843.

УДК 330.131.5

ГЕНЕЗИС «ЭФФЕКТИВНОСТИ» В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКЕ

Ю. В. Рукосуева*

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент А. В. Волошин

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматриваются происхождение и развитие понятия «эффективность». Анализируются подходы и теории относительно данного понятия. Рассмотрены работы ученых по теме «эффективность предприятия» и выявлены основные подходы к трактовке понятия и представлено собственное понятие автора статьи.

Ключевые слова: эффективность; результативность; затраты; ресурсы; цель; оценка

* © Рукосуева Ю. В., 2023

Осмысление и толкование понятия «эффективность» занимает весомое место в экономической теории. Эффективность субъектов хозяйственной деятельности показывает результативность экономической системы страны. Повышение данного показателя – одна из главных задач любой организации. На данный момент существует множество способов оценить эффективность организации и увеличить ее при низких показателях.

Понятие «эффективность» комплексное и включает экономическую, правовую и организационную деятельность предприятия. В современном мире нет точной трактовки данного понятия и нет универсальной теории эффективности. С изменением экономической теории менялось и определение понятия «эффективность». Из-за неоднозначности и обширности, его изучением занимались на протяжении долгого времени многие авторы и продолжают до сих пор.

Одним из первых, понятие «эффективность» рассматривал Д. Рикардо [1], он упоминал о затратах предприятия в определении эффективности, говоря о том, что результативность соотносится с ними. Эффективность, по мнению В. Парето [2], такое максимальное благосостояние, при котором никто не может что-либо улучшить, без ухудшения другого. Ресурсы на производстве используются полностью, а результат их использования обеспечивает максимально возможную полезность. Также данную трактовку называют Парето-оптимальность.

Подробно занимался вопросом эффективности и Г. Эмерсон [3]. В 1900 г. он опубликовал книгу об эффективности как управлении и в 1911 г. работу, где выделил 12 принципов эффективности. Он говорил о том, что эффективность является главной задачей управления. В своей работе он относил к эффективности такие принципы, как четко поставленные цели, к которым стремятся управляющие и подчиненные, дисциплину, здравый смысл, постоянный учет данных, поощрение труда работников, закрепленные письменно стандарты работ и другие.

Управленческие решения играют важную роль в эффективности предприятия. От правильности решений зависит деятельность организации. И. В. Прангишвили [4] имел точку зрения, что эффективность зависит от экономичности управленческих решений и, как и многие авторы, говорил о минимальных затратах в достижении эффективности.

В результате исследования эволюции подходов к изучению «эффективности» автором предложена классификация подходов в зависимости от ключевого понятия, используемого в определении (рис. 1).

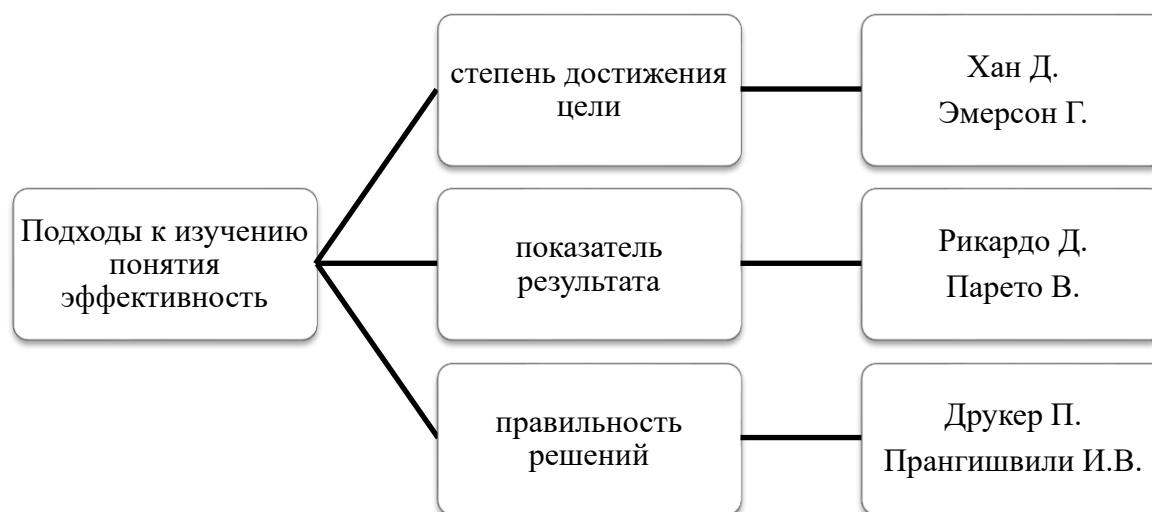


Рис. 1. Классификация подходов к изучению понятия «эффективность»

В условиях развития торговли изменилось и понятие «эффективность торгового предприятия». Эффективность уже не оценивается с одной стороны, а представляет собой многогранное понятие. Используя представленные подходы, можно оценить предприятие торговли в условиях новой экономической системы с учетом трендов развития торговли. И только оценив эффективность по разным критериям, можно сделать вывод: эффективно то или иное предприятие.

Многие авторы, такие как Д. Хан, Г. Эмерсон, рассматривали эффективность как показатель, определяющий степень достижения цели предприятия. Цель – главный критерий в данном подходе к трактовке понятия. Если организация правильно поставила цель и ее достигает, то это обеспечивает эффективность предприятия.

Второй подход показывает результативность, а именно отношение результата к затратам. Наименьшие затраты при максимальном результате – это эффективность. Данный подход наиболее популярен и имеет много дополнений авторов в разные периоды. К данной точке зрения можно отнести: Д. Рикардо, В. Парето и многие другие.

Эффективность также рассматривалась как правильность решений. Иначе говоря, принимать правильные решения в деятельности предприятия эффективно. Данную точку зрения имели П. Друкер, И. В. Прангишвили.

Проведя анализ всех вышеизложенных трактовок понятия и выделив подходы для оценки эффективности предприятия, автор статьи представляет свое понятие эффективности.

Эффективность – это сложный экономический показатель хозяйственной деятельности субъекта, который определяется как отношение результата деятельности предприятия, экономически измеренное, к затраченным на его достижения ресурсам (трудовым, материальным, техническим и информационным), и предполагает оптимизацию и совершенствование процессов, и показывает степень достижения предпринимательской цели.

С изменением экономической науки менялась и сущность понятия эффективность. Сложность в трактовке понятия заключается в многообразии теоретических подходов в науке. В условиях развития торговли оценка эффективности – неотъемлемая часть работы предприятия, которая способствует развитию деятельности, а огромное количество точек зрения различных авторов свидетельствует о том, что данное понятие изучается и дополняется до сих пор.

Список литературы

1. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения // Сочинения: в 3 кн. М.: Гос. изд-во полит. литературы, 1955. Т. 1. 358 с.
2. Парето В. Курс политической экономии. М.: Экон. лит., 1962. 680 с.
3. Эмерсон Г., Файоль А., Тэйлор Ф., Форд Г. Двенадцать принципов эффективности // Управление – это наука и искусство. М., 1993. С. 96–220.
4. Прангишвили И. В. Системный подход и общесистемные закономерности. М.: СИНТЕГ, 2000. 528 с. (Системы и проблемы управления).
5. Хейне П. Экономический образ мышления: пер. с англ. 2-е изд., стер. М.: Дело: Catallaxy, 1993. 704 с.
6. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. 288 с.
7. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.
8. Долан Э. Дж. Экономикс: англо-русский словарь-справочник / пер. с англ. Э. Дж. Долан, Б. И. Доминенко. М.: Лазурь, 1994. 544 с.

9. Филиппов И. С. Мероприятия, которые повысят экономическую эффективность предприятия. М.: Лаб. книги, 2010. 153 с.
10. Фишер И. Теория процента. М.: Полит. лит., 1930. 348 с.
11. Хачатуров Т. С. Эффективность капитальных вложений. М.: Экономика, 1979. 335 с.
12. Рябова Е. И., Богаткевич Т. А., Волошин А. В. Проблемы методологии исследования социально-трудовой сферы: экономико-правовые аспекты // Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 7(97). С. 116–125.
13. Voloshin A. V., Suslova J. J., Batrayeva E. A., Baguzova L. V., Ananeva N. V. Current state, tendencies and peculiarities of development in higher education: the case of Russia // European Research Studies Journal. 2018. № 4. С. 502–511.
14. Волошин А. В., Демченко С. К., Сулова Ю. Ю. Генезис категорий «эволюция» и «развитие» экономических систем в экономической науке // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 12-2. С. 51–60.
15. Терещенко Н. Н., Сулова Ю. Ю., Титова Е. В., Клименкова Т. А. Механизм управления эффективностью деятельности предприятий торгового бизнеса: монография. Красноярск, 2005. 439 с.

УДК 339.17: 658.64

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ ДОСТАВКИ ЕДЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Е. Н. Русак, А. В. Нуждина*

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е. В. Белоногова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Одним из ценных ресурсов современного общества является время, которое люди хотят потратить с пользой. Люди все реже готовят самостоятельно и все больше заказывают еду, что делает доставку еды востребованным сегментом фудтеха. В статье проводится изучение тенденций развития онлайн-сервисов доставки еды, выявляется основной сегмент потребителей, определяются тренды современного общества.

Ключевые слова: сервис; онлайн-торговля; клиентоориентированность; цифровизация; сервисы доставки еды

Развитие сервиса – важный процесс в совершенствовании рыночных отношений. Именно эта сфера включает в себя различные подходы к потребителю, набор программ и действий по отношению к ним. Важно полностью обеспечить клиенту необходимые условия для успешной покупки: от проявления отклика до продажи. В XXI в. это происходит с использованием различных устройств, поэтому цифровизация сервисных услуг в стране набирает обороты. Общий объем онлайн-продаж в России за первые четыре месяца 2022 г. увеличился на 50 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, торговля и общественное питание перешли в онлайн-индустрию [6]. По данным исследований платформы Pitchbook, сервисные технологии доставки продуктов и еды привлекают инвестиции свыше 1 млрд долл. ежегодно [9]. Рынок отече-

* © Русак Е. Н., Нуждина А. В., 2023

ственных технологий в торговле и общественном питании растет каждый год на 20–30 %. Объем этого рынка на сегодняшний день составляет около 1,4 млрд долл. [15].

Тренд – так принято называть всё, что находится на пике популярности. Нетрудно догадаться, что пандемия ускорила процесс перехода на интернет-пространство большинства направлений. Процесс перехода наблюдается во многих направлениях: возможность иметь удаленную работу, учиться онлайн и заказать еду на дом стали повседневной реальностью каждого. В интернете пользователи следят друг за другом, пытаются быть похожими на своих кумиров, перенимают их привычки. Такое происходит и с питанием. Доставка на дом стала новой тенденцией, так называемым трендом в области торговли и сервиса. Исследования показывают, что более 70 % потребителей так или иначе пользуются данной услугой.

Целью данной статьи является изучение тенденций развития онлайн-сервисов в торговле и общественном питании. В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи: выявить наиболее популярные онлайн-сервисы по доставке еды на дом; провести сравнительный анализ деятельности каждого субъекта.

Рынок доставки еды в России довольно востребован на данный момент, и это прослеживается еще со времен пандемии. Сейчас действительно можно сделать вывод, что россиянами такая услуга считается удобной и они не собираются отказываться от нее в дальнейшем. Всё чаще можно видеть на улицах городов курьеров в униформах компаний и даже роботов-доставщиков [12].

Одним из конкурентных преимуществ предприятий торговли и общественного питания является использование в практической деятельности информационных технологий. Благодаря распространению информационных технологий популярной становится новая форма питания – таблет-питание, которая используется в медицинских организациях [2], однако предприятия общественного питания и торговли также начали применять такой формат. В настоящее время этот способ доставки продуктов питания и готовых блюд используют мобильные сервисы доставки еды: Delivery Club, Zaka Zaka, Ginza Delivery Service, «Яндекс.Еда», Grow Food, Dostavista, Wolt и др. Суть таблет-питания состоит в комплектовании полностью приготовленных для потребления блюд с сохранением их температуры [7].

Для наглядного сравнения всех возможных и популярных сервисов доставки нами было проведено исследование данного направления сервисной деятельности в Красноярске. Исследования показали, что наибольшую долю пользователей сервисами онлайн-доставки являются респонденты средней возрастной категории (32 %). Доля респондентов-миллинеалов составила 30 %, при этом удельный вес респондентов в возрасте до 23 лет – 8 % (рис. 1).

Исследование показало, что люди старше 56 лет редко пользуются приложениями онлайн-доставки. Причинами могут являться неумение пользоваться смартфонами, приложениями и их функционалом. Стоит отметить, что люди старшего возраста также не доверяют оплате через сторонние сервисы. Категория респондентов до 23 лет редко пользуется данной услугой из-за отсутствия постоянного дохода, поэтому осуществление заказов происходит не более 1-2 раза в месяц.

Проведя опрос респондентов по городу Красноярску среди граждан средней возрастной категории, было выявлено, что наиболее популярные сервисы доставки на данный момент – «Яндекс.Еда» и Delivery Club. Менее популярным является доставка Belini, так как средний чек данной доставки довольно высок, а еда доставляется из ограниченного количества ресторанов (рис. 2).

При исследовании сервисов доставки было проведено их сравнение по трем критериям: скорость и соответствие заказу, ассортимент, качество продукта. Анализ ответов респондентов представлен на рис. 3.

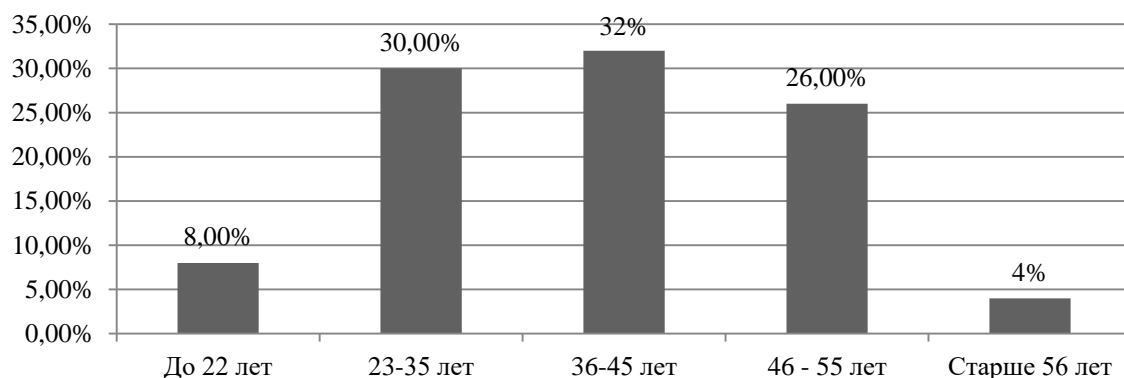


Рис. 1. Возрастная категория пользователей, пользующихся сервисами онлайн-доставки, %

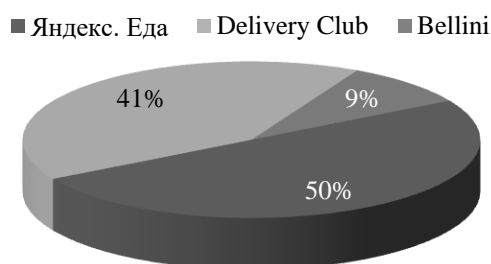


Рис. 2. Популярные сервисы доставки еды г. Красноярска, которыми пользуются респонденты, %

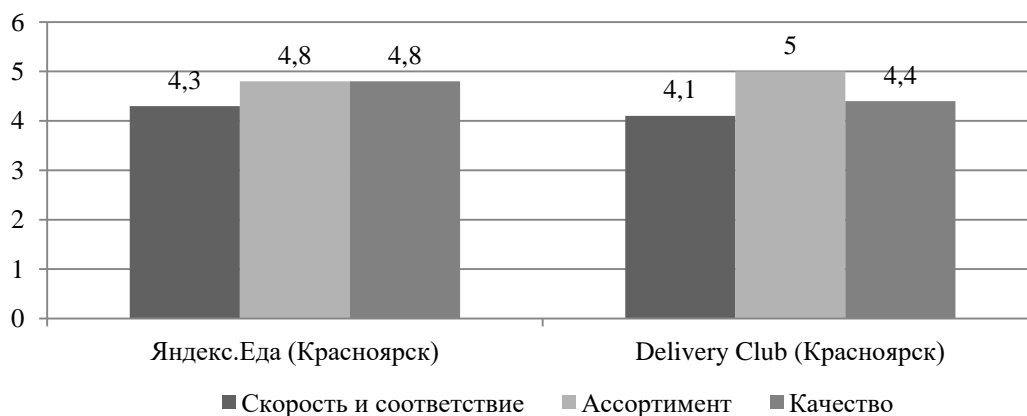


Рис. 3. Сравнительный анализ служб экспресс-доставки г. Красноярска, баллы

«Яндекс.Еда» стал лидером в рейтинге среди сервисов доставки со средней оценкой 4,63 балла по г. Красноярску. По результатам анализа, высокий показатель наблюдается по двум параметрам из трех: предлагаемый ассортимент, т. е. количество предложенных ресторанов и кафе в городе, а также качество доставленных заказов. Однако показатель ассортимента ниже, чем у конкурента. Это происходит благодаря тому, что Delivery Club функционирует как служба доставки с 2009 г., а «Яндекс.Еда» появилась лишь в 2018 г.

Второе место в рейтинге занимает служба доставки Delivery Club со средней оценкой 4,5 балла по г. Красноярску. Наибольшую оценку данный сервис получил по категории ассортимента.

Если рассматривать два данных сервиса в целом по России, то ситуация складывается иная. Здесь на выбор сервиса доставки помимо скорости, качества, ассортимента и соответствия заказу влияет и цена. Под ценой подразумевается наличие скидок и акций, динамика ценообразования. Отметим, что сервис «Яндекс.Еда» сотрудничает с 38 тыс. ресторанов и магазинов, у Delivery Club количество партнеров выше – более 53 тыс. в 300 городах страны.

Таким образом, служба доставки Delivery Club опережает доставку «Яндекс.Еда» в целом по России. В сравнении с г. Красноярском крупные города тщательнее подходят к выбору доставки, оценка деятельности сервиса в масштабном формате помогает лучше определить эффективность этих двух онлайн-платформ.

Исходя из анализа, можно выявить среднюю оценку «Яндекс.Еды» – 4,35 и Delivery Club – 4,67. Здесь наибольшую роль играют акции, бонусы и различные скидки на заказы, клиенты ищут более выгодное предложение. По оценкам клиентов, сервис «Яндекс.Еда» имеет мало промокодов и акций, а конкурент постоянно использует маркетинговые коммуникации. На меньшую оценку «Яндекс.Еды» также повлияло динамическое ценообразование. Пользователи разочарованы тем, что в плохую погоду цена доставки сильно меняется [4; 5].

Анализируемые службы доставки очень схожи между собой, поэтому постоянно борются за звание лучшего онлайн-сервиса. Служба «Яндекса» довольно молодая, но очень перспективная: за короткий промежуток времени практически превосходит конкурента с большим опытом, в т. ч. в Красноярске. По мнению многих респондентов, эта доставка менее клиентоориентирована. Отметим, что в современных условиях данный показатель очень важен. Несмотря на указанные отрицательные моменты, у сервиса есть и плюсы: их рекламная кампания достаточно интересна потребителям, в особенности привлекают внимание роботы-курьеры. Такие роботы очень практичны в использовании, так как могут доставлять заказы в любое время суток и года, однако для их функционирования необходимо наличие хорошей инфраструктуры города: пешеходные переходы, тротуары, дороги. Безусловно, такая модель курьеров не заменит полностью в ближайшие лет 10, так как помимо указанных условий в городе, эта вещь ещё и достаточно дорогая [12].

Тем не менее онлайн-платформы прочно вошли в нашу жизнь, в XXI в. это то, без чего никто не может обойтись. В современном обществе все чаще прибегают к планированию собственного времени, стараются успеть выполнить все задачи на день и при этом день должен быть максимально эффективным, не прожитым зря. Поэтому чаще всего на задний план отодвигается прием пищи, общение с родными и прочее. Но и эти проблемы мы можем решить, сократив время на дорогу: еду можем заказать на определенное время, а родным позвонить по видео через специальные приложения. В итоге получаем сэкономленное время и удовлетворенные потребности, а далее и высокую продуктивность.

Появление приложений – важный этап в нашей жизни. Сегодня общество существует в двух мирах: офлайн и онлайн, и оба мира абсолютно реальны. Современному человеку доступны на данный момент практически все возможности – от бронирования отеля и перевода денег в любую точку страны до получения образования – и приложения по доставке еды стали неотъемлемой частью в меню смартфонов, всё, что нужно: открыть приложение, выбрать необходимое блюда и ждать звонка в дверь. Хотя и в Россию западные тренды приходят на рынок с опозданием, отечественные компании стараются перейти на электронный формат продаж.

Карантин помог развиваться электронной коммерции и компании, которые стали цифровать свой бизнес своевременно, вышли на новый уровень, опережая конкурентов. Сейчас важно настроить связь с потребителем, быть клиентоориентированным, ведь интернет-сфера очень тщательно относится к оценке того или иного заведения, любой отзыв потребителя имеет вес. Улучшать свою компанию, её деятельность и быть в тренде – самое главное в 2022 г.

Список литературы

1. Баврина А. П. Основные понятия статистики // Медицинский альманах. 2020. № 3(64). С. 101–111.
2. Временные методические рекомендации. ВМР 2.1.3.2365-08. М., 2008. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://standartgost.ru>.
3. Доставить живым и свежим. Курьерские сервисы после COVID-19. Режим доступа: <https://www.finam.ru/publications/item/dostavit-zhivym-i-svezhim-kurerskie-servisy-posle-covid-19-20200831-19300>.
4. Исследование: рынок доставки еды и продуктов питания в России. Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/issledovanie-rynok-dostavki>.
5. Исследование: крупнейшие игроки на рынке доставки еды и общепита в России. Режим доступа: <https://vc.ru/food/173407-issledovanie-krupneyshie-igroki-na-rynke-dostavki-edy-i-obshchepita-v-rossii>.
6. Как живет российский рынок доставки еды в 2022 году. Режим доступа: https://new-retail.ru/business/e_commerce/kak_zhivet_rossiyskiy_rynok_dostavki_edy_v_2022_godu4451.
7. Карапетян Р. В. Революция питания 4.0 – новые вызовы современному обществу // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2019. № 10. С. 230–234. DOI 10.17513/mjpf.12899.
8. Маркетинговое исследование. Сравнение сервисов быстрой доставки продуктов. Режим доступа: https://datainsight.ru/services_eGrocery_express_delivery_2022.
9. Олсен Д. Рецепт роста: венчурные капиталисты больше, чем когда-либо, заинтересованы в пищевых технологиях. Режим доступа: <https://pitchbook.com/news/articles/recipe-for-growth-vcs-are-more-interested-in-food-tech-than-ever>.
10. Онлайн-торговля и санкции: что происходит с продажами в интернете. URL: <https://kontur.ru/articles/6702>.
11. Паскова А. А. Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии // Новые технологии. 2020. № 6. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-roznichnoy-torgovli-tendentsii-i-tehnologii>.
12. Робот-курьер Ровер «Яндекса»: дорогостоящий проект с сомнительными перспективами или «убийца» профессии доставщиков и курьеров? Режим доступа: <https://www.ixbt.com/live/car/rover-robot-kurer-ot-yandeksa-dorogostoyaschiy-proekt-s-somnitelnymi-perspektivami-ili-ubiycsa-professii-dostavschikov-i-kurerov.html?ysclid=las5vtynph60971124>.
13. Розница подхватила вирус: как пандемия повлияла на российскую торговлю. Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/expertise/444408832.html>.
14. Сулова Ю. Ю., Терещенко Н. Н. Товарное обращение: учеб. пособие. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2021. 200 с.
15. Фудтех: как IT-решения меняют рынок еды. Режим доступа: <https://www.simbirsoft.com/blog/fudtekh-kak-it-resheniya-menyayut-rynok-edy>.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА УСЛУГ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Н. Н. Терещенко¹, С. В. Трусова^{2*}

¹*Сибирский федеральный университет, г. Красноярск*

²*Хакасский государственный университет имени Н. Ф. Катанова, г. Абакан*

Аннотация. Данная статья отражает актуальное в настоящее время направление экономических исследований – оценку качества услуг предприятий розничной торговли с учетом процессов цифровизации. Представлен авторский подход к последовательности проведения исследования, обоснованию детерминант качества услуг предприятий розничной торговли и формированию соответствующих систем показателей их характеризующих. Особенность предлагаемых авторами подходов отличается универсальностью и заключается в систематизации показателей оценки качества услуг предприятий розничной торговли в разрезе выделенных детерминант качества, с учетом процессов цифровизации в реализуемых предприятием услугах, применением интегрального подхода при расчетах обобщающих показателей.

Ключевые слова: качество услуг предприятий розничной торговли; оценка; интегральный подход; детерминанты и показатели оценки качества услуг предприятий розничной торговли

В настоящее время наблюдаются процессы усиления неценовых форм конкуренции на потребительском рынке, рост цифровизации оказываемых предприятиями торговли услуг, существенное повышение требований потребителей к качеству реализуемых услуг. В связи с этим проблемы повышения качества услуг приобретают в современных условиях все большую актуальность.

В современной экономической литературе представлены различные научно-методологические подходы экономистов к оценке качества услуг в различных отраслях сферы услуг, в т. ч. и в сфере розничной торговли, отличающиеся набором детерминант и показателей, характеризующих их с учетом специфики функционирования предприятий в различных сферах деятельности. Однако, несмотря на достаточно широкий круг публикаций по данной проблеме зарубежных и отечественных авторов, в настоящее время предлагаемые учеными методики недостаточно полно учитывают специфику их оказания, процессы цифровизации, интегральный подход проведения расчетов, что и обусловила актуальность проводимых авторами исследования.

Согласно ГОСТ Р 51304–2022 «Услуги торговли. Общие требования», вводимого с 1 января 2023 г., при оценке качества услуг розничной торговли рекомендуется выделять следующие детерминанты качества: социальная адресность услуги, функциональное назначение услуг, экономичность услуг, эстетичность услуг, культура торгового обслуживания [1]. Следует отметить, что детерминанты «социальная адресность услуг» и «культура торгового обслуживания» охватывает показатели, которые дублируют по своей сути показатели в других группах детерминант, в связи с чем эти детерминанты не выделяются в предлагаемой нами методике оценки качества услуг предприятий розничной торговли, а характеризующие их показатели включены в выделенные нами детерминанты.

Систематизация научно-методологических подходов зарубежных и отечественных экономистов к исследованию данной проблемы позволила авторам предложить последовательность осуществления оценки качества услуг предприятий розничной торговли, отраженную на рис. 1.

* © Терещенко Н. Н., Трусова С. В., 2023



Рис. 1. Блок-схема последовательности оценки качества услуг, предоставляемых предприятиями розничной торговли (составлено по [1–4])

Одной из основных детерминант качества услуг является, по нашему мнению, функциональное назначение и доступность, характеризующиеся двумя группами показателей (табл. 1).

Для характеристики качества услуг, оказываемых предприятиями розничной торговли, целесообразно использование детерминант экономичности, безопасности и услуг. Характеризующие их показатели представлены в табл. 2.

В современных условиях увеличения значимости экономии издержек потребления покупателей важной детерминантой качества услуг, оказываемых предприятиями розничной торговли, по нашему мнению, являются временные затраты покупателей на приобретение потребительских товаров и услуг, включающие в себя три группы показателей оценки: временные затраты покупателей на допуск к получению услуги, на обслуживания покупателей, на послепродажное обслуживание (табл. 3).

**Система показателей оценки функционального назначения и доступности услуг
в предприятиях розничной торговли**

Группы показателей	Показатели оценки качества услуг
<i>Функциональное назначение услуги</i>	
Характеристика ассортимента товаров и услуг	<ul style="list-style-type: none"> – наличие потребительских товаров и услуг определенного ассортимента и обеспечение утвержденного на предприятии ассортиментного перечня; – наличие потребительских и услуг надлежащего качества; – степень устойчивости и обновляемости ассортимента
Качественная характеристика персонала (соответствие персоналу профессиональному назначению)	<p>1. Компетентность и профессионализм персонала:</p> <ul style="list-style-type: none"> – соответствие имеющейся у работника специальности и квалификации выполняемым трудовым функциям; – опыт работы персонала в розничной торговле; – умение быстро и оперативно реагировать на запросы покупателей, решать конфликтные ситуации; – уровень мастерства и обеспечение комфорта покупателя отсутствие жалоб со стороны покупателей. <p>2. Отношение персонала к покупателям (умение общаться с потребителями):</p> <ul style="list-style-type: none"> – коммуникабельность и доброжелательность, вежливость персонала; – отзывчивость и готовность персонала оказывать помощь покупателям при решении их проблем и наиболее полном удовлетворении спроса; – наличие атмосферы доверия и взаимопонимания между персоналом и покупателями, этика поведения персонала
<i>Доступность услуг</i>	
Финансовая доступность услуг	<ul style="list-style-type: none"> – уровень цен на реализуемые товары и услуги в предприятии розничной торговли и их соответствие среднему уровню цен; – наличие системы стимулирования покупок; – соответствие уровня цен на реализуемые товары их качеству
Пространственно-временная доступность услуг	<ul style="list-style-type: none"> – удобство расположения предприятия розничной торговли для покупателей; – наличие и удобство парковки, автостоянки около предприятия розничной торговли для покупателей; – удобный для покупателей режим работы предприятия розничной торговли и его соблюдение; – наличие информационной вывески о режиме работы предприятия
Информационно-коммуникационная доступность услуг	<ul style="list-style-type: none"> – доступность информации для покупателей о деятельности предприятия, перечня оказываемых услуг, ассортименте реализуемых товаров и услуг; – наличие информационных стендов в предприятии розничной торговли и обеспечение свободного доступа к ним; – своевременность обновления информации о деятельности предприятия, реализуемых им товаров и услуг; – оперативность и качество предоставления информации продавцами-консультантами по запросам покупателей

С учетом современных тенденций усиления цифровизации во всех сферах экономики, в т. ч. в розничной торговле важной детерминантой оценки качества услуг является уровень их цифровизации (табл. 4).

Таким образом, рекомендуемая система детерминант качества услуг предприятий розничной торговли и характеризующих их показателей структурирована нами в разрезе семи основных детерминант с выделением обособленно таких детерминант, как «Доступность услуг», «Временные затраты покупателей на приобретение потребительских товаров и услуг» и «Уровень цифровизации услуг», что позволяет более полно учесть и оценить всю совокупность различных аспектов качества услуг.

Таблица 2

**Система показателей оценки экономичности, безопасности и эстетичности услуг
в предприятиях розничной торговли**

Группы показателей	Показатели оценки качества услуг
Обеспечение удобства и комфорта при покупке товаров	<ul style="list-style-type: none"> – удобство размещения торгового оборудования, оргтехники, мебели; – удобство размещения потребительских товаров в торговом зале, оформление витрин; – удобство размещения входов, выходов в предприятии; – наличие вспомогательных помещений (санузлов, гардеробных комнат и пр.), лифтов, эскалаторов (при необходимости); – наличие и удобство в предприятии розничной торговли специального сервиса для лиц с ограниченными возможностями; – организация мест (зон) отдыха покупателей, комнаты матери и ребенка, досуга детей, в т. ч. детских игровых комнат; – наличие системы оповещения покупателей о реализуемых товарах и услугах, проводимых акций и т. п.; – организация питания покупателей в предприятиях общественного питания, расположенных в торговом зале; – хранение приобретенных товаров и вещей покупателей; – прием и исполнение предварительных заказов на товары, комплектование заказов и их упаковка
Санитарно-гигиеническая безопасность помещений и персонала	<ul style="list-style-type: none"> – санитарно-гигиеническая безопасность помещений; – наличие мест общественного пользования и их поддержание в чистоте; – санитарно-гигиеническая безопасность обслуживающего персонала
Эксплуатационно-техническая безопасность предприятия	<ul style="list-style-type: none"> – оборудование помещений предприятия розничной торговли пожарной сигнализацией и системой оповещения о пожаре; – оборудование предприятия системой охраны, системой видеонаблюдения; – доступность для покупателей схемы размещения средств пожаротушения и путей эвакуации людей
Эстетичность услуг	<ul style="list-style-type: none"> – оформление фасада здания, вывески; – стилевое единство, целостность композиции и гармоничность дизайна помещения предприятия, в т. ч. торгового зала; – оформление выкладки товаров в торговом зале, витрин; – внешний вид персонала (опрятность, чистота, наличие фирменной одежды и т. п.)

Таблица 3

**Система показателей оценки временных затрат покупателей на приобретение
потребительских товаров и услуг в предприятиях розничной торговли**

Группы показателей	Показатели оценки качества услуг
Временные затраты покупателей на допуск к получению услуги	<ul style="list-style-type: none"> – затраты времени покупателей нахождение в пути до предприятия розничной торговли; – временные затраты покупателей на парковку или дорогу от транспортных магистралей до предприятия розничной торговли; – затраты времени покупателей на выбор необходимых товаров, услуг в торговом зале или на сайте предприятия и принятие решений об их приобретении
Временные затраты на обслуживание покупателей	<ul style="list-style-type: none"> – среднее время обслуживания покупателя в торговом зале (выдача товара, его предпродажное обслуживание при необходимости и т.п.); – среднее время на консультирование покупателей продавцами Среднее время на организацию расчетов покупателей за приобретенные товары, выдачу товаров и т. п.
Временные затраты на послепродажное обслуживание	<ul style="list-style-type: none"> – временные затраты покупателей на доставку товаров до пункта назначения, подготовку и ввод в эксплуатацию, подготовка товаров к непосредственному потреблению и эксплуатации (на монтаж, наладку и пуск в эксплуатацию технически сложных товаров, сборку и установку мебели и т. п.); – временные затраты покупателей на оформление заявки, получение услуги по послепродажному обслуживанию, оплату за послепродажное обслуживание вне гарантийного срока товара и т.п.)

**Система показателей оценки уровня цифровизации услуг
в предприятиях розничной торговли**

Группы показателей	Единичные, частные показатели оценки качества услуг
Уровень использования цифровых технологий	– уровень компьютеризации бизнес-процессов в предприятии; – уровень автоматизации бизнес-процессов в предприятии; – наличие современного оборудования для применения цифровых технологий в работе предприятия розничной торговли
Уровень использования цифровых технологий при продаже товаров и услуг	– возможность заказа и покупки потребительских товаров в онлайн-формате; – возможность доставки приобретенных товаров по месту назначения; – возможность заказа услуг предприятий розничной торговли в онлайн-формате

После ранжирования по значимости вышерассмотренных показателей и их оценки по 5-балльной шкале осуществляется расчет и анализ обобщающих показателей оценки качества услуг в разрезе выбранных групп детерминант качества по следующей формуле [4]:

$$\text{Об. кач. ус.} = \frac{P_1 * Z_1 + P_2 * Z_2 + P_3 * Z_3 + \dots + P_n * Z_n}{\sum Z}$$

где Об.кач.ус. – обобщающий показатель оценки качества услуг предприятий розничной торговли, %; P_1, P_2, \dots, P_n – доля покупателей-респондентов, оценивших выбранный показатель, составляющий качество услуг, на «отлично» и «хорошо», %; Z_1, Z_2, \dots, Z_n – значимость выбранного показателя, составляющего качество услуг, %.

На основе расчета обобщающих показателей осуществляется оценка интегрального показателя качества услуг, рассчитываемого по следующей формуле:

$$\text{Икач. усл} = \sqrt[7]{\text{Идост} * \text{Ифункц. назн} * \text{Иврем. затр} * \text{Иэконом} * \text{Ибезоп} * \text{Ицифр} * \text{Иэстет}}$$

где Икач.услуг – интегральный показатель качества услуг в предприятиях розничной торговли, %; Идост – обобщающий показатель доступности услуг, %; Ифункц.назн – обобщающий показатель функционального назначения услуги, %; Иврем.затр – обобщающий показатель временных затрат покупателей на приобретение потребительских товаров и услуг, %; Иэконом – обобщающий показатель экономичности услуг, %, Ибезоп – обобщающий показатель безопасности услуг, %; Ицифр – обобщающий показатель уровня цифровизации услуг, %, Иэстет – обобщающий показатель эстетичности услуг, % .

Таким образом, предложенная методика исследования позволяет проводить оценку качества услуг предприятий розничной торговли на основе комплексного, системного, интегрального подходов с учетом всего комплекса детерминант качества и показателей их характеризующих, что способствует разработке наиболее рациональных управленческих решений по повышению качества оказываемых услуг и росту эффективности деятельности предприятия розничной торговли в целом.

Список литературы

1. ГОСТ Р 51304-2022. Услуги торговли. Общие требования: введ. 2023-01-01 приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 24.03.2022 №154-ст.
2. Терещенко Н. Н., Трусова С. В. Методологические подходы к оценке качества услуг предприятий розничной торговли: монография. Красноярск, 2011. 166 с.

3. Терещенко Н. Н., Кругляк А. С. Совершенствование оценки качества обслуживания клиентов фирмы // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 5 (часть 3). С. 355–361.

4. Терещенко Н. Н., Есина О. Н., Ильина А. С. Эффективность деятельности предприятия торговли: монография. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2022. 220 с.

УДК 339.1:005.21

РАЗВИТИЕ ТОРГОВЛИ И СЕРВИСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ И ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ

Д. В. Хетчикова *

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е. В. Белоногова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Внедрение инструментов цифровой трансформации в деятельность предприятий торговли и сервиса позволяет расширить границы ведения бизнеса, повысить конкурентоспособность предприятия. Реализация цифровых практик совместно с практикой внедрения ESG позволит повысить эффективность деятельности, приведет к достижению целевых показателей.

Ключевые слова: цифровизация; торговля; сервисные услуги; ESG-факторы; конкурентоспособность предприятия

Грамотное развитие торговли и сервиса сегодня играет важную роль в рыночной экономике. Именно развитие данной сферы является одной из основных целей становления успешного бизнеса, которая в силах сократить издержки и увеличить объемы экономической деятельности.

Для достижения такой цели необходимо внедрение новых инструментов и процессов, с помощью которых бизнес торговли и сервиса сможет выйти на новый уровень.

Цифровая трансформация (ЦТ) или современная среда для качественного ретейла – непрерывное внедрение цифровых технологий, которые значительно меняют и автоматизируют операции планирования, создания и проектирования проектов, результатом которого является усовершенствованные бизнес-процессы. По сути, ЦТ – это условие существования и роста предприятий в современном мире.

Цифровизация совершенствует как внутреннюю окружающую среду бизнеса и его процессов, так и внешнюю. Цифровые переменные в бизнес-пространстве являются как источником новых возможностей ретейла и сервиса, так и новым видом взаимодействия с потребителем, что очень важно в данных сферах предпринимательства.

Основными задачами ЦТ являются: снижение затрат, увеличение объемов экономической деятельности, ускорение процессов продаж и оказания услуг (автоматизация процессов), удовлетворение новых потребностей аудитории, повышение конкурентоспособности.

Необходимо понимать, что направлений в цифровой трансформации огромное множество, каждый день создаются новые процессы и тренды развития, в данных усло-

* © Хетчикова Д. В., 2023

виях необходимо выбрать нужный вектор, которому будет следовать компания. Одно из самых популярных направлений – трансформация продаж.

Грамотная цифровизация действительно несет за собой будущее, но не стоит забывать, что среди множества преимуществ, иногда есть и изъяны, такие как негативное воздействие на окружающую среду (климат) и достаточно высокая энергоемкость.

Современное развитие цифровизации требует инновационных форматов ведения бизнеса и его адаптации к принципам экологической, социальной и корпоративной ответственности, т. е. ESG-трансформации.

Под ESG (Environmental, Social, Corporate Governance) трансформацией понимают совокупность характеристик управления компанией, которая реализуется через вовлечение компании в решение экологических, социальных и управленческих проблем [3].

На рис. 1 представлена характеристика и взаимосвязь ESG-факторов, которые могут иметь различную значимость для компаний, предприятий, однако между ними должны соблюдаться гармонизация и баланс.

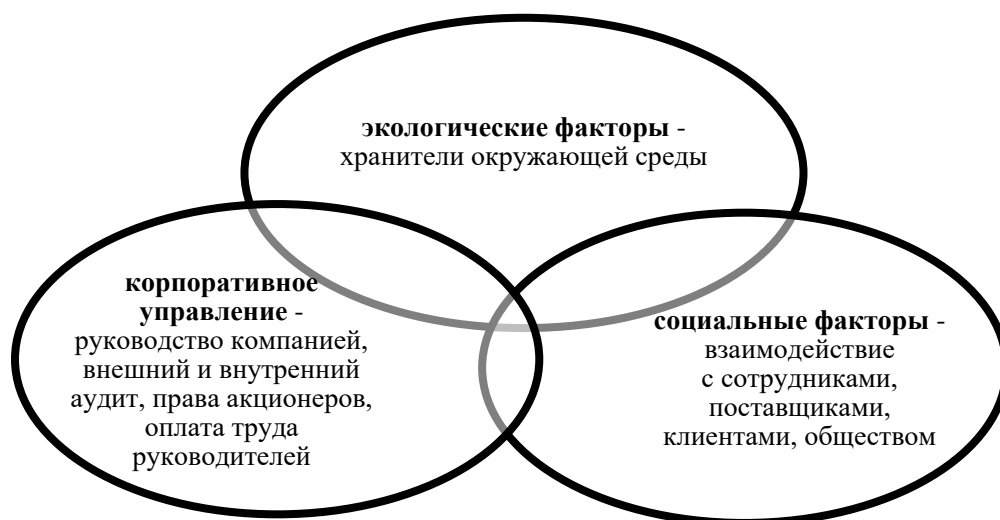


Рис. 1. Взаимосвязь и характеристика ESG-факторов

Стремительное развитие производства стало причиной ухудшения экологии, появления признаков глобального потепления, возрастающего экономического неравенства, что привело к появлению концептуальных документов по устойчивому развитию мировой экономики и ESG-трансформации, и создало дополнительную почву для появления и развития новых финансовых инструментов и критериев.

Тема устойчивого развития и внедрения стандартов ESG в России до недавнего времени обсуждалась реже, чем за рубежом. Мы находимся только в самом начале пути ESG-трансформации. Это связано с недостаточной осведомленностью и ограниченным доступом к экологической, социальной и управленческой информации о компаниях.

Сложившаяся ситуация в мире ускорила проникновение ESG-системы в розничную торговлю, в первую очередь инкассации с использованием автоматизированных депозитных машин (АДМ).

До недавнего времени онлайн-инкассация использовалась в основном крупными розничными торговцами, которые приносили большой и стабильный денежный доход, но в последнее время в поисках путей оптимизации расходов, наметилась тенденция использования АДМ в небольшой розничной торговле, а также в отраслях, которые характеризуются небольшими или сезонными денежными потоками [1, 2].

Онлайн-инкассация позволяет компании серьезно снизить расход бумаги и сократить потребление пластика – например, те же одноразовые мешки для сбора инкассации больше не понадобятся, а сокращение автомобильного трафика за счет отказа от ежедневного заезда инкассаторов приводит к снижению выброса углекислого газа [1; 2].

Ещё одним инструментом трансформации может быть внедрение электронного документооборота. В масштабах крупных сетей ретейла это привело бы к экономии 2,5 тыс. тонн бумаги за два года, что предотвратило бы вырубку почти 140 га лесных массивов. То же самое относится и к онлайн-инкассации. Отказ от печатных и запуск электронных чеков. Вследствие этого маленького шага также можно сократить образование вредных отходов, помочь сэкономить на древесине, воде и электроэнергии, используемых для производства бумажных доходов.

Отказ от использования бумажных чеков в пользу электронных – это демонстрация бережного отношения к природным ресурсам. В состав чековой бумаги входит бисфенол А, этот материал делает бумагу непригодной для вторичной переработки и становится причиной образования большого количества мусора, который попадет на свалки. Он не перерабатывается и копится там годами, отравляя почву. Одним из решений данной ситуации может стать рассмотрение нового состава чековых лет.

В случае невозможности полного отказа от печатных чеков, переработанная бумага послужит отличным материалом для изготовления многоразовых бумажных пакетов, которые станут альтернативой пластиковым одноразовым.

Бумага, в отличие от пластика, в природе разлагается примерно за 1–2 месяца. Также необходимо предоставить покупателю возможность сдавать бумажные пакеты на переработку, чтобы вернуть бумагу в производственный цикл и дать ей ещё одну жизнь. Бумажные пакеты более энергоёмки в производстве, а углеродный след бумажного пакета из первичной целлюлозы в три раза больше, чем у пластикового. В результате российским ретейлерам придется полностью изъять из оборота одноразовые пластиковые пакеты и перейти на многоразовые альтернативы.

Переход на виртуальные карты лояльности. В среднем каждый покупатель пользуется 18 цифровыми картами лояльности: 300 млн карт соответствует 1500 тоннам пластика. Пластик очень долго разлагается в окружающей среде. В зависимости от его вида и погодных условий процесс займет от 100 до 500 лет, а иногда и более. Отказ от пластика – это экологично и экономично.

В торговых сетях работает эффект масштаба: любая мелочь, умноженная на миллионы клиентов, дает весомый результат.

Для крупного и малого бизнеса это не маркетинговый ход, а возможность сделать свой бизнес более прибыльным и внести свой вклад в глобальное дело защиты окружающей среды, при этом получив доверие со стороны потребителей, что немало важно для ретейла.

ESG – это не просто краткосрочное желание понравиться публике. Ответственно работающая компания управляется в целях стратегического развития. Применение критериев ESG, которое на первый взгляд может показаться «следованием моде», в будущем станет одним из аспектов выживания компаний на мировом рынке. Таким образом, применение критериев ESG, которое поначалу может показаться «модой», в будущем станет одним из аспектов выживания компаний на мировом рынке.

Помимо современного подхода, вызванного внедрением цифровых технологий, использование искусственного интеллекта для переформирования задач в предпринимательстве стало новой ступенью в бизнес-пространстве, которая, в свою очередь, ведёт компании на новые уровни.

Список литературы

1. Москвитин Г. И., Вершинина О. В. Инновационные технологии в экономике и менеджменте. М.: Русайнс, 2019. 192 с.
2. Вострикова Е. О. ESG-критерии в инвестировании: зарубежный и отечественный опыт // Финансовый журнал. 2020. № 3. С. 11–13.
3. РБК, 2021: ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать, 2021 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435>.
4. ВикиРу, 2020: ESG-энциклопедия: понятие, сущность и история, 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://esg-wiki.ru/about_esg.
5. Зелёная экономика и цели устойчивого развития для России: коллективная монография / под науч. ред. С. Н. Бобылёва, П. А. Кирюшина, О. В. Кудрявцевой. М., 2019. 284 с.
6. Хетчикова Д. В. Развитие ритейла в условиях ESG трансформации/ Д.В. Хетчикова [Электронный ресурс] // Проспект Свободный – 2022: материалы XVIII Международ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, Красноярск, 25–30 апреля 2022 г. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2022. С. 2590–2592.

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ
**«Современные проблемы
и глобальные вызовы в сфере
обеспечения безопасности
и качества продовольствия»**

ПРОБЛЕМА СЫРЬЕВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ШКОЛЬНОМ ПИТАНИИ

Т. В. Анисимова¹, К. Е. Акатышева¹, Г. Р. Рыбакова^{2*}

¹*Красноярский базовый медицинский колледж имени В. М. Крутовского,
г. Красноярск*

²*Сибирский федеральный университет, г. Красноярск*

Аннотация. Школьное питание должно обеспечивать функцию здоровьесберегающего ресурса, но современная нормативная база и существующая практика едва позволяют обеспечивать минимальные границы требований к его качеству и безопасности. Обеспечение здоровья нации начинается с заботы о детях. Важным этапом в их развитии является период школьного возраста, когда большую часть времени они проводят вне дома – в школе. Процесс обучения сопряжен с набором стрессовых факторов, накопительно снижающих защитные силы организма ребенка или подростка. В статье рассмотрены вопросы возрастных физиологических особенностей школьников, которые следует учитывать при формировании требований при закупках продовольственного сырья для школьного питания, что в свою очередь требует изменения соответствующей нормативной базы, внедрения новых законодательных инициатив на краевом уровне с дальнейшим распространением положительного опыта на другие регионы.

Ключевые слова: школьное питание; государственные закупки; качество и безопасность продовольственного сырья; физиологические особенности отдельных возрастных групп школьников

Система обеспечения безопасного и качественного питания в социальных учреждениях имеет свои особенности и не ограничивается только технологическим приготовлением пищи и доставкой ее конечному потребителю. Во многом безопасность и качество определяются на более ранних этапах и находятся в прямой зависимости от существующего механизма, определяемого правовыми нормами государственных закупок [1; 2].

Когда речь идет о питании в детском возрасте, следует помнить о том, что его соответствие потребностям растущего организма является базисом, на котором закладывается здоровье на всю дальнейшую жизнь человека, в т. ч. на ее качество и продолжительность.

Необходимая интенсивность процессов роста и развития в детском возрасте не должна испытывать дефицита ни в энергетическом, ни в пластическом материале для их осуществления. Но помимо чисто физиологических причин, существует дополнительный психо-эмоциональный спектр проблем, требующий соответствующей адаптации к ним организма на нейро-гуморальном и субстратном уровне. Среди существенных затратных процессов будут адаптационные перестройки и реакции, связанные с новыми коммуникативными взаимодействиями, усвоением большого объема новых знаний, умений и навыков, изменением режима дня, переходом на иной ритм жизни, с большей долей ответственности [3].

Изменение социального статуса ребенка происходит и постепенно в учебном периоде при переходе из младшей школы в среднюю и старшую. Присоединение изменений в гормональной системе не только само по себе может иметь стрессогенность, но и меняет способы реагирования, расстановки приоритетов, самоидентификацию.

На этом фоне режим питания и его качественный состав могут выступать здоровьесберегающим ресурсом, помогающим адаптационным процессам и оптимальному

* © Анисимова Т. В., Акатышева К. Е., Рыбакова Г. Р., 2023

физическому развитию. Для этого питание должно формироваться с учетом факторов, среди которых:

- понимание особенностей пищеварительной системы школьника в зависимости от возраста (до 80 детей из 1000 в возрастном диапазоне 0–18 лет имеют заболевания пищеварительной сферы);
- учет корреляции заболеваний пищеварительной системы, психо-эмоционального статуса и рационов питания с учетом возрастных особенностей;
- вкусовые предпочтения школьников разных возрастных групп – важный аспект привлечения школьников к предлагаемому меню, как с позиций обеспечения сбалансированности питания, так и его регулярности (около 8 % детей пропускают домашний завтрак в подростковом возрасте, до 20 % питаются 1–2 раза в день или заменяют полноценный обед «нездоровой» пищей [3]).

В условиях, когда государство озаботилось вопросом обеспечения школьников горячим питанием, сформирован большой комплект документов, нормирующий разные аспекты в этом направлении [4–6], однако за пределами поля внимания остался вопрос качества и безопасности сырья, поставляемого для приготовления блюд школьного меню. Минимальная цена – главный критерий государственных закупок, что не позволяет гарантировать качества продовольственного сырья. Минимальная цена создает мотивацию поставщика выбирать для поставок продукцию заведомо фальсифицированную либо произведенную с подменой традиционных компонентов на малоценные заменители.

Низкокачественное пищевое сырье не может дать полноценное в пищевом и, что немаловажно для детей, вкусовом отношении, а тем более не может конкурировать с домашней пищей, более привычной для ребенка. Поэтому так часто, чем старше школьник, тем реже он питается в школе, выбирая товары из ближайших торговых точек – чипсы, фаст-фуд и другие «нездоровые» для его формирующейся пищеварительной системы продукты.

Курс, взятый страной на здоровый образ жизни, в качестве целевой аудитории и будущего потенциала страны ориентирован на молодежь. Пока еще часто можно наблюдать, как у молодых родителей собственные нездоровые пищевые привычки с легкостью переносятся на детей. Во многих семьях питание определяется укоренившимися традициями. В этом контексте здоровое питание школьника зависит от воли, дисциплины и информированности родителей. Если же и в школе, и дома качественное питание не обеспечено, это гарантированно меняет структуру заболеваемости детского и подросткового населения. В динамике наблюдается рост количества заболеваний пищеварительной системы – до 30 % [3]. Наличие подобных патологий снижает усвояемость принимаемой пищи, что становится дополнительным фактором негативного влияния на рост и развитие ребенка. Несвоевременная или неточная диагностика и терапия возникающих изменений приводит к прогрессированию заболеваний и серьезным осложнениям.

Рациональное питание детей и подростков определяет их полноценный рост, гармоничность развития органов и тканей, функциональное становление всех систем организма, созревание морфологических структур, оптимальные параметры психомоторного и интеллектуального развития, устойчивость организма к воздействию инфекций и других неблагоприятных внешних факторов. НИИ питания РАМН оценивают ущерб государству в результате неправильного питания в 13 трлн руб. в год. Россельхознадзор заявляет о фальсификации продовольственных товаров до 25 % [3]. Если взять продукцию промышленного производства, предназначенную для детей и детского питания, то картина выглядит совершенно иначе: очень строгие требования к ее сырьевому составу и технологической обработке вынуждают производителя соответствовать установленным нормам. Цена таких продуктов естественным образом будет за-

метно выше и тому есть объяснение: сырье соответствует высоким стандартам качества и безопасности.

Так почему же в школьном питании при попытке добиться такого же результата (сбалансированность состава и формирование структуры продукта в соответствии с возрастными особенностями детей) исходят из заведомо неверной посылки о том, что «во имя борьбы с коррупцией и обеспечения равных конкурентных условий» продукция должна поставляться по минимальной цене?

Обобщая вышесказанное, следует сделать вывод о том, что для обеспечения декларируемых концепциями, национальными программами и другими документами государственного регулирования, нацеленными на обеспечение здоровья нации, формирование культуры здорового образа жизни, на безопасность населения страны, в заботе о детском здоровье следует пересматривать существующую систему снабжения продовольственным сырьем организаций, занимающим обеспечением школьного питания, в т. ч. на законодательном уровне.

Список литературы

1. Научные основы формирования ассортимента пищевых продуктов с заданными свойствами: монография / отв. ред. Л. Н. Меняйло. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. 210 с.

2. Рыбакова Г. Р., Кротова И. В. и др. Системный подход в управлении ассортиментом и качеством продукции: монография. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. 232 с.

3. Про питание: проект доклада по результатам мониторинга закупок питания в образовательных и медицинских учреждениях России // ОНФ «За честные закупки». 2018. 30 с.

4. Концепция развития системы школьного питания города Красноярска на период до 2023 года: одобрена постановлением Администрации г. Красноярска № 485 от 06.07.2021 // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов Кодекс. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/574799092> (дата обращения: 27.11.2022).

5. Методические рекомендации МР 2.4.0179-20. 2.4. Гигиена детей и подростков. Рекомендации по организации питания обучающихся общеобразовательных организаций. М., 2020. 27 с.

6. Методические рекомендации МР 2.4.0180-20. 2.4. Гигиена детей и подростков. Родительский контроль за организацией горячего питания детей в общеобразовательных организациях. М., 2020. 27 с.

СРОК ГОДНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ: ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНА И НАПРАВЛЕНИЕ ЕГО РАЗВИТИЯ В ИНТЕРЕСАХ БИЗНЕСА И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Н. О. Васильева*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Аннотация. Рассмотрена существующая практика функционирования и выявлены особенности применения термина «срок годности пищевых продуктов» в разных, но взаимосвязанных научно-практических сферах. Сопоставлены его дефиниции, представленные в нормативно-правовых и технических документах. Отмечено отступление от отдельных принципов терминообразования, что приводит к затруднениям корректного и полного применения связанных с ним понятий; созданию иллюзии «простоты» термина и, как следствие, значительному объему поверхностной информации по этому вопросу на интернет-сайтах. Обсуждается целесообразность формирования «терминосистемы», ядром которой является термин «срок годности», объединяющим основанием – реализация права потребителя на качественный и безопасный продукт при сохранении экономически обоснованного интереса торговых организаций.

Ключевые слова: срок годности пищевой продукции; стандартизация; терминосистема; потребитель; бизнес; нормативно-правовое регулирование

Обзор современных научных работ показывает, что традиционно максимальную нишу при изучении вопросов, касающихся категории «срок годности пищевых продуктов», занимают технологические исследования, направленные на практику определения сроков годности новых пищевых продуктов, выпускаемых по ТУ; пролонгирование сроков годности серийных продуктов за счет использования инновационных упаковок, консервантов, пищевых добавок, разработку ускоренных методов испытаний и др.

Актуальность настоящего исследования в современной нестабильной социально-экономической ситуации обусловлена появлением и обсуждением на страницах СМИ многочисленных, разноаспектных проблем, поднимаемых бизнес-организациями, напрямую или косвенно касающихся сроков годности пищевых продуктов, но отнюдь не в аспекте сохранности качества и безопасности пищевой продукции, а в ракурсе экономической стороны применения термина в сфере обращения. Заявленная проблема представляет интерес и для специалистов по работе с некоторыми группами непродовольственных и медицинскими средствами, лекарствами.

Объектом изучения и обсуждения являются понятия, связанные с термином «срок годности» и проблемы их применения. Представляется, что ряд вопросов можно было бы исключить на этапе их стандартизации, более последовательно придерживаясь рекомендаций Р 50.1.075–2011 «Разработка стандартов на термины и определения» и требований к терминам, обозначенным в трудах В. О. Винокура, В. М. Лейчика, Д. С. Лотте, А. А. Реформатского и др.

Термин «срок годности» и его определение «срок, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению» с незначительными вариациями зафиксирован в ст. 5. Закона РФ «О защите прав потребителей», ГОСТ Р 51074–2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» и ст. 472, п. 1 Гражданского кодекса РФ [1].

Следует отметить соответствие термина таким требованиям, как краткость, соответствие значения термина выражаемому понятию, лингвистическая правильность. Де-

* © Васильева Н. О., 2023

ривационная способность термина как основы для образования новых терминов прослеживается в виде наличия терминов-словосочетаний уже стандартизированных и широко используемых и востребованных понятий, возможно, требующих узаконивания. В первом случае таковым являются «срок годности пищевой продукции» [2], во втором – «остаточный срок годности» [3].

Принципиальным отличием от корневого термина «срок годности» в Техническом регламенте является подход к его определению с позиции раскрытия условий (причин), при которых продукт становится непригоден к употреблению, что видно из определения, приведенного ниже.

Срок годности пищевой продукции – период времени, в течение которого пищевая продукция должна полностью соответствовать предъявляемым к ней требованиям безопасности, установленным указанным Техническим регламентом и (или) техническими регламентами Таможенного союза на отдельные виды пищевой продукции, а также сохранять свои потребительские свойства, заявленные в маркировке, по истечении которого пищевая продукция непригодна для использования по назначению [2].

Срок годности пищевой продукции определяется на основе СанПиН 2.3.2.1324–03, МУК 4.2.1847–04. В первом документе также дается его определение, которое ожидается должно дублировать, утвержденное законом ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» как основополагающее. При сопоставлении определений в документах, отметим их избыточную многословность и более значимый недостаток – полисемию, т. е. одному термину соответствует два отличающихся по содержанию и формулировке понятия. Это демонстрирует определение, приведенное в СанПиН 2.3.2.1324–03.

Срок годности пищевых продуктов – ограниченный период времени, в течение которого пищевые продукты должны полностью отвечать обычно предъявляемым к ним требованиям в части органолептических, физико-химических показателей, в т. ч. в части пищевой ценности, и установленным нормативными документами требованиям к допустимому содержанию химических, биологических веществ и их соединений, микроорганизмов и других биологических организмов, представляющих опасность для здоровья человека, а также соответствовать критериям функционального предназначения [4].

В данной ситуации оптимальным решением может стать вариант определения, учитывающий наиболее значимые факторы истечения срока годности, с однозначно и четко понимаемыми формулировками, но без чрезмерной их детализации т. п.

Введение, стандартизация, унификация термина и соответствующего ему понятия определяются практическими потребностями, которые с научной точки зрения не должны зависеть от контекста, т. е. должны быть понятны и одинаково трактоваться участниками коммуникационного процесса.

Детальное изучение ст. 472 ГК РФ обнаружило ещё одну сторону определения ключевого термина «срок годности», требующую уточнения, что, соответственно, проецируется и на «срок годности пищевого продукта».

С одной стороны, п. 2 ст. 472 расширяет понятие, конкретизирует термин. С другой, именно это уточнение вызывает вопросы, значительные организационно-экономические и финансовые проблемы у представителей бизнеса, что снижает эффективность функционирования термина.

В соответствии с требованиями ГК РФ «товар, на который установлен срок годности, продавец обязан передать покупателю с таким расчетом, чтобы он мог быть использован по назначению до истечения срока годности, если иное не предусмотрено договором» [1]. Таким образом, последней точкой для выполнения требования могут быть последние часы истечения срока годности для совершения организационной части операции, но такая ситуация не устраивает бизнес.

Поскольку розничные торговцы лишаются временной возможности продать продукт конечному потребителю, то они вынуждены в договорном порядке урегулировать сроки поставки продукции именно по данному параметру.

Продление сроков годности путем изменения состава, упаковки или иными технологическими способами имеет определенные преимущества для потребителя, но выше обозначенную проблему не снимает. Экономически продление срока годности выгодно торговым организациям, так как позволяет закупать большие партии продуктов заранее, а реализовывать позже, получая дополнительную прибыль за счет разницы в закупочных ценах в разные моменты времени. Заметим, что реализация этой возможности торговыми структурами напрямую связана со сроком годности продукта как предмета договора. Именно исполнение п. 2 ст. 472 ГК РФ вызвало появление понятия «остаточный срок годности».

Понятие активно применяется при заключении контрактов на поставку пищевой продукции в рамках Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ [5]. Оно же используется и в договорных отношениях между Ассоциацией производителей и поставщиков продуктов питания и торговыми сетями.

Более очевидной является ситуация по закону № 44-ФЗ, в которой «остаточный срок годности» на момент поставки конечному потребителю не может быть более 12 месяцев, поскольку на этот срок выделяются бюджетные средства, и короче начального на период заключения контракта и время поставки продукции.

В другом случае производители пытаются договориться с торговыми сетями об экономически обоюдовыгодном «остаточном сроке годности». В текущей социально-экономической ситуации производитель находится в наименее выгодном положении в связи с вынужденным переходом на предоплату сырья, ингредиентов и упаковки, а потому его пожелание ослабить требования торговли к оставшемуся на дату поставки сроку годности, установив минимальный порог в 45 % для товаров годностью от года и в 50 % – годностью до 12 месяцев, при текущем значении 60–65 % или даже не ниже двух третей указанного периода (в «Азбуке вкуса», г. Москва) [6] обосновано (*авт*).

Хотя сущность понятия одинакова в обоих случаях, обозначая остаточный период в пределах срока годности, установленного производителем, но экономические цели субъектов при государственных и коммерческих закупках различны, то это следует отразить в терминах с учетом контекста ситуации.

Поскольку понятие не закреплено официально, то оно может быть предложено в качестве предварительного термина со следующим определением: «остаточный срок годности – остаточный период времени с даты изготовления продукции, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению».

Для розничной торговли остаточный срок годности целесообразно рассматривать как ограничивающее условие продажи товара. Предлагаемый нами рабочий вариант: «остаточный срок реализации – период времени, в течение которого товар (пищевой продукт) может реализовываться потребителю».

Усложнение ситуации в экономике, показало, что регулирование ряда проблем зависит как от качества стандартизации и наличия необходимых терминов, так и компетентности применения категорий.

Оценивая положительно законодательную инициативу группы депутатов о проекте федерального закона «О внесении изменений в статью 9 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» о сокращении сроков оплаты за поставку товаров в интересах производителей [7], следует обратить внимание на принятую ими дифференциацию сроков годности как основы для сроки оплаты торговых сетей производителям поставляемых пищевых продуктов.

Период 5 или менее дней включает продукты, реализуемые в срок не более 72 часов, потому и период срока годности, и срок оплаты не позднее 4 дней объективно обоснованы.

Выделение периода от 6 до 9 дней, на наш взгляд, избыточно, поскольку, несмотря на наличие автоматизированных динамических систем отслеживания остаточных сроков годности, увеличивается операционная работа и нагрузка на предприятия торговли. Установив сроки годности от 6 до 30 дней, можно предусмотреть корректировку сроков оплаты в сторону их сокращения по сравнению с действующими. Поскольку объем продаж товаров со сроком реализации до 10 суток (стерилизованное молоко, смеси молочные адаптированные в герметичной таре, колбасы вареные и др.) велик, то сокращение срока оплаты до 20 дней реально.

Позиционирование в отдельную категорию социально значимых продовольственных товаров первой необходимости с указанием срока оплаты до 10 дней не совсем корректно и ставит в затруднительное положение торговые предприятия. Часть продукции уже входит в группу скоропортящихся товаров со сроком оплаты до 4 дней. Другая значительная часть, согласно Постановлению Правительства РФ от 15.07.2010 № 530, имеет сроки годности более 6 суток, тогда оплату почти по всем продовольственным товарам (крупа, сахар-песок, вермишель и др.) придется осуществлять в сокращенный срок, поскольку вычленив объемы, реализованные социальным группам, невыполнимая задача. Применение сроков годности в качестве основания для определения сроков оплаты достаточно.

Развитие, обоснование и решение круга вопросов, замыкающихся на термине «срок годности», предполагает осознанный баланс социальной и экономической составляющих, опирающийся на «пищевой» технологический базис. Инициатива должна исходить от ответственных за этот участок лиц, наделенных соответствующей компетенцией.

Если говорить о «системности» термина, понимая под терминосистемой «упорядоченную совокупность терминов, адекватно выражающих систему понятий специальной сферы человеческой деятельности (торговля), между которыми существует обязательная и неотъемлемая связь, предопределяющая ее структуру» [8], то в нее следует включить: отсутствующий термин «особо скоропортящиеся пищевые продукты», конкретизированный термин «срок хранения», распространяемый на период использования продукта после вскрытия упаковки, «указание сроков годности», остаточный срок годности и др.

Работа по формированию проекта терминов и терминосистемы предполагает групповую работу специалистов из органов по стандартизации, практикующих юристов, экономистов-товароведов и логистов. Для более четкого, корректного изложения ряда положений подзаконных документов (инструкций, методических указаний, санитарных правил и норм и т. п.) безальтернативным является учет мнения технологов перерабатывающих производств, специалистов органов Санэпиднадзора и Роспотребнадзора. Представляется целесообразным дополнить статьи законов востребованными областью действия закона номенклатурными терминами.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 2: федер. закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ (в ред. от 01.01.2022) [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/aca49a991455efe9b9bdd781627bf5e20b1ea904 (дата обращения: 24.11.2022).

2. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» от 09.12.2011 № 880 (в ред. от 14.07.2021) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902320560> (дата обращения: 24.11.2022).

3. Поставщики просят крупные сети ослабить требования по остаточному сроку годности продуктов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/postavshchiki-prosyat-seti-velichit-ostatochnyy-srok-godnosti-produktov-pitaniya-11-oktyabrya-2022-221266> (дата обращения: 12.10.2022).

4. СанПиН 2.3.2.1324-03 Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. М.: Минздрав России, 2004. 21 с.

5. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации (в ред. от 14.07.2022) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902192509> (дата обращения: 24.11.2022).

6. Требования к сроку годности товаров просят ослабить [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.finmarket.ru/main/article/5819892> (дата обращения: 12.10.2022).

7. Система обеспечения законодательной деятельности. Объекты законотворчества. Законопроект № 243186-8 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/243186-8> (дата обращения: 29.11.2022).

8. Кияк Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения: учеб. пособие. Киев, 1989. 104 с.

УДК 332.1: 338.24

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ESG-УСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА НА ОСНОВЕ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Е. А. Герасимова, А. Н. Чаплина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Авторами статьи рассмотрены основные тенденции изменения регионального рынка г. Красноярска, носящие структурный характер. Предложено внедрение ESG-принципов в управление региональным рынком для достижения целей устойчивого развития по группам индикаторов: социальным, экономическим и экологическим.

Ключевые слова: устойчивость; региональный рынок; ESG-принципы; товар; сетевое взаимодействие

Современное состояние экономики многих регионов претерпевает структурные и качественные изменения, связанные с существенной трансформацией, вызванной политическими и экономическими факторами. С начала 2022 г. в России прекратили действие многие международные компании-производители, другие существенно изменили ценообразование. Также многие перемены произошли и в деятельности иностранных торговых компаний, осуществляющих поставки товаров в Россию из-за санкционных режимов. Все это приводит к серьезным изменениям в обеспечении качественными продуктами питания населения регионов, необходимости дополнительного контроля за ценообразованием торговых организаций с целью сохранения уровня жизни людей

* © Герасимова Е. А., Чаплина А. Н., 2023

и социального равновесия. По статистическим данным, в первом полугодии 2022 г. по отношению к первому полугодю 2021 г. индекс потребительских цен по Красноярскому краю составил 115,1 %, на продовольственные товары – 116,5 %, непродовольственные товары – 115,9 %, платные услуги населению – 112,1 % (рис. 1) [5].

В первом полугодии 2022 г. в городе Красноярске повышение цен отмечено по следующим позициям: сметана, кисломолочные продукты, сыры, смеси сухие для детского питания, мясопродукты, в особенности мясо птицы и говядина. Продолжается повышение цен на сахар, кофе натуральный, рис и макароны, торты, шоколад и печенье [5].



Рис. 1. Темпы роста потребительских цен по г. Красноярску в первом полугодии 2022 г., % к январю – июню предыдущего года

Изменение ассортимента продовольственных товаров, снижение доходности населения, увеличение стоимости логистики для производителей приводит к тому, что выбор потребителя становится менее требователен к качеству, составу продукции, ее экологической составляющей. В целях регулирования продуктового регионального рынка, достижения устойчивого развития региона по экономическим, социальным и экологическим параметрам рекомендуется внедрение в политику управления территорией ESG-принципов функционирования субъектов хозяйствования (рис. 2) [1; 2].

В последнее десятилетие многие бизнес-структуры внедрили в свою деятельность ESG-принципы, что позволило значительно повысить уровень их рыночной стоимости, снизить отрицательное экологическое влияние от их деятельности на территорию осуществления предпринимательской деятельности, повысить социальное развитие как персонала организаций, так и местного населения. Однако охват современными правилами бизнес-поведения незначителен, в основном это крупные промышленные предприятия, связанные с осуществлением деятельности на международных рынках. Предприятия малого и среднего бизнеса в этот список входят достаточно редко. В основном это предприятия малого бизнеса, находящиеся в высококонкурентной среде (например, ресторанный бизнес). Концепция предприятия общественного питания (например, ресторана) может быть сразу сформирована как экологически и социально направленного [3; 4].

Формирование региональной политики по развитию территории не должно останавливаться только на бизнес-структурах, должны разрабатываться и реализовываться программы по созданию экосистемы региона, включающие все организационные структуры и население в том числе. Прежде всего это отразится на формировании социально-экологической культуры населения, направленной на сохранение и восстанов-

ление природного равновесия, развитие норм и ценностей социального поведения (связь поколений, поддержка пожилого населения, волонтерское движение и др.). Внедрение таких программ должно обеспечиваться правовыми и экономическими инструментами (как поощрения, так и наказания).

Экологические принципы
<p><i>По экологическим показателям общество определяет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • как деятельность компании влияет на экологию и изменение климата, какие технологии она использует; • какие суммы выделяет на проведение мер по улучшению окружающей среды; • как пытается уменьшить ущерб, который наносится природе, как утилизирует отходы; • как проявляет заботу об окружающей среде, биоразнообразии и землепользовании – как снижает расходы невозобновляемых природных ресурсов и выбросы парниковых газов.
Социальные принципы
<p><i>Социальная ответственность показывает, как организация регулирует отношения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • что для нее значит человеческий капитал, как она управляет человеческими ресурсами; • как заботится о здоровье и безопасности сотрудников, защите их личных данных; • как относится к клиентам и потребителям, какие меры принимает для их финансовой защиты; • какие меры предпринимает для повышения качества и безопасности своих продуктов.
Управленческие принципы
<p><i>Управленческие принципы ESG затрагивают качество управления:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • деловую честность, прозрачность отчетности и оплаты труда сотрудникам; • антикоррупционные меры, налоговые отчисления; • климатическую обстановку в компании, корпоративное поведение, бизнес-этику; • права и механизмы контроля акционеров; • способы принятия управленческих решений.

Рис. 2. ESG-принципы в работе бизнес-компаний

Комплексное устойчивое развитие региона возможно только на основе сетевого взаимодействия всех субъектов территории (бизнес, администрация, образование, население и др.) с помощью цифровых технологий и внедрения инновационных разработок в технологии производства и реализации продукции, а также контроля нормативных экологических и социальных требований. Основные факторы, которые необходимо учитывать при формировании экосистемы региона, отражены на рис. 3.

Для регионов России устойчивое ESG-развитие планируется в рамках концепции развития всей страны с учетом важнейших приоритетов и выбранных траекторий развития в экономической, социальной и экологической сферах для достижения системы общественных целей, сохранения и развития природных и трудовых потенциалов, повышения качественных параметров жизнедеятельности человека [6].



Рис. 3. Факторы устойчивого развития региона

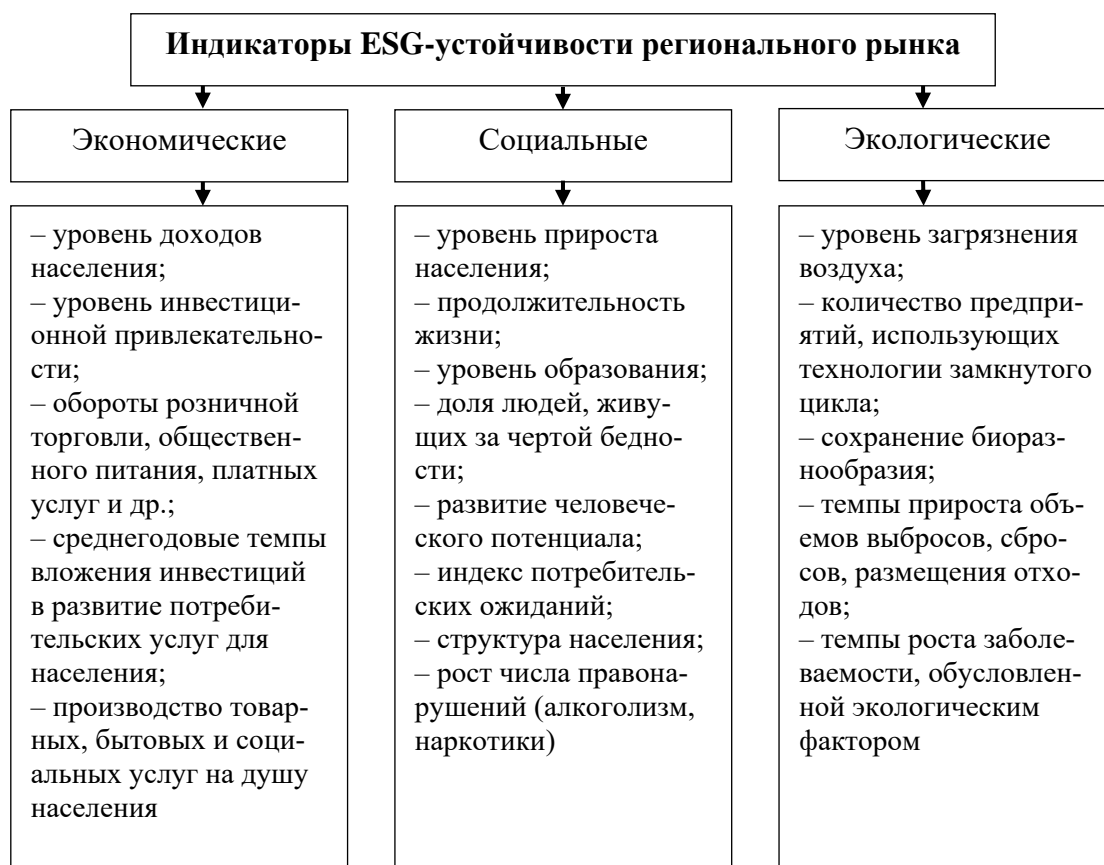


Рис. 4. Индикаторы ESG-устойчивости регионального рынка

Следует учитывать, что социо-экономико-экологические системы характеризуются не только своей сложностью элементов, не простым характером взаимосвязей, а также и динамикой изменений. По мнению авторов, «устойчивость региональной си-

стемы образуется при взаимодействии различных подсистем, которые стремятся к балансу» [7]. В процессе функционирования и развития системы изменяются под влиянием как положительных, так и отрицательных факторов, но не должны покидать выбранной стратегической траектории. Целевым показателем достижения развития региональной системы выступает рост уровня благосостояния населения и сохранение потенциала потребительского рынка.

Система регионального управления потребительским рынком в процессе перехода на модель устойчивого развития проявляется в активном воздействии на параметры и индикаторы функционирования, поддержании желательного режима динамических состояний на основе расширения комплекса используемых методов воздействия. Предлагается оценивать устойчивость развития региональной системы города по группам индикаторов: экономических, экологических и социальных (рис. 4).

В управлении региональными системами немаловажное значение имеет выявление тенденций критериев устойчивости, их взаимосвязи. Исследования показывают, что в регионах России наибольший удельный вес в ESG-устойчивости занимают производственно-потребительские компоненты. Высокая степень устойчивости развития региональной системы достигается при условии, что все значения индикаторов находятся выше границ их пороговых и нормативных величин. При этом положительные значения одних индикаторов достигаются не в ущерб другим. Соответственно, для обеспечения ESG-устойчивости региональных рынков в современных условиях требуется разработка стратегий развития, основанных на сочетании правовых и экономических основ ведения бизнеса, формирования социальной культуры населения и жесткого контроля исполнительными органами норм экологических и социальных требований.

Список литературы

1. Абрамян Г. А. Внедрение ESG-принципов как фактор инвестиционной привлекательности регионов // Многополярная глобализация и Россия: Материалы VIII Международной научно-практической конференции памяти А. Ю. Архипова, Ростов-на-Дону – Таганрог, 20–22 мая 2021 г. Ростов-на-Дону ; Таганрог: Южный федеральный университет, 2021. С. 3–7.
2. Мажорина М. В. ESG-принципы в международном бизнесе и «устойчивые контракты» // Актуальные проблемы российского права. 2021. Т. 16. № 12(133). С. 185–198. DOI 10.17803/1994–1471.2021.133.12.185–198.
3. Редько К. О., Заричанская Е. В. Стратегическое управление ресурсообеспечением предприятия // Актуальные проблемы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы Второй междунар. науч.-практ. конференции, Горловка, 21 апреля 2017 года / отв. ред. Е. П. Мельникова. Горловка: Донецкий национальный технический университет, 2017. С. 412–416.
4. Руденко А. А. Стратегическое планирование и прогнозирование ресурсного обеспечения предпринимательской деятельности // Вестник ПВГУС. Серия Экономика. 2011. Вып. 5(19). С. 36–39.
5. Сайт г. Красноярск: официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.admkrsk.ru/Pages/default.aspx> (дата обращения: 27.11.2022г.).
6. Соколова Н. А., Теймуров Э. С. Соотношение Целей устойчивого развития и ESG-принципов // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). 2021. № 12(88). С. 171–183. DOI 10.17803/2311–5998.2021.88.12.171–183.
7. Чаплина А. Н. Методология и методы управления потребительским рынком для городского населения. Красноярск, 2002. 231 с.

К ВОПРОСУ ОБ ОПТИМАЛЬНОМ ПИТАНИИ ШКОЛЬНИКОВ**Г. С. Гуленкова¹, Г. В. Иванова², Т. В. Анисимова^{3*}**

¹*Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Красноярскому краю, г. Красноярск*

²*Сибирский федеральный университет, г. Красноярск*

³*Красноярский базовый медицинский колледж имени В. М. Крутовского, г. Красноярск*

Аннотация. В условиях реализации современных концепций, нацеленных на здоровый образ жизни, оптимизацию демографической ситуации, увеличение продолжительности и качества жизни населения страны, актуальной задачей является разработка продуктов, обогащенных региональным растительным сырьем. В статье приведен анализ научных исследований по разработке и оценке качества кисломолочного напитка с использованием пюре из ягод морошки в целях оптимизации питания детей и подростков. Ценность морошки определяется богатством состава, сформированного в региональных условиях.

Ключевые слова: здоровое питание; качество; безопасность; дети; демография; заболевания

Приоритетной целью национального проекта «Демография» является увеличение продолжительности жизни граждан трудоспособного возраста за счет снижения смертности. Достижение этой цели возможно путем обеспечения устойчивых изменений в образе жизни, повышения физической активности, отказа от вредных привычек и оптимизации структуры питания детского и взрослого населения. Формула здорового питания складывается из снижения потребления критически значимых для здоровья населения пищевых веществ (пищевая соль, сахара, жиры), недостатка микроэлементов за счет увеличения потребления сбалансированных, в т. ч. функциональных продуктов питания, овощей и фруктов [1–3].

Отсутствие культуры питания, ориентиров в выборе здоровых и безопасных пищевых продуктов, отсутствие знаний о принципах правильного питания приводит к нарушению пищевого поведения. Последствия же неадекватного питания передаются от поколения к поколению. Так, дети, став взрослыми, сохраняют пищевые привычки, заложенные в семье и школе, в большинстве случаев они не являются здоровыми. Подобное пищевое поведение часто приводит к патологическим последствиям – алиментарно-обусловленным заболеваниям: ожирению, гиперлипидемии, артериальной гипертензии, сахарному диабету 2-го типа и другими [1, 3, 7, 8].

Пищевое поведение является определяющим фактором здорового образа жизни и наиболее эффективным путем профилактики большинства неинфекционных заболеваний и продления жизни.

Обучающие программы по вопросам правильного и здорового питания должны быть в первую очередь ориентированы на детскую и подростковую аудиторию. Поскольку структура питания, режим, вкусовые привычки и предпочтения, сформированные в детстве, оказывают влияние на умственное развитие, формирование устойчивости иммунной системы и состояния здоровья на протяжении всей жизни. По мнению диетологов, необходимо придерживаться постоянного режима питания: должен есть не менее 4 раз в день, с промежутками не более 4–5 часов, в связи с чем

* © Гуленкова Г. С., Иванова Г. В., Анисимова Т. В., 2023

главной задачей представляется накормить детей правильно, предложить полезный перекус.

Таким образом, в основе современных представлений о здоровом питании должна лежать концепция оптимального питания, предусматривающая необходимость и обязательность полного обеспечения потребностей организма не только в энергии, макро- и микронутриентах, но и в целом ряде необходимых непищевых компонентов рациона. При этом наладить питание с помощью традиционных продуктов практически невозможно, в связи с чем возникает необходимость в создании новых продуктов с функционально заданными свойствами, а именно с направленными свойствами, заданным составом и учетом строгого контроля соблюдения требований действующей нормативной документации, а также гигиены питания и спроса населения [5].

Наиболее простым способом оптимизации является использование витаминов и биологически активных добавок – веществ для восполнения пищевого дефицита. Самым легкодоступным источником биологически активных веществ являются пищевые и лекарственные растения, содержащие жиро- и водорастворимые комплексы в сбалансированных соотношениях, созданных природой [5; 6].

Морошка (*Rubus chamaemorus L.*), или «северный апельсин», представляет интерес как перспективное растительное сырье с интересным химическим составом, позволяющим коренным северным народам издавна. Использовать ягоду для комплексного оздоровления организма. В ягодах морошки содержатся белки, жиры, углеводы, пектиновые, дубильные, азотистые вещества, клетчатка, лейкоцианы, фитонциды, витамины, нутриенты кроветворного ряда (магний, кальций, калий, железо, алюминий, фосфор, кобальт, кремний), витамины С, В₁, В₃, РР, А, а также фенольные соединения, подавляющие развитие золотистого стафилококка., БГКП, дрожжей р. *Candida*. При регулярном употреблении морошки снижается риск развития авитаминозов и гиповитаминозов, морошку применяют в лечении желудочно-кишечных заболеваний и заболеваний сердечно-сосудистой системы. Кроме того, она обладает кровоостанавливающим, спазмолитическим и противомикробным действием.

Из морошки готовят широкий ассортимент углеводных продуктов: варенье, джемы, компоты, вина и кисели. Однако одной из главных проблем нарушения пищевого поведения является переход от белкового типа питания к углеводному. Поэтому интерес представляет обогащение кисломолочной продукции добавкой, полученной из ягод морошки. Преимуществом кисломолочных напитков является их полезность, потребительская готовность, доступная цена.

В институте Торговли и сферы услуг Сибирского федерального университета были разработаны и рекомендованы к использованию новые рецептуры кисломолочных напитков с добавлением морошкового пюре.

Товароведную оценку качества йогурта с добавлением пюре морошки осуществляли в соответствии с требованиями, регламентированными Техническим регламентом таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции». Полученный йогурт обладал однородной вязкой консистенцией с нарушенным сгустком, с приятным хорошо выраженным морошковым привкусом и наличием нерастворимых включений, характерных для внесенной добавки.

Из физико-химических показателей качества определяли: массовую долю белка, жира, углеводов, кислотность. При этом перечисленные показатели полностью соответствовали нормативным требованиям. Наблюдалось незначительное увеличение массовой доли жира (в пределах 0,3–0,8 % в зависимости от количества вносимой добавки). Установлена корреляция между количеством вносимой добавки и обогащением микронутриентами. Содержание кальция в йогуртах с 10 % добавкой морошкового пюре возросло на 4,6 мг/100 г, калия – на 10 мг/100 г, количество магния у образцов суммарно

составило около 15 %. Микроэлементы играют важную роль в формировании и функционировании сердечно-сосудистой системы, пищеварительной, иммунной и др.

Помимо качества и полезности нового продукта, немаловажным представляется его оценка в соответствии с показателями безопасности. Так, по микробиологическим показателям йогурт с добавкой пюре морошки полностью соответствует требованиям безопасности БГКП, патогенные микроорганизмы, в т. ч. бактерии родов *Salmonella*, *Yersinia* в допустимых значениях не были обнаружены, общее микробное число не превышает допустимых значений.

Таким образом, питьевые йогурты с растительно-витаминной добавкой из морошки имеют высокие органолептические характеристики, удовлетворяют требованиям в части физико-химических показателей качества, обладают повышенной биологической ценностью.

Список литературы

1. Об основах государственной политики Российской Федерации в области здорового питания населения на период до 2020 года: распоряжение Правительства РФ от 25.10.2010 № 1873-р.

2. Об утверждении Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года: распоряжение от 29.06.2016 № 1364-р.

3. Об утверждении концепции создания обучающих просветительских программ по вопросам здорового питания: приказ Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 24.03.2020 № 186.

4. ТР ТС 033/2013. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции»: принят решением Совета Евразийской экономической комиссии от 09.10.2013 № 67.

5. Меняйло Л. Н., Батурина И. А. и др. Научные основы формирования ассортимента пищевых продуктов с заданными свойствами. Технологии получения и переработки растительного сырья: монография. Красноярск, 2015. 210 с.

6. Иванова Г. В. Проблемы традиционного питания коренных народностей севера с позиции экологии человека // Ресурсы регионов России. 2001. № 1. С. 34.

7. Про питание: проект доклада по результатам мониторинга закупок питания в образовательных и медицинских учреждениях России // ОНФ «За честные закупки». 2018. 30 с.

8. Рыбакова Г. Р., Кротова И. В. и др. Системный подход в управлении ассортиментом и качеством продукции: монография. Красноярск, 2017. 232 с.

ТОВАРОВЕДЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА СОКА АПЕЛЬСИНОВОГО РАЗЛИЧНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Г. С. Гуленкова¹, Е. В. Сергиенко², В. А. Рыжук^{3*}

¹Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Красноярскому краю, г. Красноярск

²Омский государственный аграрный университет имени П. А. Столыпина,
г. Омск

³Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Потребление населением соков и сокосодержащих напитков стремительно растет. Увеличение спроса приводит к увеличению количества производителей соков и ассортимента. Данный факт обуславливает предпосылки к увеличению контрафактной и некачественной продукции, которая может вызвать аллергические реакции, расстройство пищеварения и оказать другое нежелательное воздействие на организм человека, в связи с чем исследование качества апельсиновых соков представляется актуальным.

Ключевые слова: товароведная экспертиза; оценка качества; апельсиновый сок; органолептические показатели качества; физико-химические показатели качества

Сок – уникальный напиток, оказывающий на организм положительное влияние (тонизирующее, укрепляющее иммунитет). Одним из наиболее популярных соков традиционно считается апельсиновый. Он содержит витамины: аскорбиновую кислоту, филлохинон, ретинол, токоферол и др., минеральные вещества (медь, калий, фосфор, железо, кальций, магний, селен, цинк), а также более 11 аминокислот.

Целью работы явилась товароведная экспертиза качества соковой продукции на примере апельсинового сока.

Объектами исследования послужили три образца апельсинового сока различных производителей, представленных в торговых сетях Красноярска (табл. 1).

Для достижения поставленной цели был определен ряд задач:

- анализ органолептических показателей образцов соковой продукции;
- анализ физико-химических показателей образцов соковой продукции;
- идентификация исследуемых образцов апельсинового сока.

Упаковка образцов апельсинового сока герметична, сварной и клеевой швы упаковки не пропускают жидкость; не деформируется и не растрескивается при воздействии горячей воды.

Маркировка исследуемых образцов апельсинового сока содержит информационные знаки (цифровой код и буквенное обозначение), идентифицирующие материал изготовления упаковки и нанесена непосредственно на упаковку, а также символ, обозначающий возможность утилизации использованной упаковки – петля Мебиуса. Вся информация нанесена на русском языке, а также на языках государств – членов Евразийского экономического союза.

На упаковках всех исследуемых образцов была обнаружена маркировка, а именно: «Полиэтилен высокой плотности (низкого давления)», «полипропилен», «сталь», «бесцветное стекло», «бумага (картон)/пластик/алюминий». Материал, из которого изготовлена упаковка, определяет его назначение. Так, на упаковках всех образцов присутствует знак «Нетоксичный материал». В соответствии с требованиями Технического регламента «О безопасности упаковки» такая упаковка является пригодной для пище-

* © Гуленкова Г. С., Сергиенко Е. В., Рыжук В. А., 2023

вой продукции. Кроме того, на упаковке присутствуют знаки: «выбросить в урну», «РСТ», «петля Мебиуса» и «ЕАС». В ходе изучения маркировки образцов апельсинового сока были сделаны выводы: маркировка на всех образцах нанесена на русском языке, а также на государственных языках государств – членов Таможенного союза.

Таблица 1

Характеристика исследуемых образцов апельсинового сока

Наименование	Производитель
Сок апельсиновый восстановленный с сахаром «SokoGRANDE». С мякотью. Изготовлен из концентрированного апельсинового сока	Изготовитель: ООО «НАР», Россия, 192148, г. Санкт-Петербург, внутригородская территория (внутригородское муниципальное образование) города федерального значения, муниципальный округ Невская Застава, ул. Ольги Берггольц, д. 35, литера А, помещение 184. Адрес производства: Россия, 188561, Ленинградская обл., г. Сланцы, ул. Чайковского, дом 7а
Нектар апельсиновый с мякотью для детского питания «Фруктовый сад». Для детей старше 3 лет	Изготовитель: (L) ООО «Лебедянский», Россия, 399610, Липецкая область, Лебедянский район, г. Лебедянь, ул. Матросова, д. 7. (1) АО «ВБД», Россия, 127591, г. Москва, Дмитровское шоссе, д. 108. Адрес производства: (N) – «Сибирское молоко» филиал АО «ВБД», Россия, 630088, Новосибирская область, г. Новосибирск, ул. Петухова, д. 33
Сок апельсиновый с мякотью для детского питания «Л7». Восстановленный. Для детей старше 3 лет	Изготовитель: АО «ВБД», Россия, 127591, г. Москва, Дмитровское шоссе, д. 108. Адрес производства: (N) «Сибирское молоко» филиал АО «ВБД», Россия, 630088, Новосибирская область, г. Новосибирск, ул. Петухова, д. 33
Апельсиновый нектар «Добрый». С мякотью. Для питания детей с 3 лет. Минимальное объемная доля сока 50 %	Изготовитель: АО «Мултон», 192236, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Софийская, 14. Адрес производства: (НО) 6630526, Россия, Новосибирская область, Новосибирский р-н, МО Мичуринского сельсовета, проезд Автомобилистов, 8

По результатам органолептической оценки качества, можно сказать, что все образцы сока соответствуют ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей», а также ГОСТ 32103–2013 «Соки фруктовые и фруктово-овощные восстановленные. Общие технические условия».

Из физико-химических показателей качества апельсинового сока были определены наиболее значимые показатели: нетто-объем, содержание сухих веществ, массовая доля витамина С, титруемая кислотность, объемная доля мякоти и сахарокислотный коэффициент (табл. 2, 3).

Таблица 2

Нетто-объем исследуемых образцов апельсинового сока

Образец	Заявленный объем, см ³	Фактический объем, см ³	Отклонение от объема, ΔV, %
Образец 1	750	751	+0,1
Образец 2	950	950	0
Образец 3	970	970	0

Согласно полученным данным у всех образцов фактический объем равен заявленному, а количество сухих веществ в апельсиновом соке составляет более 11,2 %. Следовательно, образцы соответствуют нормативным требованиям.

Физико-химические показатели исследуемых образцов апельсинового сока

Образец	Содержание витамина С, г	Титруемая кислотность, %	Объемная доля мякоти, %	Сахарокислотный коэффициент
Образец 1	13,2	0,7	18	0,2
Образец 2	19,4	0,6	10	0,1
Образец 3	7,9	0,8	28	0,2

Доказано, что витамин С укрепляет иммунную систему человека, а также предохраняет её от вирусов и бактерий, ускоряет процесс заживления ран, оказывает влияние на синтез ряда гормонов, регулирует процессы кроветворения и нормализует проницаемость капилляров. Однако содержание аскорбиновой кислоты в апельсиновых соках не является нормируемым показателем. В результате проведенных исследований установлено, что самыми насыщенным по содержанию витамина С оказались образцы 2 и 1 соответственно.

Повышенная кислотность может негативно влиять на слизистые полости рта и горла, а также желудочно-кишечный тракт, повышая вероятность появления заболеваний ЖКТ (гастрит, язва желудка и другие). Поэтому кислотность является важным показателем качества. Согласно литературным данным, титруемая кислотность в перерасчёте на лимонную кислоту не должна превышать 2 %, исходя из представленных данных, титруемая кислотность всех исследуемых образцов находится в норме.

В соответствии с требованиями ГОСТ 32103–2013 «Соки фруктовые и фруктово-овощные восстановленные. Общие технические условия» массовая доля мякоти в соках с мякотью должна быть не менее 8 %. Из полученных данных следует, что образцы несколько превышают стандартные значения. По результатам определения сахарокислотного коэффициента можно сказать, что исследуемые соки обладают сладким и гармоничным вкусом приблизительно в одинаковой степени.

На основании проведенной товароведной экспертизы апельсинового сока можно сделать вывод о том, что все образцы соответствуют требованиям ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей», а также ГОСТ 32103–2013 «Соки фруктовые и фруктово-овощные восстановленные. Общие технические условия».

Список литературы

1. Рыбакова Г. Р., Кротова И. В. и др. Системный подход в управлении ассортиментом и качеством продукции: монография. Красноярск, 2017. 232 с.
2. ТР ТС 023/2011. Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей: технический регламент Таможенного союза: издание официальное: утвержден Решением Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 № 882: введен впервые: дата введения: 2011-12-09. М.: Стандартинформ, 2019. 50 с.
3. ГОСТ 32103–2013. Консервы. Продукция соковая. Соки фруктовые и фруктово-овощные восстановленные. Общие технические условия = Canned foods. Juice products. Reconstituted fruit, fruit and vegetable juices. General specifications: национальный стандарт Российской Федерации: издание официальное: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28.06.2013 № 332-ст: дата введения: 2014-07-01.
4. Рыбакова Г. Р., Дойко И. В., Федченко Е. А. Качество как конкурентная характеристика фруктовых соков // Проблемы конкурентоспособности потребительских товаров и продуктов питания: сб. научных статей 2-й Междунар. науч.-практ. конференции. Курск, 2020. С. 336–338.

РАЗРАБОТКА И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПРОДУКТА

Ю. И. Дымова, К. М. Алиева*

Кемеровский государственный университет, г. Кемерово

Аннотация. В работе представлена разработка обогащенного драже, предназначенного для питания детей. Дана характеристика компонентам, входящим в состав разработанного продукта и определяющим его функциональную направленность. Определены показатели качества и безопасности разработанной продукции. Установлены рекомендации по применению, условия и сроки хранения.

Ключевые слова: сахаристое кондитерское изделие; показатели качества и безопасности; условия и сроки хранения

Разработка и внедрение в производство обогащенных пищевых продуктов является одним из направлений расширения ассортимента производимой продукции для предприятий-производителей, а для потребителей – одной из возможностей снижения дефицита необходимых нутриентов. Очень важным моментом является ввод на рынок продуктов, которые популярны среди конечных потребителей.

В данной работе в качестве объекта обогащения были выбраны сахаристые кондитерские изделия, поскольку являются разнообразными по ассортименту и пользуются большим спросом среди населения, особенно у детей. А также на продовольственном рынке отмечается дефицит данной группы пищевых продуктов, которые были бы дополнительно обогащены макро- и микронутриентами. Данные факты обосновывают разработку нового вида сахаристого кондитерского изделия функциональной направленности.

В представленной работе разработано драже сахарное, предназначенное для питания детей, активные компоненты которого обладают общеукрепляющим действием и направлены на регуляцию естественного обмена веществ, улучшение моторики и всасывающей способности кишечника, стимуляцию усвоения пищи.

В качестве функциональных компонентов разрабатываемого драже использовали витамин С, сухие растительные экстракты, дрожжи, пантогематоген, концентрированный сок.

Была выбрана сухая форма растительных экстрактов, поскольку они обладают рядом преимуществ в отличие от исходного сырья: длительный срок хранения, технологичность, повышенное содержание БАВ (биологически активных веществ) и их фиксированность по количеству.

Дрожжи с серой содержат в своем составе витамины группы В (В₁ – В₆, В₉) и Е. Данный комплекс оказывает комплексное действие на организм: сохраняет природный обмен веществ, повышает выносливость и транспортную функцию кишечника, оказывает дезинтоксикационное, общеукрепляющее, иммуностимулирующее действие.

Фолиевая кислота поддерживает состояние слизистой оболочки ЖКТ и функцию печени, влияет на образование красных кровяных телец (эритроцитов). Пиридоксин влияет на внешний вид кожи, отвечает за состояние периферической нервной системы, налаживает белковый обмен. Пантотеновая кислота принимает участие в образовании гормонов коры надпочечников, белковом и жировом обменах, синтезе ацетилхолина. Никотиновая кислота воздействует на кровообращение в пределах отдельных органов, функции органов пищеварительной, нервной системы, метаболизм холестерина. Холин

* © Дымова Ю. И., Алиева К. М., 2023

участвует в обмене жиров и налаживает функцию печени. Рибофлавин улучшает внешний вид кожи, зрение и кроветворение, положительно влияет на состояние слизистых оболочек. Тиамин важен для стабильной работы сердечно-сосудистой, эндокринной системы, центральной и периферической нервных систем. Токоферол ингибирует окисление, обладает антиоксидантным действием.

Рябина является природным поливитаминным комплексом, прекрасным общеукрепляющим и тонизирующим средством. Благодаря содержанию в ягодах рябины пектинов тормозится брожение углеводов в организме и подавляется газообразование, тем самым нормализуется работа кишечника.

Липа оказывает противовоспалительное действие в желудке и мочевыводящих путях, улучшает секрецию желудочного сока и желчи, имеет противомикробное, обладает общеукрепляющим, сосудорасширяющим, вяжущим, кровоостанавливающим, слабительным, потогонным действиями.

Концентрированный яблочный сок улучшает работу пищеварительной системы за счет входящих в состав пектиновых веществ, тем самым положительно влияя на организм ребенка в целом. Сок из яблок употребляют при недостатке витаминов, особенно аскорбиновой кислоты, малокровии, он улучшает работу центральной нервной системы и обладает антиоксидантным действием.

Витамин С повышает иммунитет, стрессоустойчивость. Препятствует образованию тромбов в крови, нормализует проницаемость капилляров, необходим для кроветворения, обладает антиоксидантным, противовоспалительным и противоаллергическим действиями. Синергистом витамина являются флавоноиды растительных экстрактов, которые также содержатся в составе.

Пантогаматоген усиливает стрессоустойчивость, повышает иммунитет и умственную способность, снижает утомляемость и нервные перегрузки, улучшает обменные процессы, положительно влияет на мышечную работоспособность [2].

Исследованы органолептические, физико-химические, микробиологические показатели разработанного продукта. Результаты полученных значений представлены в табл. 1–3.

Таблица 1

Фактические значения органолептических показателей

Наименование показателя	Значение показателя
Внешний вид	Форма правильная, округлая. Поверхность блестящая
Вкус и запах	Со вкусом какао, без посторонних привкуса и запаха. Соответствует рецептурному составу данного наименования. Присутствует легкий привкус растительных компонентов
Цвет	Темно-коричневый, равномерный, без пятен
Массовая доля слипшегося и (или) деформированного драже, %	0

В результате проведенной оценки показателей установлено, что образец драже по показателям качества и безопасности соответствует требованиям ГОСТ 7060 и ТР ТС 021 [3; 4].

Для определения срока годности разработанное драже хранили в лабораторных условиях с учетом запаса прочности в течение 15 мес. при 18–25 °С и ОВВ не более 75 %. Продукт упаковали в запаянный с двух сторон полиэтиленовый пакет и вложили в картонную коробку. В течение срока хранения осуществляли товароведную оценку разработанного драже по показателям качества и безопасности.

Таблица 2

Фактические значения физико-химических показателей

Наименование показателя	Значение показателя
Массовая доля влаги, %	3,08 ± 0,89
Массовая доля редуцирующих веществ, %	3,1 ± 0,3
Кислотность, градусы	1800 ± 14
Массовая доля золы, не растворимой в растворе соляной кислоты 10%, %	0,02 ± 0,01
Массовая доля аскорбиновой кислоты, мг/ 100 г	1510 ± 0,7
Средняя масса одного драже, г	0,53 ± 0,02

Таблица 3

Фактические значения микробиологических показателей

Наименование показателя		Значение показателя
Количество мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов (КМАФАнМ), КОЕ/ г, не более		4·10 ²
Масса продукта (г), в которой не допускается:	БГКП (колиформы)	не обнаружено
Дрожжи, КОЕ/ г, не более		менее 10
Плесени, КОЕ/ г, не более		менее 10

На основании исследования показателей качества и безопасности разработанного продукта, а также динамики содержания витамина С в процессе хранения были установлены срок годности и условия хранения – 1 год при температуре не выше 25 °С и ОВВ не более 75 %.

Далее были рассчитаны дозировки, количество драже в день: 2-3 для детей 3–11 лет; 2–4 для детей 11–14 лет; 3–5 для детей старше 14 лет. Прием рекомендуемого количества драже обеспечивает гарантированное поступление в организм ребенка витамина С: 3–11 лет – 50 %; 11–14 лет – 38,5 %; старше 14 лет – 30 %. Драже рекомендуется детям дошкольного и школьного возраста в качестве дополнительного источника витамина С.

Список литературы

1. Захарова О. С., Орлова В. А. Значение микронутриентов и методы их определения в продовольственном сырье и продуктах детского питания // Пищевая промышленность. 2013. № 5. С. 34–37.
2. Гурьянов Ю. Г. Пантогематоген и специализированные продукты с его использованием: новые технологии, оценка качества и эффективности: монография. Кемерово: Кузбассвузиздат, 2010. 288 с. ISBN 5-202-00312-9.
3. ГОСТ 7060–20. Драже. Технические условия = Dragee. Specifications: межгосударственный стандарт: издание официальное: утверждён и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30.09.2022 № 1035-ст: взамен ГОСТ 7060–79: дата введения 2022-10-01 / разработан Научно-производственным республиканским унитарным предприятием «Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации» (БелГИСС). М.: Стандартинформ, 2022. 24 с.
4. ТР ТС 021/2011. О безопасности пищевой продукции: издание официальное: утверждён решением Комиссии Таможенного союза 09.12.2011: введен 01.07.2012. М.: Центрмг, 2022. 288 с.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МАСЛА СЛИВОЧНОГО «КРЕСТЬЯНСКОГО» МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

В. А. Костюченко, Е. А. Федченко, И. В. Кротова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье представлены результаты оценки качества масла сливочного с массовой долей жира 72,5 %, произведенного и реализуемого в розничной торговой сети Ангаро-Енисейского макрорегиона. Исследование органолептических показателей качества позволило установить, что все исследуемые образцы масла соответствуют требованиям стандарта и относятся к высшему сорту. Отклонений по физико-химическим показателям качества не выявлено. Методом люминесцентного анализа не определено наличие растительных жиров в составе, что свидетельствует об отсутствии качественной фальсификации в испытанных образцах масла сливочного.

Ключевые слова: масло сливочное; качество; органолептические показатели; физико-химические показатели качества; растительные жиры

Сливочное масло относится к продуктам массового потребления и является одним из самых ценных пищевых продуктов рациона людей разных возрастных групп.

На протяжении ряда лет на кафедре товароведения и экспертизы товаров ИТиСУ СФУ совместно с ФБУ «Государственный региональный центр стандартизации, метрологии и испытаний в Красноярском крае, Республике Хакасия и Республике Тыва» проводится мониторинг качества и безопасности сливочного масла различных производителей, реализующих свою продукцию на территории Красноярского края [1–3]. Согласно исследованиям, проведенным в 2020 г. [2], 60 % испытанных образцов сливочного масла не соответствовали требованиям ТР ТС 033/2013 и ГОСТ 32261–2013 по микробиологическим показателям, в частности по количеству плесневых грибов и дрожжей. В 2022 г. их количество сократилось до 16,5 % [3]. При этом важно отметить, что в числе недобросовестных производителей сливочного масла, реализуемого в розничной торговле Красноярска, отсутствовали местные товаропроизводители.

Целью настоящего исследования явилась оценка качества сливочного масла с массовой долей жира 72,5 % («Крестьянское»), произведенного на территории Ангаро-Енисейского макрорегиона.

Для достижения цели исследования в розничной торговой сети города Красноярска были закуплены следующие образцы масла сливочного:

1. «Таежный исток», ООО «Красмол», юридический адрес: 660077, г. Красноярск, ул. Весны, д. 26, оф. 404; адрес производства: 662520, Красноярский край, Березовский р-н, п. Березовка, ул. Придорожная, 47г;

2. «Балахтинское раздолье», ООО «СМП-Агро», юридический адрес: 660015, Красноярский край, Емельяновский р-н, п. Солонцы, пр. Котельникова, д. 7, стр. 5; адрес производства: 662977, Красноярский край, г. Железногорск, ул. Южная, 45к, помещение 1, офис 1;

3. «Семенишна», ООО «Саянмолоко», юридический адрес: 662711, Красноярский край, Шушенский р-н, пгт Шушенское, квартал МКК, 1-А; адрес производства: 655600, Р. Хакасия, г. Саяногорск, ул. Металлургов, 2;

4. «Три коровы», ИП Моторина И. Н., юридический адрес: 662200, Красноярский край, г. Назарово, ул. Арбузова, д. 89, кв. 146; адрес производства: 662521, Красноярский край, п. Березовка, ул. Сурикова, 20/1.

* © Костюченко В. А., Федченко Е. А., Кротова И. В., 2023

На момент приобретения образцов продукции в торговых сетях нарушений условий хранения не установлено. Продукция после приобретения была уложена в сумку-холодильник и доставлена для испытаний в лабораторию физико-химических исследований ИТиСУ СФУ.

Анализ маркировки на соответствие требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» показал, что все исследуемые образцы масла содержат регламентируемую документом информацию в полном объеме. Упаковка промаркирована в соответствии с правилами системы обязательной маркировки товаров «Честный знак» – содержит DataMatrix код.

По результатам органолептической оценки качества образцов масла было установлено, что все четыре образца имеют органолептические показатели (вкус и запах, консистенция и внешний вид, цвет), соответствующие требованиям ГОСТ 32261–2013 «Масло сливочное. Технические условия» [4].

Также, в соответствии с ГОСТ 32261–2013, была проведена балльная оценка органолептических показателей качества и состояния упаковки и маркировки масла. Результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты балльной оценки органолептических показателей качества

Образцы торговых марок	Показатели качества, оценка (баллы)				Сумма баллов
	вкус и запах	консистенция и внешний вид	цвет	упаковка и маркировка	
Таежный исток	8	4	2	3	17
Балахтинское раздолье	9	5	2	3	19
Семенишна	10	5	2	3	20
Три коровы	9	4	2	3	18

В ходе проведения балльной оценки было установлено, что все образцы масла относятся к высшему сорту, заявленному в маркировке. Наивысший балл (20) получило масло «Семенишна», наименьшее количество баллов (17) – образец торговой марки «Таежный исток». Для наглядного представления результатов балльной оценки были построены профилограммы [5] оцениваемых показателей качества для каждого образца (рис. 1).

Результаты исследований физико-химических показателей качества масла сливочного представлены в табл. 2.

Как следует из представленных в табл. 2 данных, все исследованные образцы масла сливочного соответствуют требованиям ГОСТ 32261–2013 «Масло сливочное. Технические условия» по таким показателям, как массовая доля жира, массовая доля влаги и титруемая кислотность молочной плазмы. Иными словами, отклонений от норм стандарта по физико-химическим показателям не выявлено.

Определение наличия растительных жиров в сливочном масле проводили с помощью люминесцентного анализа, в результате которого выяснили, что все образцы масла имеют желтое свечение, что свидетельствует об отсутствии растительных жиров в продукте. Данное обстоятельство подтверждает отсутствие качественной фальсификации испытанных образцов сливочного масла, которая возможна путем подмены молочного жира более дешевыми растительными жирами или замены (полной или частичной) масла маргарином [6].

Таким образом, резюмируя результаты проведенных исследований, следует отметить, что масло сливочное красноярских товаропроизводителей ООО «КрасМол», ООО «СМП-Агро», ИП Моторина И. Н., а также производства ООО «Саянмолоко»

(Республика Хакасия) соответствует требованиям ГОСТ 32261–2013 «Масло сливочное. Технические условия» по показателям качества. Неслучайно, согласно проведенному нами интернет-опросу, степень доверия потребителей к анализируемой продукции товаропроизводителей Ангаро-Енисейского макрорегиона выросла с 33 % в 2018 г. до 78 % в 2022 г.

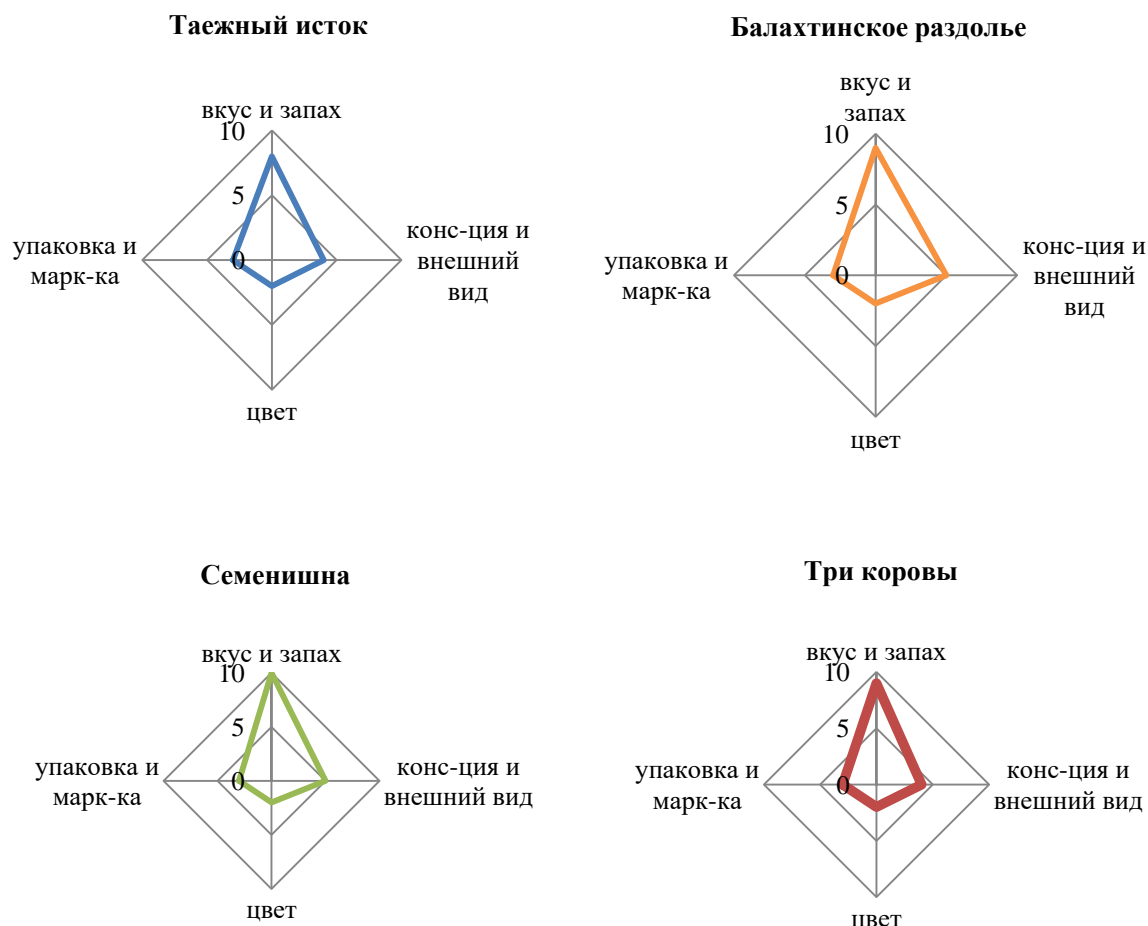


Рис. 1. Профилограммы органолептических показателей образцов масла

Таблица 2

Результаты исследования физико-химических показателей качества масла

Образцы торговых марок	Показатели качества							
	Массовая доля жира, %		Массовая доля влаги, %		Титруемая кислотность, молочная плазма, °Т		Содержание растительных жиров	
	Норма	Факт	Норма	Факт	Норма	Факт	Норма	Факт
1. Таежный исток	Не менее 72,5	74,6	Не более 25,0	22,9	Не более 26,0	18,0	Не допускается	Отсутствуют
2. Балахтинское раздолье		73,3		24,2		22,0		Отсутствуют
3. Семенишна		75,7		21,8		16,0		Отсутствуют
4. Три коровы		75,2		22,3		21,0		Отсутствуют

Список литературы

1. Кротова И. В., Гребенникова А. Е., Зражевская И. В. Региональный рынок потребительских товаров: анализ потребительских предпочтений // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса: сб. материалов II Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск, 24–26 января 2019 г. [Электронный ресурс] / под общ. ред. Ю. Ю. Суслевой. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2019. С. 302–305.
2. Мельник Т. В., Кротова И. В., Шульбаева Л. Э., Савицкая Э. В. Сравнительная оценка качества масла сливочного, реализуемого в торговых сетях г. Красноярска // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса: материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / отв. за выпуск Ю. Ю. Суслева. Красноярск, 2021. С. 80–84.
3. Костюченко В. А., Федосеева Е. В. К вопросу о безопасности сливочного масла, реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска // Проспект Свободный – 2022: материалы XVIII Междунар. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. Красноярск, 25–30 апреля 2022 г. [Электронный ресурс]. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2022. С. 1962–66.
4. ГОСТ 32261–2013 Масло сливочное. Технические условия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200107359>.
5. ГОСТ ISO 13299–2015. Органолептический анализ. Методология. Общее руководство по составлению органолептического профиля. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200137276>.
6. Чепелева Г. Г., Федченко Е. А. Экспертиза масла из коровьего молока. Красноярск: Красноярский государственный торгово-экономический институт, 2006. 66 с.

УДК 658.62.018

ТОВАРОВЕДНАЯ ЭКСПЕРТИЗА РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ

А. В. Крутий, И. А. Зобнина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье изложены результаты товароведной экспертизы десяти различных по сырьевому составу и виду очистки (рафинации) масел.

Ключевые слова: растительные масла; экспертиза масел; определение физико-химических показателей; кислотное число; перекисное число

Анализ маркировки исследуемых образцов осуществлялся в соответствии с ТР ТС 024/2011.

Анализ маркировки показал некоторые особенности: на упаковочном материале 1-го образца (оливковое масло «libetitas») отсутствуют сведения о документе, у 5-го образца (масло из семян тыквы «Только масло») отсутствует «Единый знак обращения». У всех остальных образцов маркировка соответствует требованиям ТР ТС 022/2011. В табл. 1–2 приведены результаты собственных исследований.

* © Крутий А. В., Зобнина И. А., 2023

Данные табл. 1 показывают, что цвет исследуемых образцов жидких растительных масел соответствует исходному сырью и наличию в нем красящих веществ. Варьирует от светло-желтого («Global Village») до желтого с зеленоватым оттенком («Liberitas») и «Только Масло». Кокосовое масло обладает белым цветом, оно твердое из-за специфики жирнокислотного состава.

Все образцы обладают присущим продукту каждого наименования вкусом и запахом.

Таблица 1

Органолептические показатели качества исследуемых образцов

Показатели качества	Масло рафинированное		Масло нерафинированное	
	оливковое «Liberitas»	из косточек винограда «Global Village»	из семян тыквы «Только Масло»	кокосовое «AROY-D»
Прозрачность	Прозрачное, без осадка			Непрозрачный
Цвет	Желтый, с зеленоватым оттенком	Светло-желтый	Желтый, с зеленым оттенком	Белый
Запах	Оливковый, свойственный	Слабый запах виноградных косточек	Тыквенный, свойственный	Кокосовый, свойственный
Вкус	Обезличенный вкус, свойственный		Слабый вкус тыквы, свойственный	Обезличенный вкус, свойственный

Органолептические показатели исследуемых образцов удовлетворяют требованиям нормативных документов, указанных в маркировке, анализ 1-го образца, у которого отсутствует ссылка на документ, осуществлялся в соответствии с ТР ТС 024/2011.

Таблица 2

Органолептические показатели качества исследуемых образцов

Показатели качества	Льняное нерафинированное масло «Алтайский лен»	Кунжутное нерафинированное масло «DIAL-EXPORT»	Рыжиковое нерафинированное масло «Калина-Малина»	Подсолнечное нерафинированное масло «Благо»	Горчичное нерафинированное масло «Сарепта»	Кукурузное рафинированное масло «Кубаночка»
Прозрачность	Прозрачное, без осадка			Прозрачное, без осадка		
Цвет	Желтый	Светло-желтый		Желтый		
Запах	Льняной, свойственный	Кунжутного семени, свойственный	Рыжиковый, свойственный	Свойственные данному наименованию, без постороннего запаха и привкуса		
Вкус	Слабый вкус льна, свойственный	Обезличенный вкус, свойственный	Выраженный рыжиковый вкус, свойственный			

Исходя из полученных результатов исследований, было выявлено, что значения кислотности у оливкового масла «Liberitas» (превышение на 0,8 мг КОН/г), у масла из семян тыквы «Только Масло» (превышение на 1,36 мг КОН/г) и кукурузного масла «Кубаночка» (превышение на 0,91 мг КОН/г) не соответствуют требованиям нормативных документов. По показателям цветного числа имеются превышения: подсолнечное масло «Благо» (на 30 единиц мг йода) и кукурузное масло «Кубаночка» (на 22 единицы мг йода), остальные образцы соответствуют требованиям НД. По показателям йодного числа (у каждого из масел свои интервальные уровни йодного числа) каждый образец входит в интервальные уровни йодного числа, т. е. соответствуют. По показателям пе-

рекисного числа (для этого показателя принят уровень 10 ммоль акт. кислорода/кг) – все образцы соответствуют.

Подведя итог, можно выявить масла, которые полностью соответствуют всем проводимым исследованиям: масло из косточек винограда «Global village», льняное масло «Алтайский лен», кунжутное масло «DIAL-EXPORT», кокосовое масло «AROY-D» и горчичное масло «Сарепта».

Недостаточное количество данных маркировки имеет оливковое масло «Liberitas» и масло из семян тыквы «Только Масло».

Таблица 3

Результаты исследования физико-химических показателей качества растительных масел

Наименование	Кислотное число, мг КОН/г		Цветное число, мг йода		Йодное число, г/100г		Перекисное число, моль активного кислорода/кг	
	Фактическое	Норма	Фактическое	Норма	Фактическое	Данные литер. источн.	Фактическое	Норма
1. Liberitas	1,4	не более 0,6	30	20–30	88,83	80–89	3,8	не более 10
2. Global Village	1,12	не более 4	20	не более 40	138	134–144	3,48	не более 10
3. Алтайский лен	1,68	не более 2,5	70	не более 70	170	170–205	3,8	не более 10
4. DIAL-EXPORT	0,98	не более 1	15	не более 15	110,4	103–117	4,45	не более 10
5. Только Масло	1,96	0,6	100	100	124	115–140	2,85	10
6. AROY-D	0,56	15,0	1	1	9,5	не более 12	3,17	10
7. Благо	1,5	1,5	45	15	128,17	119–145	3,8	7
8. Сарепта	1,12	4	100	100	96,45	93–107	5,1	10
9. Кубаночка	1,26	0,35	40	18	126,26	111–133	4,76	10
10. Калина Малина	4,2	6	100	100	140,2	120–160	3,17	10

Значения кислотного числа имеют несоответствия требованиям НД: оливковое масло «Liberitas», масло из семян тыквы «Только Масло», кукурузное масло «Кубаночка». По показателям цветного числа имеют превышения образцы: подсолнечное масло «Благо» и кукурузное масло «Кубаночка», остальные образцы соответствуют требованиям НД. По показателям йодного и перекисного чисел каждый исследуемый образец находится в пределах допустимых значений.

Список литературы

1. ТР ТС 024/2011 Технический регламент таможенного союза на масложировую продукцию. Введ. 01.07.2013 // Официальный сайт Комиссии таможенного союза. Режим доступа: www.tsouz.ru. 15.12.2011. 32 с.

РАЗРАБОТКА ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО СТЕНДА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ВЛИЯНИЯ УФ-ИЗЛУЧЕНИЯ НА РАФИНИРОВАННОЕ РАСТИТЕЛЬНОЕ МАСЛО

С. Г. Марченкова, Е. П. Корчашкин, Д. А. Демидко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье приводится описание экспериментального стенда для изучения влияния УФ-излучения на растительные масла, размещенные в различных видах стеклянной тары. Обосновывается выбор нанопленок для повышения эффективности длительного хранения масел без снижения их качества.

Ключевые слова: растительное масло; тара; наноматериалы; хранение

Состояние питания населения, качество и безопасность продовольственного сырья и пищевых продуктов являются факторами, имеющими важнейшее значение для сохранения и укрепления здоровья населения.

В последние годы уделяется особое внимание здоровому питанию, составляющей которого является и безопасность продуктов питания – биологическая, химическая, радиационная.

Пищевым достоинством растительных масел является отсутствие в них холестерина. При хранении в растительных маслах происходят процессы, которые могут привести к ухудшению качества масел. Влияние этих процессов зависит от множества факторов, в т. ч. температуры, относительной влажности воздуха, присутствия кислорода воздуха, интенсивности светового воздействия. В литературе есть сведения о том, что автоокисление масел протекает в любом случае независимо от места их хранения, однако на свету окислительные процессы, протекающие в растительных маслах, становятся намного интенсивнее. Там же отмечается [1], что не всегда процесс прогоркания масла сопровождается изменением его органолептических показателей. Разработка оптимальных режимов хранения растительных масел позволяет добиться экономической эффективности при производстве и реализации данного продукта, а также максимальной безопасности потребителей. В Европе бутылка из стекла выступает традиционной тарой для любого растительного масла. Это объясняется общей европейской тенденцией ведения здорового образа жизни и заботы об окружающей среде. Стекло нейтрально в отношении продукта, не вступает с ним в реакцию и не выделяет вредных веществ. Именно поэтому стеклянная бутылка является самым лучшим вариантом для упаковки подсолнечного, оливкового или другого масла, так как надолго сохраняет его качество.

Для защиты от солнечного излучения применяют затемненные стекла, но их эффективность не достаточна. Разработка высокотехнологичного производства защитных пленок на стекле, сохраняющих качество и безопасность пищевых продуктов и предохраняющих продукты питания от УФ, ИК и СВЧ-излучений для развития системы товарных рынков региона и повышения уровня конкурентоспособности, является задачей, поставленной в ряде исследований [2].

Защитные пленки на основе оксидов металлов эффективно препятствуют проникновению УФ-излучения, а также выполняют защитные функции от влажности и агрессивных условий окружающей среды и повышают механическую прочность стеклянной тары [2; 3]. Среди сложнооксидных материалов оксид индия-олова In-Sn-O задерживает не только УФ-излучение, но и ИК- и СВЧ-излучения, что является крите-

* © Марченкова С. Г., Корчашкин Е. П., Демидко Д. А., 2023

рием его эффективности в защите продуктов питания от различных видов излучений. Сложный оксид циркония-иттрия $Zr-Y-O$ также характеризуется рядом ценных свойств, в т. ч. теплостойкостью, высокой механической прочностью, которые рекомендуют его в качестве эффективного защитного покрытия [3].

Таким образом, поиск эффективных способов хранения пищевых масел является актуальной проблемой. Для изучения качественных показателей растительных масел был запроектирован и смонтирован стенд (рис. 1).

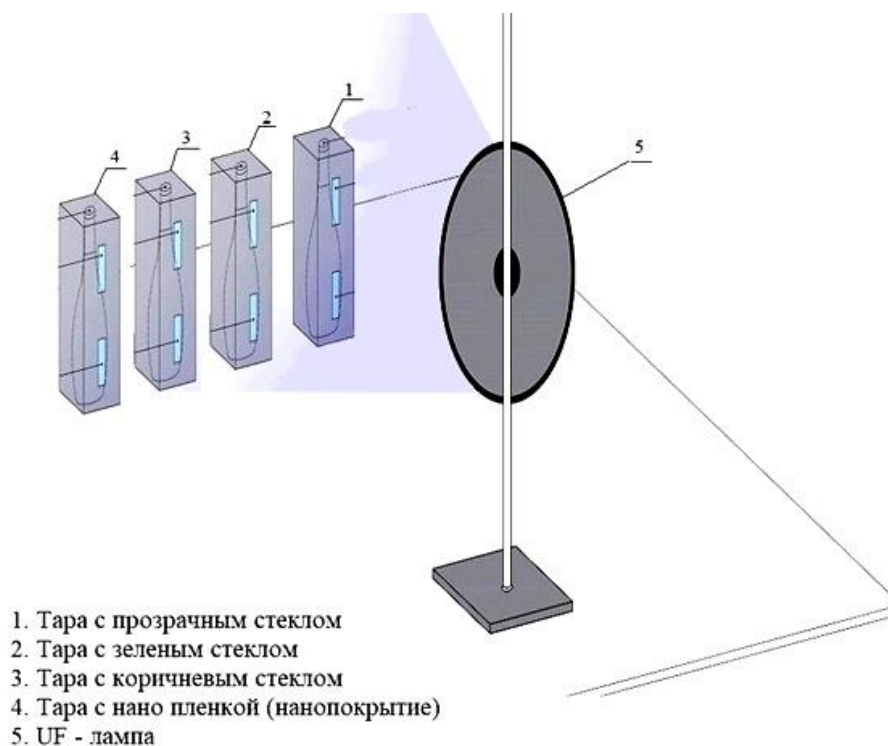


Рис. 1. Схема экспериментального стенда

Стенд представляет собой четыре непрозрачных картонных контейнера, внутри которых помещены стеклянные стандартные емкости объемом 500 мл с растительным маслом. Контейнеры имеют на фасадной части прямоугольные разрезы, внутрь которых вставлены стекла. Площади фасадных непрозрачных поверхностей $0,0252 \text{ м}^2$, площади окон $0,001875 \text{ м}^2$. В первом контейнере установлена емкость из прозрачного стекла, во втором – из зеленого стекла, в третьем – из темно коричневого стекла, в четвертом – из прозрачного стекла с внешним покрытием нанопленками на основе оксида индия-олова ($In-Sn-O$). Теплопроводность обычного стекла при температуре до $100 \text{ }^\circ\text{C}$ составляет $0,4\text{--}0,82 \text{ Вт/м}^\circ\text{C}$. Установлено, что тонкая нанопленка оксида олова снижает коэффициент теплопроводности. Например, коэффициент теплопроводности стекла с пленкой на основе $In-Sn-O$ толщиной 300 нм в диапазоне температур от $-173 \text{ }^\circ\text{C}$ до $+327 \text{ }^\circ\text{C}$, медленно повышается до значения $1,3 \text{ Вт/м}^\circ\text{C}$, но при этом остается ниже коэффициента теплопроводности обычного стекла на 30–70 % [4].

Исходя из анализа приведенных характеристик, авторами предложено использовать его для оптимизации хранения растительного масла. В эксперименте планируется использовать стекла с тонкими пленками $In-Sn-O$ толщиной 300 нм ($1 \cdot 10^{-4} \text{ мм}$) на стеклянных подложках полученными экстракционно-пиролитическим методом [3].

На расстоянии одного сантиметра от фасадной стороны установлен источник УФ-излучения. Источником излучения служит компактная ультрафиолетовая лампа

Camelion LH26-FS E27, мощность 26 Вт, имеющая специальное покрытие колбы, дающее длинноволновое ультрафиолетовое излучение, с длиной волны 365–395 нм, индексом цветопередачи 80–89 Ra.

При изготовлении стенда необходимо учесть следующее: размеры и толщина стекол должны быть одинаковыми, расстояние до источника излучения равное, интенсивность излучения равномерная.

Контейнеры устанавливаются на ровную горизонтальную поверхность на расстоянии одного сантиметра друг от друга. Внутри контейнеров помещаются емкости с подсолнечным маслом объемом 0,7 л. Источник УФ-излучения закрепляется стационарно, с расчетом, что угол падения света полностью охватывал разрезы со стеклом.

Технологическая схема хранения подсолнечного масла (с использованием нанопленки) представлена на рис. 2.

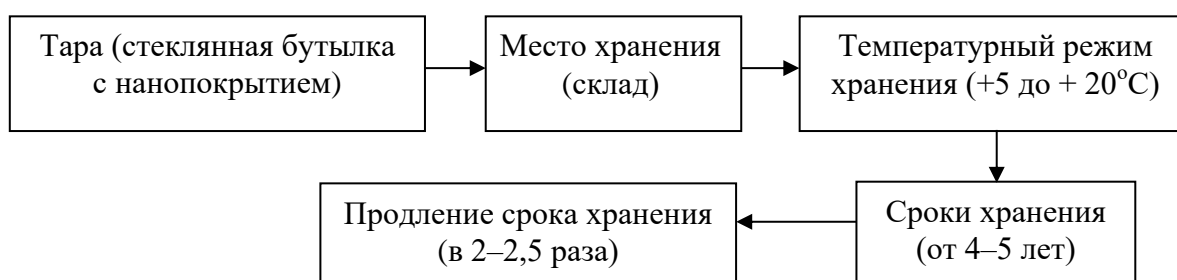


Рис. 2. Технологическая схема хранения растительного масла

На данном стенде планируется провести ряд экспериментов по воздействию УФ-излучения на различные пищевые масла. При этом необходимо учитывать ряд факторов: дату изготовления партии масла, его вид, исходные характеристики. Ранее проведенные работы [2; 5; 6], позволяют предположить, что безопасность растительных масел при их хранении может быть увеличена в 2–2,5 раза (рис. 2).

Список литературы

1. Пищевая порча жиров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://znaytovar.ru/new/587>.
2. Патрушева Т. Н., Марченкова С. Г., Кротова И. В., Логунова Т. В., Холькин А. И. Прозрачные оксидные пленки для защиты продуктов питания от световых излучений // Химическая технология. 2020. Т. 21. № 11. С. 491–497.
3. Patrusheva T. N., Enyutina T. A., Boldyrev V. S., Marchenkova S. G., Snezhko N. Y., Morozchenko D. A., Kholkin A. I. Study of thermal conductivity of glass with zro2-based thin films // Theoretical Foundations of Chemical Engineering. 2014. Т. 48. № 5. С. 677–681.
4. Ломзин А. Г. Жиры, жирные масла, растительные масла. Т. 1. Каталитические свойства. М.: Жиры, 2006. 370 с.
5. Марченкова С. Г., Пушмина И. Н., Соловьев Д. А. Определение качественных показателей подсолнечного масла в условиях искусственного УФ-излучения // Инновационные технологии в пищевой промышленности и общественном питании: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конференции. Екатеринбург, 2021. С. 102–105.
6. Пушмина И. Н., Марченкова С. Г., Патрушева Т. Н. Применение инновационной упаковки с нанопокрывтием для оптимизации процесса хранения растительных масел // Инновационные технологии в пищевой промышленности и общественном питании: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конференции. Екатеринбург, 2021. С. 133–136.

ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА СЫРА ТВОРОЖНОГО

Д. В. Михалькова, О. Ю. Веретнова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной работе представлены основные требования, предъявляемые к качеству сыра творожного, а также результаты исследований по выявлению соответствия или несоответствия пяти образцов сыра творожного разных торговых марок этим требованиям.

Ключевые слова: творожный сыр; маркировка; балльная оценка качества; органолептические и физико-химические показатели качества

Проблема качества и безопасности товаров с давних пор стояла перед человеком и является актуальной по сегодняшний день. В современном мире технологий и развитой химической промышленности у производителей появляется возможность уменьшить себестоимость готового продукта путём замены натуральных и качественных ингредиентов на более дешёвые, синтезированные человеком. От этого страдает качество готового продукта. Сыр творожный является одним из наиболее востребованных продуктов у населения России. Причинами его распространения являются широкое применение как в кондитерском искусстве, так и во многих ресторанных блюдах, что обусловлено его органолептическими свойствами и высокой пищевой ценностью.

Цель данного исследования – выявление соответствия показателей качества сыра творожного требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки» [1] и ГОСТ 33480–2015 «Сыр творожный. Общие технические условия» [5].

Исследование качества товара начинается с анализа маркировки (табл. 1). Для исследования были взяты образцы сыра творожного Hochland, DANONE, Violette, Bonfesto и Almette.

В результате анализа маркировки было выявлено, что все образцы соответствуют требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки» (сведения о наличии ГМО можно не указывать в том случае, если генно-модифицированные организмы не присутствуют в готовом пищевом продукте).

Таблица 1

Анализ маркировки сыра творожного от разных производителей

Информация на маркировке	Hochland	DANONE	Violette	Bonfesto	Almette
Наименование ПП*	Творожный сыр Hochland сливочный	Творожный сыр классический DANONE	Сыр творожный «ВИОЛЕТТА» сливочный	Сыр творожный «Кремчиз воздушный» сливочный	Творожный сыр «Альмете» сливочный
Состав	+	+	+	+	+
Количество ПП, г	140	140	140	125	150
Дата изготовления	29.10.2022	02.09.2022	14.10.2022	18.09.2022	05.10.2022
Срок годности	до 26.02.2023	до 31.12.2022	до 11.02.2023	до 17.03.2023	02.02.2023

* © Михалькова Д. В., Веретнова О. Ю., 2023

Информация на маркировке	Hochland	DANONE	Violette	Bonfesto	Almette
Условия хранения	От +2 °С до +8 °С до и после вскрытия упаковки	От +2°С до +6°С до и после вскрытия	От +2 °С до +6 °С и ОВВ не более 85 % до и после вскрытия упаковки	Хранить до и после вскрытия при темп. от + 2°С до +6 °С	От +2 °С до +8 °С до и после вскрытия упаковки. После вскрытия хранить не более 72 ч
Наименование и место нахождения изготовителя	ООО «Хохланд Руссланд», Россия, 309000, Белгородская обл., п. Прохоровка, ул. Мичурина, 48	ОАО «Брянский молочный комбинат», 241027, Россия, Брянская обл., г. Брянск, ул. 50-й Армии, д. 26	АО «КАРАТ», Россия, 127254, г. Москва, ул. Руставели, вл. 14, стр. 11	ОАО «Туровский молочный комбинат», Республика Беларусь, 247980, Гомельская обл., Житковичский р-н, г. Туров, ул. Ленинская, 154	ООО «Хохланд Руссланд», Россия, 140126, Московская обл., г. о. Раменский, п. Раменской агрохимстанции (РАОС), д. 16
Рекомендации по использованию	+	+	+	+	+
Пищевая ценность, г на 100 г: белки жиры углеводы Энергетическая ценность, Дж/ккал	6,1 22,2 3,5 985/238	8,1 21,6 2,3 988/239	6,1 22,2 3,5 985/238	5,8 22,0 – 910/220	6,0 27,4 2,8 1163/282
Сведения о ГМО**	–	–	–	–	–
Единый знак обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза	+	+	+	+	+
Нормативный документ	ГОСТ 33480–2015	ГОСТ 33480–2015	ГОСТ 33480–2015	ТУ ВУ 490871155.025-2021 ТИ РБ 490871155.033	ГОСТ 33480–2015
Процент жирности, %	Не менее 60	Не менее 60	70	65	Не менее 60

Примечание: *ПП – пищевая продукция; **ГМО – генно-модифицированные организмы

Маркировка всех образцов отвечает требованию трёх «Д» – достоверность, доступность и достаточность. Достаточность информации предполагает наличие полной информации и исключает представление её как неполной, так и излишней. Достоверность выражается в правдивости и объективности сведений о товаре. Правило доступности также соблюдено на всех образцах, так как информация, представленная на упаковке, является легко читаемой благодаря оптимальному размеру шрифта, контрастной по отношению к цвету упаковки/этикетки и качественной аккуратной печати.

В процессе исследования качества сыра творожного была разработана балльная шкала органолептической оценки. В соответствии с ней максимальное количество баллов набрал образец Hochland – 100 баллов. Остальные образцы DANONE, Violette, Bonfesto и Almette набрали от 96 до 98 баллов [4].

Итоги проведения органолептической оценки качества сыров творожных представлены в табл. 2.

В соответствии с ГОСТ для внешнего вида допускается наличие незначительного количества сыворотки на поверхности продукта, что присутствует у образца торговой марки Bonfesto; вкус и запах всех образцов – чистый кисломолочный; консистенция мягкая, нежная, пластичная, мажущаяся, однородная по всей массе; цвет всех образцов белый, равномерный по всей массе.

Таблица 2

Органолептическая оценка показателей качества сыров творожных

Показатель	Исследуемые образцы				
	Hochland	DANONE	Violette	Bonfesto	Almette
Внешний вид	Поверхность ровная, гладкая, сыворотка отсутствует	Поверхность ровная, с наличием воздушных пустот, сыворотка отсутствует	Поверхность ровная, гладкая, сыворотка отсутствует	Поверхность неровная, с наличием воздушных пустот, сыворотка присутствует	Поверхность ровная, гладкая, сыворотка отсутствует
Вкус и запах	Выраженный творожный, кисломолочный	Выраженный кисломолочный, сливочный	Выраженный-кисломолочный	Выраженный кисломолочный, в меру солоноватый	Нежный, выраженный сливочный, кисломолочный
Консистенция	Плотная, мажущаяся, однородная	Воздушная, однородная	Плотная, однородная	Воздушная, однородная	Пластичная нежная, слегка мягкая, однородная
Цвет	Белый, однородный	Белый, однородный	Белый, однородный	Белый, однородный	Белый, однородный
Балльная оценка	100	96	96	97	98

По итогам органолептической оценки было выявлено, что все исследуемые образцы соответствуют требованиям ГОСТ 33480–2015 «Сыр творожный. Общие технические условия».

В процессе физико-химической оценки качества сыра творожного оценивались такие показатели, как титруемая кислотность и качественная реакция на крахмал в готовом продукте [2].

Титруемая кислотность является одним из наиболее важных физико-химических показателей качества продовольственных товаров. Она указывает на их свежесть и нарушение/соблюдение указанной рецептуры. Крахмал используют в качестве загустителя в силу его дешевизны.

Результаты проведения испытаний на титруемую кислотность и качественной реакции на крахмал приведены в табл. 3.

Таблица 3

Результаты определения кислотности анализируемых образцов сыра творожного

Показатель	Hochland	DANONE	Violette	Bonfesto	Almette	Требования ГОСТ
Титруемая кислотность, °Т	90,4	80,5	81,1	64,6	73,5	70–200
Реакция на крахмал	–	–	–	–	–	Не допускается

Результаты физико-химической оценки качества исследуемых образцов показали, что титруемая кислотность образцов Hochland, DANONE, Violette и Almette соответствуют требованиям ГОСТ 33480–2015 «Сыр творожный. Общие технические условия», в то время как кислотность образца Bonfesto ниже той, что установлена стандартом, однако это допустимо, так как сыр данной торговой марки изготовлен по требованиям ТУ ВУ 490871155.025-2021 и ТИ РБ 490871155.033. Крахмал во всех образцах отсутствует.

Полученный уровень кислотности указывает на то, что исследуемые образцы свежие, без чрезмерного развития микрофлоры в готовом продукте. Далее можно сделать вывод, что на протяжении всего жизненного цикла сыров творожных марок Hochland, DANONE, Bonfesto, Violette и Almette соблюдались температурно-влажностные режимы при их хранении [3].

По итогам проведенной работы было выявлено соответствие анализируемых образцов сыров творожных марок Hochland, DANONE, Violette, Bonfesto и Almette требованиям, предъявляемым к качеству сыра творожного и рассмотренным в настоящей работе.

Список литературы

1. ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки».
2. ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».
3. ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции».
4. ГОСТ 33630–2015. Сыры и сыры плавленые. Методы контроля органолептических показателей : утв. и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 07.12.2012 № 219-ст.
5. ГОСТ 33480–2015. Сыр творожный. Общие технические условия : утв. и введён в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 23.11.2015 № 1937-ст.

УДК 574*581.9*579.2

ТОВАРОВЕДНО-ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПЕЧЕНЬЯ СДОБНОГО РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

А. А. Моргун, И. В. Дойко, И. А. Зобнина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Статья посвящена комплексному исследованию печенья сдобного разных торговых марок по основным показателям качества. Проведен анализ состояния упаковки и маркировки исследуемых образцов печенья сдобного, определены идентифицирующие органолептические и физико-химические показатели качества.

Ключевые слова: печенье сдобное; качество; органолептическая оценка; балльная оценка; физико-химические показатели

Кондитерские изделия пользуются в России большим спросом. Даже несмотря на текущую обстановку в стране, принятые санкции в отношении РФ, они остаются одними из покупаемых товаров. Печенье – одна их самых распространённых подгрупп

* © Моргун А. А., Дойко И. В., Зобнина И. А., 2023

мучных кондитерских изделий, хотя и не входит в состав «потребительской корзины», но является востребованным продуктом питания и пользуется спросом у всех слоев населения. Ассортимент печенья постоянно расширяется, производители предлагают потребителям печенье с многообразными вкусами, формами и начинками [3; 4].

Товароведная экспертиза является одним из эффективных средств повышения качества товаров и совершенствования ассортимента.

Целью работы являлось проведение товароведно-экспертной оценки качества сдобного печенья разных производителей, реализуемого на рынке в г. Красноярск.

В соответствии с поставленной целью в работе решали следующие задачи: оценка оригинальности и состояния упаковки исследуемых образцов; анализ маркировки образцов сдобного печенья; определение органолептических и физико-химических показателей качества сдобного печенья; сопоставление полученных результатов с данными нормативной документации.

Объектами служили десять образцов сдобного печенья, приобретенные в розничной торговой сети Красноярск: «Американское», «Дженс», «Клубника», «Овес и клюква», «Творожное», «Овсяное», «Творожное с изюмом», «С лимоном», «Бискви-Шок», «Пиччи». Исследование проводилось в лаборатории кафедры «Товароведения экспертизы товаров» ИТиСУ СФУ.

Визуальная оценка: все образцы сдобного печенья упакованы в флоупак упаковку с односторонней пленкой. Установлено, что упаковка герметична, текст маркировки четкий, размер шрифта комфортный для прочтения, пачки массой не более 400 г.

Идентификацию маркировки проводили в соответствии с Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ГОСТ 24901–2014 «Печенье. Общие технические условия» [1; 2].

Показатели маркировки делятся на обязательные и дополнительные. Рассмотрим обязательные, к ним относятся наименование, состав, количество, дата изготовления, срок годности, условия хранения, рекомендации, показатели пищевой ценности в пищевом продукте, наличие ГМО, единый знак обращения на рынке. Идентификация маркировки показала наличие основной информации у всех исследуемых образцов печенья. Следовательно, при анализе маркировки не выявлено отклонений от нормативных документов, так как все образцы соответствовали ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ГОСТ 24901–2014 «Печенье. Общие технические условия» [1; 2].

Важнейшими органолептическими показателями качества являются вкус, запах, форма, поверхность, цвет, вид в изломе. Последнее делится в зависимости от пропеченности печенья: с начинкой и без начинки. Форма и цвет же зависят от вида печенья. Поверхность может быть как гладкой, так и шероховатой. Вариаций вкуса и запаха также множество, однако, они должны соответствовать рецептуре печенья.

Проведенные исследования по органолептическим показателям качества показали, что печенье всех исследуемых образцов обладает соответствующим рецептуре вкусом и запахом, посторонних не обнаружено. Форма круглая, вид в изломе пропеченный, без пустот и следов непромеса у всех образцов, за исключением печенья «Дженс». Данный образец не подтвердил соответствие требованиям по органолептическим показателям настоящего стандарта, ввиду наличия неправильной формы с неровными краями и неравномерности цвета.

Печенье сдобное «БисквиШок» также имеет несоответствие по органолептическим показателям, а именно шоколад на нижней части печенья распределен неравномерно, вследствие чего поверхность была неровной. Это может быть связано с неправильным хранением, а именно изменением температурного режима. Кроме того, у образца печенья «С лимоном» отмечено много пустот в изломе, что говорит о нарушении

ях в процессе производства. Поверхность сдобного печенья должна быть неподгорелой, без вздутий, лопнувших пузырей и вкраплений крошек. Отделка верхней поверхности должна соответствовать рецептуре. Остальные образцы полностью соответствовали нормам ГОСТ 24901–2014 «Печенье. Общие технические условия» по показателям: цвет, вкус и запах, форма, вид в изломе.

Кроме органолептической оценки, была проведена оценка по 20-балльной шкале. На основании результатов балльной оценки исследуемых образцов можно сделать вывод, что наибольшее количество баллов (19) у образцов «Дженс», «Овес и клюква», «Творожное с изюмом», на балл ниже набрали образцы «Творожное» и «Пиччи». Таким образом, образцы печенья «Дженс», «Творожное», «Овес и клюква», «Творожное с изюмом» и «Пиччи» соответствуют оценке отлично. Образцы «Овсяное», «С лимоном», «Клубника», «Американское» соответствуют оценке хорошо. Образец «БисквиШок» показал наименьшее количество баллов и соответствует оценке удовлетворительно.

Исследуемые образцы печенья были подвергнуты проверке на соответствие следующим физико-химическим показателям: намокаемость, щелочность, массовая доля влаги, жира и сахара. Настоящие показатели исследованы по стандартным методикам.

Намокаемость является одним из важнейших показателей, характеризующим пористость изделий, а также их плотность и рассыпчатость. В соответствии с требованиями стандарта данный показатель должен составлять не менее 150 %. Максимальный результат отмечен у печенья «Творожное» и равен 182 %, что говорит о соответствии образцов стандарту. Однако печенье сдобное «БисквиШок» показало значение намокаемости равное 140 %, что не соответствует требованиям нормативного документа.

Щелочность печенья обусловлена наличием соды или аммиака, образующихся при разложении химических разрыхлителей. Повышенное содержание этих веществ ухудшает вкус печенья и отрицательно сказывается на пищеварении. Показатель щелочности не должен превышать 2 град., однако печенье сдобное «Американское» показало 3 град. щелочности. Предположительно данный показатель завышает начинка. Так как она однородна в массе печенья, исключить ее из образца для получения вытяжки не предоставлялось возможным. В соответствии с действующим ГОСТ 24901–2014 щелочность в печенье с начинкой не определяют.

Настоящее исследование показало, что по физико-химическому показателю «массовая доля влаги» все образцы соответствовали требованиям стандарта (не более 16 %).

Результаты массовой доли жира можно сравнивать не только с требованиями стандарта, но и с информацией на маркировке. По результатам можно отметить, что все образцы соответствовали требованиям ГОСТ и соответствовали информации, приведенной на упаковке.

Следующим исследуемым показателем будет определение массовой доли сахара. Исследования показали, что все исследуемые образцы содержали не более 45 % сахара. Печенье сдобное «Овсяное» и «Клубника» содержали наибольшее количество сахара, так как имели добавку в виде клубничного джема.

Полученные результаты наглядно демонстрируют, что подавляющее большинство образцов полностью подтвердили соответствие действующим нормативным документам. Причиной отклонений по физико-химическим исследованиям образца «Дженс» является технологическая особенность продукта, благодаря которой в том числе печенье имеет мягкую, нежную текстуру при выраженном вкусе овсяного печенья. Выявленное превышение показателя «щелочность» для образца «Американское» назвать «нарушением» будет некорректно, так как действующий стандарт указывает: «Щелочность в печенье с начинкой не определяют». Следовательно, если образец не должен подвергаться настоящему исследованию, то и требования к щелочности продукта обра-

зец не нарушает. Также у печенья «БисквиШок» выявлено нарушение по показателю намакаемости, возможно, это связано с наличием шоколада на нижней части печенья. По массовой доле жира и сахара все образцы соответствуют нормативным документам.

Таким образом, проведение товароведной экспертизы позволило оценить качественные характеристики продукции, которые нужны потребителю при выборе печенья.

Список литературы

1. ТР ТС 022/2011 Пищевая продукция в части ее маркировки : введ. 09.12.2011. утв. Решением Комиссии Таможенного союза. 29 с. Режим доступа: <http://www.cntd.ru>.

2. ГОСТ 24901–2014. Печенье. Общие технические условия : введ. 01.01.2016. М.: Стандартинформ, 2015.

3. Дойко И. В., Рыбакова Г. Р., Федченко Е. А. К вопросу о качестве мучных кондитерских изделий, реализуемых на рынке г. Красноярск // Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 75-летию со дня рождения В. Н. Николаева. Чебоксары, 2013. С. 222–225.

4. Трофимова Р. В., Федченко Е. А., Дойко И. В. Экспертиза качества некоторых видов кондитерских изделий, реализуемых на рынке г. Красноярск // Экономика. Психология. Бизнес. 2007. № 14-15. С. 79–83.

УДК 005.6

ТРУДНЫЙ ПУТЬ К КАЧЕСТВУ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ: КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ?

В. Н. Моргун, Т. В. Мельник*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Аннотация. В работе рассмотрены основные проблемы, связанные с качеством продовольственных товаров на потребительском рынке. В их число входят: недостаточная эффективность системы государственного контроля и надзора за качеством продуктов, в т. ч. автоматизированных систем контроля, состояние системы стандартизации продовольственных товаров, сложившаяся практика недобросовестной конкуренции. Рассматривается влияние на рынок законодательства об органической продукции и продукции с улучшенными характеристиками. На основании данных мониторинга качества социально значимых товаров делается вывод о сохранении неудовлетворительного состояния качества этих товаров, анализируются причины такой ситуации. В качестве одного из возможных путей улучшения положения предлагается механизм зонтичного территориального брендинга товаров с улучшенными характеристиками качества.

Ключевые слова: продукция; контроль качества; система маркировки; органическая продукция; продукция; сырье и продовольствие с улучшенными характеристиками

Приходится констатировать, что до настоящего времени проблема незаконного оборота промышленной продукции не утратила актуальности. Несанкционированный

* © Моргун В. Н., Мельник Т. В., 2023

ввоз, производство и оборот контрафактной и фальсифицированной продукции является двигателем недобросовестной конкуренции на потребительском рынке, тем самым нанося серьезный ущерб экономике страны, вводит потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств и происхождения продукции. В условиях ухода от прямой конкуренции подобным образом возникает опасность технологического отставания предприятий промышленности и непродуктивная направленность научных и опытно-технологических разработок. Особую опасность представляет контрафактная и фальсифицированная продовольственная продукция, поскольку она может причинить прямой, отложенный и не всегда прогнозируемый вред жизни, здоровью и имуществу граждан.

Сложившаяся ситуация обусловлена наличием таких факторов, как низкая эффективность осуществления контрольной и надзорной функций органов исполнительной власти и частичная коммерциализация контроля (например, в сертификации и испытаниях), низкий уровень предпринимательской этики, низкий уровень доходов основной массы населения и, как следствие, низкий уровень покупательной способности, неразвитость общественного контроля. Одним из наиболее значимых факторов является монополизация рынка и лоббизм монополий. Практически не возникает действенных мотивов для изменения ситуации к лучшему.

С целью противодействия обороту контрафактной и фальсифицированной продукции в России были введены новые специальные инструменты регулирования, такие как обязательные системы маркировки и прослеживания товаров. Крупнейшей на сегодняшний день системой маркировки является система «Честный знак», которая охватывает товары лёгкой промышленности, шубы, обувь, табак, лекарства, молочную продукцию, шины, духи, туалетную воду и ряд других товарных групп [1]. Планируется, что к 2024 г. единая национальная система маркировки охватит все отрасли промышленности. Среди других работающих систем можно назвать системы ЕГАИС для контроля оборота алкогольной продукции, учёта древесины, шубной продукции и др. Тем не менее результаты исследований показывают, что фактическое состояние дел не всегда соответствует целям и масштабам предпринятых государствами инициатив по контролю рынка.

Красноярский ГАУ, в рамках государственного контракта Министерства сельского хозяйства и торговли Красноярского края, в 2022 г. выполнял работы по мониторингу качества и безопасности продовольственных товаров, реализуемых на территории Красноярского края.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что, доля фальсифицированной продукции реализуемой в торговых сетях края, продолжает оставаться достаточно большой. По результатам испытаний закупленных образцов масла сливочного с д.м.ж 72,5%, установлено, что только 35% образцов продукции, по исследованным показателям, соответствуют требованиям нормативно-правовой и нормативной документации. В то же время 65% образцов продукции, по исследованным показателям, не соответствуют требованиям, из них: по органолептическим показателям – 38,5%; по физико-химическим показателям – 53,8%; по микробиологическим показателям – 30,8%; фальсификация растительными жирами составляет 30,8%; нарушения в части маркировки потребительской упаковки – 61,5%. По результатам испытания закупленных образцов сосисок «Молочных» установлено, что 100% образцов продукции, по исследованным показателям, не соответствуют требованиям нормативной и нормативно-правовой документации, из них: по физико-химическим показателям – 35%; по микробиологическим показателям – 15%; по идентификации сырьевого состава – 100%; по нарушениям в части маркировки потребительской упаковки – 100%.

Данные мониторинга свидетельствуют о том, что, несмотря на прилагаемые государственными усилия, введение различных систем маркировки и прослеживания товаров,

эти системы не обеспечивают и не гарантируют качество товаров. Кроме того, продукция, реализуемая в торговых сетях, проходит и процедуру подтверждения соответствия требованиям указанного на маркировке стандарта в виде декларирования. Тем не менее и данная процедура, даже в совокупности с другими системами контроля, как видим не гарантирует потребителю качество и безопасность приобретенной продукции. Сравнение результатов с данными ранее проводимых исследований говорят о стабильности неблагоприятной ситуации на продовольственном рынке [2].

Можно заключить, что несовершенство существующих многочисленных механизмов регулирования приводит к тому, что на российском рынке стабильно сохраняется оборот продуктов, не отвечающих пищевым, и что более важно, физиологическим потребностям населения.

Данную ситуацию не меняет и существующая система стандартизации продукции, обеспечивающая преимущественное использование неконтролируемых надзорными органами стандартов предприятий: ТУ и СТО, что делает малозначимым существование государственных стандартов. Среди потребителей распространено мнение, что ГОСТ – это залог высокого качества и безопасности продукции и что ГОСТ обеспечивает «натуральность» продукта. На самом деле это далеко не так. На сегодняшний день, сложилась ситуация, когда ГОСТ не вынуждает товаропроизводителей в полной мере реализовывать современные технологические возможности по обеспечению качества продуктов, а система надзора не предотвращает и прямое нарушение требований. Возникла тенденция постепенного упрощения требований ГОСТ (технические комитеты регулярно пересматривают нормируемые показатели ГОСТ, имеет место лоббирование интересов крупных товаропроизводителей). Этот механизм оправдывает появление пищевой продукции с ухудшенными питательными свойствами, что является причиной снижения качества жизни и распространения ряда заболеваний среди населения. Косвенным образом ситуацию усугубляет и отсутствие требований к кратности весов и объёмов упаковок, что создаёт у граждан иллюзию стабильности цен, а по сути, является манипуляцией и обманом. Всё больше покупатели сталкиваются с заменой литра на 900 мл, поллитра на 450 мл, полкило на 400 г и т.д.

На фоне мероприятий по запуску всё более сложных систем противодействия незаконному обороту контрафактной и фальсифицированной продукции, предусматривающих маркировку и прослеживание товаров, уделяется внимание развитию «зеленой экономики» в пищевой отрасли промышленности путём введения в экономический оборот понятия «органическая продукция», что дало начало развития такой подотрасли как органическое сельское хозяйство. С 1 января 2020 года вступил в силу закон № 280-ФЗ от 03.08.2018 «Об органической продукции». Министерство сельского хозяйства РФ зарегистрировало официальный российский товарный знак органической продукции – белый лист на зелёном фоне с надписями «Органик» на кириллице и латинице [3].

Но ещё до освоения выпуска органической продукции предприятиями страны, с 1 марта 2022 года в России вступил в силу другой закон «О сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии с улучшенными характеристиками». Он призван создать условия для развития рынка по сути дела альтернативных органическим продовольственным товарам: товаров «с улучшенными характеристиками» [4].

В этих условиях, очевидно, что рынок традиционных продовольственных товаров не покажет положительной динамики по показателям качества и возникают дополнительные риски его деградации с точки зрения качества продукции.

Законом предусмотрено, что при производстве «органической продукции» не должны использоваться пестициды, гербициды, любые другие ускорители роста или средства защиты растений. Производство органической продукции должно быть обособлено от производства продуктов, к ней не относящихся.

В свою очередь при производстве «зеленой продукции» т.е. продукции с улучшенными характеристиками, запрещено использовать ГМО ионизирующее излучение, ферментные препараты, пищевые добавки, антибиотики, стимуляторы роста, гормоны, а также снижены нормативы применения пестицидов и удобрений. Кроме того, при производстве данной продукции должен быть сведен к минимуму вред, причиняемый окружающей среде.

Основным отличием «зеленой» продукции от органической является то, что при ее производстве можно использовать удобрения, но соответствующие особым критериям, с пониженным негативным воздействием на почву и урожай.

Движущей силой развития производства экологически чистой продукции и продукции органического производства в России является её практическое отсутствие на внутреннем рынке при наличии спроса со стороны обеспеченных слоев населения. Тем не менее на сегодняшний день потенциал этого рынка, по мнению многих экспертов, остается не реализованным, в результате чего этот сегмент по-прежнему находится в «серой» зоне экономики страны. Происходящие изменения геополитической ситуации могут существенно сократить потенциал этого рынка.

У российских потребителей в целом нет четкого представления о том, что такое «здоровая» («зеленая», органическая, фермерская, экологически чистая, «био» и т. д.) продукция, и его ещё только предстоит сформировать.

С целью формирования понятия «здоровая» продукция Красноярский ГАУ совместно с Автономной некоммерческой организацией «Красноярский краевой центр развития бизнеса и микрокредитная компания» и переработчиками органической и дикорастущей продукции края проводит научно-исследовательские работы по определению природного содержания минеральных веществ, витаминов, веществ, обладающих антиоксидантной активностью и т. д., сохранившихся в продукции после технологической обработки. Проводимая работа направлена на выявление отличительных характеристик продукции и сырья, обладающих свойствами снижать риск развития заболеваний, связанных с питанием, восполнять дефицит физиологически важных веществ в организме, сохранять здоровье за счет их наличия в составе продукции. Важной составляющей исследований является подтверждение улучшенных характеристик сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на основе развития соответствующих методических подходов.

Полученные Красноярским ГАУ результаты исследований будут использованы для разработки стандартов зарегистрированной по инициативе Агентства развития бизнеса торговой марки «SIBERIA ORGANIC».

Красноярский ГАУ и Ассоциация «Енисейский стандарт» начали совместную работу по созданию рецептур и стандартов (ТУ, СТО) на мясо-растительные и молоко-содержащие продукты, напитки из злаковых культур и т. д. Низкая стоимость данных продуктов формируется за счет использования растительных ингредиентов. Целью проекта является расширение продуктовой линейки социально доступных товаров качественными товарами по низким ценам, без фальсификаций и введения потребителя в заблуждение о составе продукта. В конечном итоге работа направлена на создание рыночных условий, при которых краевой потребитель будет чаще понимать, что он покупает, потребляет и как это потребление отразится на здоровье.

Таким образом, сегодня на рынке возникли условия для неценовой конкуренции, предполагающей соревнование по качеству. Чтобы конкурировать на таких условиях, компания должна создать действительно уникальный и востребованный продукт, имеющий отличительные особенности, важные для потребителя. Неценовая конкуренция предусматривает постоянное изучение потребностей покупателей, наличие научных и технологических разработок, способности и мотиваций предпринимателя применять

их в производстве [5]. Именно это, а не снижение цены и качества, может позволить компании привлекать покупателей. Требование наличия у продуктов не только пищевой, но и физиологической ценности, является одной из тенденций в современном потребительском сообществе. Для переработчиков, которые планируют объединиться под торговой маркой «SIBERIA ORGANIC» и проводят исследования по подтверждению заявленных свойств продукции, это может стать способом борьбы с недобросовестной конкуренцией.

Список литературы

1. Об утверждении перечня отдельных товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации: распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 № 792-р (ред. от 24.02.2022).
2. Журнал «Контроль качества продукции». 2018. № 11. Режим доступа: <https://gia-stk.ru/mos/detail.php?year=2018&month=%CD%EE%FF%E1%F0%FC>.
3. Об органической продукции: федер. закон от 03.08.2018 № 280-ФЗ.
4. О сельскохозяйственной продукции, сырье и продовольствии с улучшенными характеристиками: федер. закон от 11.06.2021 № 159-ФЗ.
5. Профессиональный журнал коммерсанта «Коммерческий директор». Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/3588-netsenovaya-konkurenciya>.

УДК 613.2

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ШКОЛЬНИКОВ В ПИТАНИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ЗДОРОВЬЯ

Д. Е. Решетников¹, Т. В. Анисимова¹, Г. С. Гуленкова^{2*}

¹*Красноярский базовый медицинский колледж имени В. М. Крутовского,
г. Красноярск*

²*Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей
и благополучия человека по Красноярскому краю, г. Красноярск*

Аннотация. Школьный возраст – один из определяющих в формировании не только личности, но и просто здорового человека. Этот период сопряжен с интенсивным ростом и развитием, с изменением психо-эмоциональной сферы, обретением нового статуса, новых коммуникативных взаимодействий и большим количеством новой информации в учебном процессе. Одним из факторов, помогающих адаптации к этим внешним и внутренним изменениям, является обеспечение сбалансированного питания и соблюдения режима питания. Проведен опрос школьников двух возрастных групп, с делением в каждой из них на обучающихся в двух разных сменах, о выборе мест питания, о наличии болевых симптомов, связанных с приемом пищи, а также о том, что является для них важным при организации питания в школе.

Ключевые слова: школьное питание; физиологические особенности отдельных возрастных групп школьников; пищевые потребности школьников младшего и старшего возраста

* © Решетников Д. Е., Анисимова Т. В., Гуленкова Г. С., 2023

Современная школа требует от ребенка огромных физических и умственных сил, а также большой умственной активности. Можно добавить к этому всю информацию, которую ребенок получает из телевизора, компьютера и Интернета, прибавив ко всему этому, что на этом этапе интенсивность процессов роста и формирования всех систем организма сопровождается необходимостью адекватно реагировать на новые вызовы, адаптироваться к тем стрессовым обстоятельствам, которые связаны с новым сообществом и установленными в нем правилами, изменением социального статуса с новым набором зон ответственности, изменением видов деятельности, распорядка дня и др.

Наряду с затратами на физиологические процессы, пластические изменения в ходе метаболизма, перестройку в нейро-гуморальной, пищеварительной, сердечно-сосудистой и иных системах, адаптивные процессы в ответ на психо-эмоциональные стимулы также требуют энергоемкого субстрата, который человек получает с пищей.

Наличие такого комплекса задач для организма существенно отличает потребности школьника от других возрастных групп. Поэтому требования к питанию школьников имеют высокую значимость. Особенно это касается питания непосредственно в школе, так как у ребенка, с одной стороны, меняется вкусовая гамма блюд, отличающихся от того, что привычно есть дома; с другой стороны, школьник получает выбор – воспользоваться предложенным меню, или приобрести часто бесполезные, но привлекательные по вкусу продукты из ближайшего торгового павильона.

Цель представляемого исследования заключалась в анализе влияния питания на школьников за счет последовательного решения следующего круга задач:

- 1) на основе анализа литературных источников и нормативных документов обосновать роль качества и режима питания школьников;
- 2) изучить требования, предъявляемые к меню в учебных организациях;
- 3) с помощью анкеты провести опрос среди учеников школы (возраст – от 6 до 18 лет) для выявления факторов риска нарушения здоровья, обусловленного нарушениями питания;
- 4) провести анализ полученных в ходе опроса данных.

Объектом исследования являлся рацион, обеспечиваемый организацией питания в школьных учреждениях.

Предметом исследования выступило здоровье школьников в возрастной группе от 6 до 18 лет и его взаимосвязь с пищевым фактором.

Гипотеза исследования заключалась в том, что увеличивается частота заболевания среди школьников от 6 до 18 лет, что связано с рационом в школах.

Пищевой фактор является одним из самых важных профилактирующих приемов, дающих ресурс для формирования здоровья на перспективу, так как именно детский возраст закладывает основу нормального гомеостаза на всю жизнь. Наука позволила сформировать общие принципы питания, которое не случайно называют рациональным. В основе слова «рацион» и «рациональный» латинский корень *ratio* – мера, счет, что подразумевает под собой норму обеспечения в определенный временной интервал.

Откуда берется эта норма? Из закономерностей функционирования организма на всех его уровнях существования – от клеток до целого организма, от физической до психической сфер.

Другое определение: рациональное питание – это питание сбалансированное, где баланс – равновесное состояние между затратами энергии и ее поступлением. Затраты определяются как тем, о чем мы говорили выше, так и индивидуальными особенностями ребенка, среди которых психо-эмоциональная организация, наличие тех или иных отклонений в системах, обеспечивающих усвоение питательных веществ и оптимальное распределение. Наличие отклонений в процессе усвоения пищи заметно смещает метаболизм в неоптимальную сторону. К таким отклонениям можно отнести заболева-

ния желудочно-кишечного тракта, пищевые непереносимости отдельных продуктов, эндокринные отклонения.

Под сбалансированностью также понимается необходимое соотношение между отдельными пищевыми веществами в общем суточном рационе – и это не только белки, жиры и углеводы, это широкий спектр других веществ, участвующих в метаболических процессах (витамины, аминокислоты, минеральные вещества, органические кислоты, фосфолипиды и т. д.), в т. ч. ряд из них отнесен к незаменимым пищевым факторам.

Следует помнить, что для детей важным является еще и возможность варьирования меню: разнообразие не делает пищу приевшейся, позволяет поддерживать желание ее потреблять, сохраняет удовольствие от еды. Это помогает поддерживать необходимую частоту приемов пищи [1; 2; 4].

С точки зрения технологии кулинарной обработки для питания школьников должны использоваться приемы, которые обеспечивают:

- безопасность готовых блюд (и за счет используемого сырья, и за счет неукоснительного соблюдения санитарных норм в технологическом процессе);
- вкусовые качества;
- сохранение первичной пищевой ценности или создание новой, соответствующей принципу оптимальности;
- соответствие возрастным физиологическим особенностям системы пищеварения ребенка.

По этой причине рационализация питания является одним из приоритетных направлений в общем комплексе мер по профилактике заболеваний детского населения. Все зависит от того, как ребенок ест: как быстро устает, как учится, как часто болеет. Чем хуже диета, тем более уязвима иммунная система.

Нарушение качества и организации питания в детском и подростковом возрасте неблагоприятно сказывается на показателях физического развития, заболеваемости, успеваемости, становится причиной нарушений обмена веществ и хронических патологий. Поскольку большую часть времени дети проводят в школе, очень важно, чтобы ваш ребенок получал там горячее питание.

В результате проведенного исследования литературных и нормативных источников показано, что питание вносит большой вклад в жизнь школьника.

В разных учебных заведениях используются свои разработанные меню, но все они были укладываются в нормы, зафиксированные в СанПиН 2.3/2.4.3590–20 [3], глава 8 документа. Согласно этому документу при организации питания школьников требуется соблюдение следующих правил.

1. Обеспечение наличия полноценного животного белка за счет молочных, мясных, яичных продуктов.
2. Из всего объема жиров на растительные должно приходиться 30 %.
3. До 10–20 г в сутки должно приходиться на клетчатку, содержащуюся в плодовой, овощной, цельнозерновой продукции.
4. Разнообразие меню, его сбалансированность по витаминно-минеральному составу.
5. Избегать монотонности, частой повторяемости блюд в течение нескольких дней.
6. Должно быть обеспечено 2–4-разовое питание школьникам, посещающим группы продленного дня.
7. При региональных тенденциях к дефицитам отдельных компонентов необходима компенсация за счет их введения в рецептуры.

В ходе исследования было проведено анкетирование школьников в четырех группах. Деление по группам проводили исходя из двух параметров: с делением на

младших и старших школьников и в этих подгруппах – деление в зависимости от смены (первая или вторая). Такое деление было выбрано в связи с тем, что возрастные группы отличаются по степени самостоятельности выбора рациона, по характерным для них физиологическим развитием функций пищеварительного тракта.

Так же было поведено анкетирование у школьников разного возраста, учащихся в разных сменах. Деление на смены предполагает разное отношение к приему пищи вне дома в зависимости от того, склонен ли школьник пропускать завтрак или обед дома перед тем, как идти в школу.

На рис. 1 показаны предпочтения школьников по выбору мест питания во время учебы.

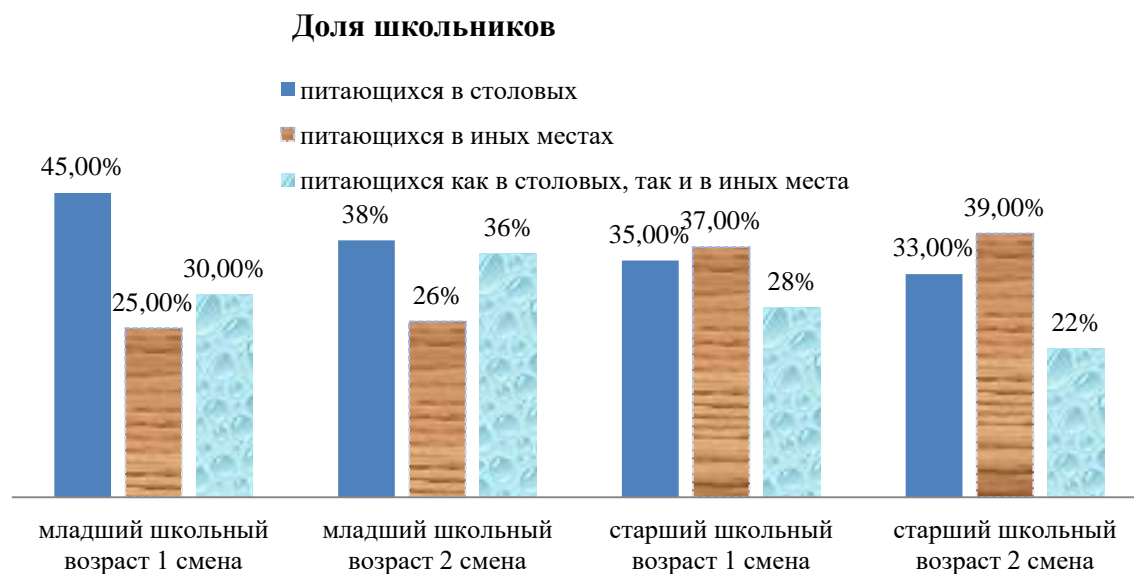


Рис. 1. Выбор мест питания школьников

Диаграмма показывает, что процент посещения школьных столовых уменьшается с переходом в старшую возрастную категорию и в более позднюю смену. Чем позже начинается учеба, тем реже ученик посещает столовую. В табл. 1 проведено сопоставление этих же данных с наличием жалоб на боли в животе.

Таблица 1

Результаты опроса школьников о местах питания и наличии жалоб на боли в животе

Группа опрошенных		Доля школьников, %, питающихся			Доля школьников, имеющих периодические жалобы на боли в животе, %
возраст	смена	в школьных столовых	в иных местах	и в школьных столовых, и в иных местах	
Младший школьный	1	45	25	30	73
	2	38	26	36	76
Старший школьный	1	35	37	28	83
	2	33	39	22	87

Анализ полученных данных указывает на наличие связи между уходом старшеклассников от школьного питания на более привлекательную пищу, вероятнее всего не относящуюся к сбалансированной, и наличием жалоб на боли в животе. Справедливо-

сти ради стоит заметить, что процент имеющих жалобы на боли в животе в 2-3 раза выше, чем число тех, кто не питается в школьной столовой, и на 20–25 % выше, чем общее число тех, кто не питается в столовой, и тех, кто варьирует питание и в столовой, и в иных местах.

Таким образом, более половины тех, кто пользуется школьным питанием, также имеют жалобы на боли. Здесь можно предполагать два варианта причин, которые требуют дальнейшего исследования. Первая может быть связана с недостаточным навыком дифференцирования собственных ощущений болей от проблем пищеварительного характера с другими болями (например, возникающими в процессе полового развития у девочек). С другой стороны, можно предполагать, что предлагаемые меню не способны учитывать все возможные недиагностированные отклонения в пищеварении школьника. Такая ситуация может быть вызвана недостаточным контролем со стороны родителей состояний ребенка, связанных с жалобами.

Анализ других данных опроса показал, что старшеклассники чаще предпочитают питаться за пределами школ, а если питаются в школьных столовых, то берут быстрые углеводные перекусы: булочки, десерты, шоколад, батончики и т. д.

Это непосредственно связано с тем, что предпочтения ребенка меняются с каждым годом. Школьники отмечают, что для них важны температура подачи блюд, соответствие пищевым и вкусовым привычкам. Они очень внимательны к качеству пищи (посторонние предметы в еде). И один из факторов, на который следует обратить внимание при организации школьного питания, – это атмосфера в столовой.

Таким образом, по результатам исследования можно заключить, что школьное питание является важным профилактическим инструментом в развитии детей. И его формирование должно учитывать существенно больший круг вопросов, чем принято при разработке соответствующих нормативных документов.

Список литературы

1. Методические рекомендации МР 2.4.0179-20. 2.4. Гигиена детей и подростков. Рекомендации по организации питания обучающихся общеобразовательных организаций. М., 2020. 27 с.
2. Научные основы формирования ассортимента пищевых продуктов с заданными свойствами: монография / отв. ред. Л. Н. Меняйло. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2015. 210 с.
3. СанПиН 2.3/2.4.3590–20. Санитарно-эпидемиологические требования к организации общественного питания населения: утв. постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 27.10.2020 № 32. Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74791586> (дата обращения: 27.11.2022).
4. Рыбакова Г. Р., Кротова И. В. и др. Системный подход в управлении ассортиментом и качеством продукции : монография. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. 232 с.

ОСНОВНЫЕ ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ: ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ**О. А. Рогачева****Байкальский государственный университет, г. Иркутск*

Аннотация. Показатели потребления включаются в систему показателей уровня жизни населения. Особое внимание среди этих показателей уделяется потреблению продуктов питания. В данном исследовании анализируется доля расходов на продукты питания в общих расходах населения Иркутской области и динамика потребления основных продуктов питания за период с 2005 по 2020 г. В рядах динамики проверена гипотеза на наличие тенденции. Исчислены среднегодовые показатели потребления и среднегодовые темпы роста.

Ключевые слова: расходы населения; потребительские расходы; потребление продуктов питания

Потребление является заключительной стадией процесса общественного воспроизводства. Показатели конечного потребления населения включаются в показатели уровня жизни населения и, на наш взгляд, более наглядно и прозрачно характеризуют достигнутый уровень благосостояния и степень удовлетворения рациональных потребностей, чем другие показатели, входящие в систему показателей уровня жизни населения (например, показатели доходов и другие) [1–5]. Конечное (или личное) потребление домашних хозяйств (населения) включает в себя расходы домашних хозяйств на приобретение потребительских товаров и услуг во всех торговых предприятиях, на городских рынках и через неорганизованную торговлю, предприятиях бытового обслуживания, пассажирского транспорта, связи, гостиницах, платных учреждениях культуры, образования, здравоохранения, а также потребление товаров и услуг в натуральной форме, произведенных для себя и полученных в качестве оплаты труда [6].

Расходы населения определяются на основе суммы отдельных компонентов: потребительские расходы; расходы на оплату обязательных платежей и разнообразных взносов; прочие расходы населения.

Потребительские расходы включают расходы физических лиц на покупку товаров и оплату услуг, а также платежи за товары (работы, услуги) зарубежным поставщикам за безналичный и наличный расчет. Расходы на покупку товаров населением определяются в размере общего объема оборота розничной торговли и общественного питания, объемов реализации отдельных групп товаров населению вне торговой сети и через сети оптово-розничных магазинов. Помимо данных статистики торговли, источниками информации о расходах населения на покупку товаров являются выборочные обследования бюджетов домашних хозяйств, а также данные Банка России. Показатель «Объем платных услуг населению» формируется на основании данных форм федерального статистического наблюдения и оценки ненаблюдаемой деятельности на рынке услуг, которая производится в соответствии с официальной статистической методологией. Объем платежей за товары (работы, услуги) зарубежным поставщикам определяется на основе данных Банка России.

Обязательные платежи и разнообразные взносы включают фактически выплаченные населением налоги и сборы; платежи по страхованию; проценты, уплаченные населением за кредиты.

Прочие расходы населения включают расходы на игорный бизнес, а также суммы отправленных населением денежных переводов по России и за рубеж [6].

* © Рогачева О. А., 2023

Потребительские расходы относятся к приобретению товаров и услуг, удовлетворяющих текущие потребности домашних хозяйств и их членов. В потребительские расходы не включаются прямые налоги, депозиты в сберегательные банки, все виды социального страхования, страховые взносы по страхованию жизни, отчисления жилищно-строительным кооперативам. Кроме того, исключаются расходы, которые можно считать инвестиционными, безвозмездные трансферты наличных денег, пожертвования и убытки от спекуляции. Услуги медицины, образования и другие услуги, получаемые бесплатно, в потребительские расходы не включаются.

Состав потребительских расходов домашних хозяйств можно распределить по следующим статьям: 1) продукты питания; 2) непродовольственные товары для личного потребления; 3) алкогольные напитки; 4) топливо; 5) личные услуги [7].

В табл. 1 приведены потребительские расходы домашних хозяйств Иркутской области по группам товаров с детализацией расходов по продуктам питания.

Таблица 1

Потребительские расходы по группам товаров и услуг за 2021 г.

Потребительские расходы	В среднем на 1 члена домохозяйства в месяц, руб.
Всего:	18 594,6
в том числе:	
Расходы на покупку продуктов для домашнего питания – всего:	6 300,5
из них на:	
хлебобулочные изделия и крупы	875,4
картофель	32,7
овощи	376,7
фрукты и орехи	579,6
мясо и мясные продукты	1633,8
рыбу и морепродукты	445,9
молоко и молочные продукты	881,5
сахар, джем, мед, шоколад и конфеты	456,9
яйца	109,6
масла и жиры	226,2
готовые блюда и другие виды продуктов питания	419,2
безалкогольные напитки	264,0
Питание вне дома	157,5
Расходы на покупку алкогольных напитков	245,3
Расходы на покупку непродовольственных товаров	7474,1
Расходы на оплату услуг	4417,0

Таким образом, на приобретение продуктов питания домашние хозяйства потратили 34,7 % от общих потребительских расходов. В табл. 2 представлено распределение домашних хозяйств Иркутской области по удельному весу расходов на продукты питания в потребительских расходах за 2021 г. в процентах.

Как следует из таблицы, практически у половины домашних хозяйств Иркутской области от 30 до 50 % потребительских расходов приходится на покупку продуктов питания.

На рис. 1 приведена динамика потребления основных продуктов питания по Иркутской области (на душу населения в год, кг) за последние 15 лет.

На графиках (рис. 1) видно, что потребление молока, сахара, овощей и растительного масла практически не меняется. Потребление хлеба и картофеля несколько снижается, а яиц, мяса и фруктов – повышается.

Удельный вес расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах

Доля расходов на покупку продуктов питания в потребительских расходах, %	Удельный вес домашних хозяйств, % к итогу
до 20,0	10,30
20,1–30,0	16,60
30,1–40,0	23,50
40,1–50,0	24,0
50,1–60,0	16,20
60,1–70,0	7,40
70,1–80,0	1,90
свыше 80,0	0,3
ИТОГО	100

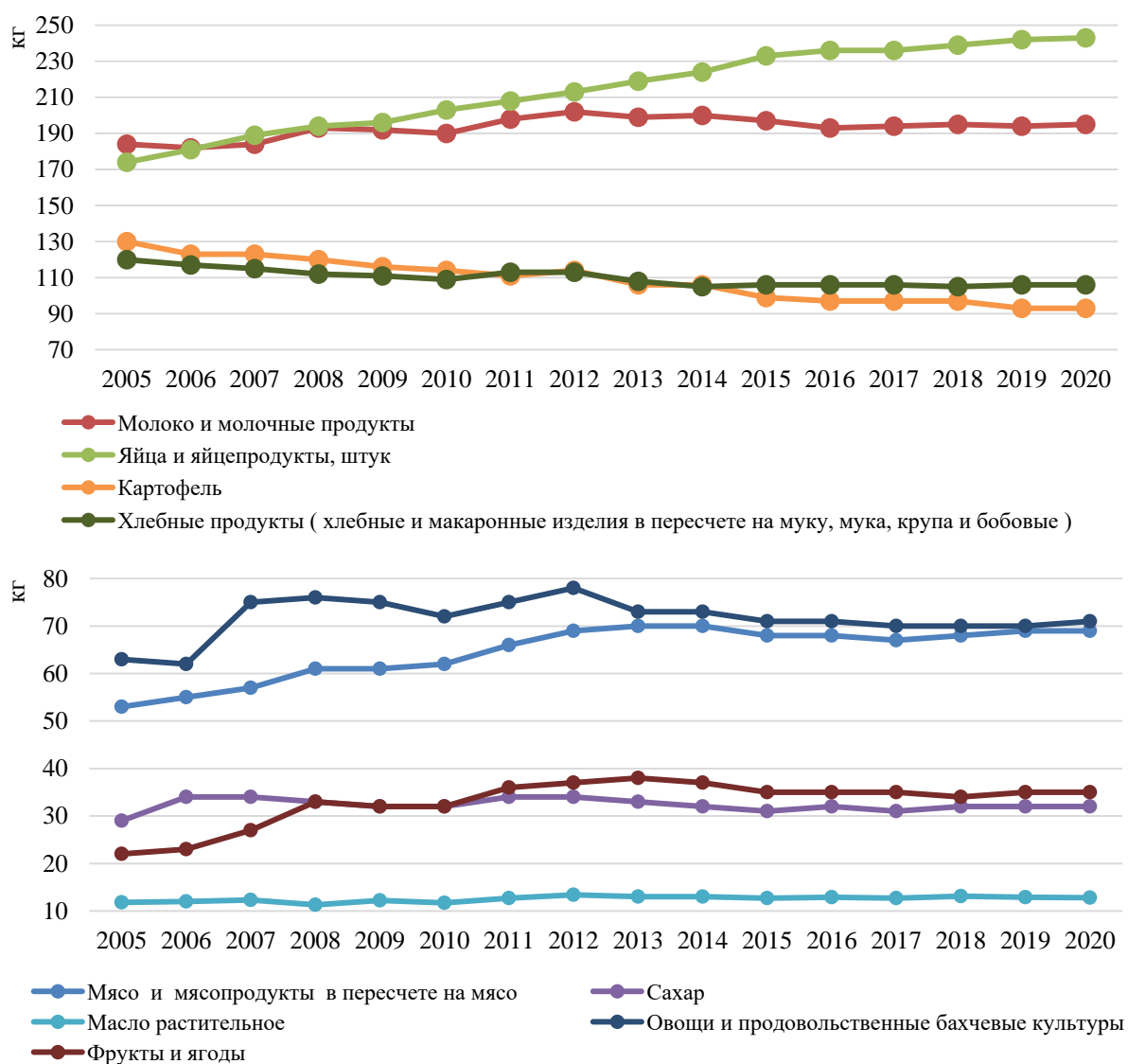


Рис. 1. Динамика потребления основных продуктов питания, кг в год на душу населения

В табл. 3 приводятся исчисленные нами за анализируемый период среднегодовые показатели потребления основных продуктов питания и их среднегодовые темпы роста. В потребительской корзине жителей Иркутской области за последние 15 лет

преобладают картофель, хлебные и макаронные изделия (почти по 10 кг в среднем за месяц). Несмотря на продвижение идей здорового образа жизни и правильного питания, картофель, хлеб и макароны остаются главными в тарелке, проигрывая овощам. Однако можно отметить, что потребление картофеля и хлебных продуктов постепенно снижается, что не скажешь о сахаре. Потребление сахара остается практически неизменным за последние 15 лет и составляет около 3 кг в среднем за месяц.

Таблица 3

Среднегодовые показатели

Продукты питания	Среднегодовое потребление, кг на человека в год / месяц	Среднегодовой темп роста, %
Мясо и мясопродукты в пересчете на мясо	64,56 / 5,38	101,77
Молоко и молочные продукты	193,25 / 16,1	100,38
Яйца и яйцепродукты, штук	214,38 / 17,9	102,25
Сахар	32,31 / 2,7	100,65
Масло растительное	12,53 / 1	100,54
Картофель	108,69 / 9,1	97,79
Овощи и продовольственные бахчевые культуры	71,56 / 6	100,8
Фрукты и ягоды	32,88 / 2,7	103,14
Хлебные продукты (хлебные и макаронные изделия в пересчете на муку, мука, крупа и бобовые)	109,87 / 9,2	99,17

С помощью t-критерия (критерия Стьюдента) мы проверили гипотезу о наличии тенденции в рядах динамики. С вероятностью 95 % можно утверждать, что ряды динамики потребления молока, сахара и овощей являются стационарными (тенденция отсутствует), т. е. потребление этих продуктов населением Иркутской области оставалось практически неизменным за период с 2005 по 2020 г. В потреблении остальных продуктов питания присутствует тенденция (изменение в потреблении неслучайно). Таким образом, можно отметить, что потребление картофеля снижалось в среднем за год на 2,21 %, хлебных продуктов на 0,83 %. Потребление фруктов увеличивается в среднем за год на 3,14 %, яиц на 2,25 %, мяса на 1,77 %, а растительного масла на 0,5%.

По графикам видно, что динамика потребления многих продуктов питания нестабильна, особо выделяется потребление фруктов и ягод, а также растительного масла. Колеблемость среднегодового потребления картофеля за анализируемый период составила 10,9 %, яиц – 10,7 %, а колеблемость среднегодового потребления фруктов и ягод – 14,6 %.

Подводя итог проведенному исследованию, на наш взгляд, можно выделить позитивные и негативные моменты. Среди негативных мы выделяем высокое потребление картофеля, сахара и хлебных продуктов, невысокое потребление овощей и фруктов, а также отсутствие тенденции к повышению потребления овощей и снижению потребления сахара. К позитивным моментам можно отнести среднегодовое снижение потребления картофеля и хлебных продуктов, увеличение потребления фруктов, мяса и яиц.

Список литературы

1. Ахунов Р. Р. Взаимосвязь конкурентоспособности и воспроизводственного потенциала региона // Известия Байкальского государственного университета. 2014. № 5 (97).
2. Баева О. Индекс человеческого развития: методики определения и оценки на уровне региона // Известия Байкальского государственного университета. 2012. № 5 (85).

3. Колодин В. С., Шемякина Л. В. Формирование потребительского рынка региона и его развитие на основе логистического подхода // Известия Байкальского государственного университета. 2016. Т. 26, № 6.
4. Кузнецова Н. В. Благополучие населения как фактор развития страхового рынка. // BAIKAL RESEARCH JOURNAL. 2016. Т. 7, № 6.
5. Степанова М. Н., Обогаева А. В. Особенности социальных рисков домашних хозяйств // GLOBAL®IONAL RESEARCH. 2021. Т. 3, № 1.
6. Методологические положения по расчету показателей денежных доходов и расходов населения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/prez-190319.pdf>.
7. Методологические положения по формированию агрегированных показателей доходов, расходов и потребления домашних хозяйств на основе программы выборочного обследования бюджетов домашних хозяйств [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://gks.ru/bgd/free/meta_2010/Main.htm.
8. Организационные и методологические положения по обследованию домашних хозяйств [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.gks.ru/bgd/regl/b10_101/IssWWW.exe/Stg/4-0.htm.
9. Качество жизни в новой реальности // Эксперт-онлайн. Режим доступа: <https://expertnw.com/naglyadno/kachestvo-zhizni-v-novoy-realnosti>.

УДК 638.162.3; 638.178.2

ПАЛИНОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ МЕДА НАТУРАЛЬНОГО ЛЕСОСТЕПНОЙ ЗОНЫ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Е. В. Сергиенко¹, Е. В. Корниенко¹, Г. С. Гуленкова^{2*}

¹Омский государственный аграрный университет имени П. А. Столыпина, г. Омск

²Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Красноярскому краю, г. Красноярск

Аннотация. В статье приведены результаты палинологического анализа разных природных округов лесостепных зон Красноярского края. Для данного исследования было отобрано 87 проб меда натурального. Отождествление пыльцевых зерен было проведено при помощи палинологического анализа по ГОСТ 31769–2012, идентификация пчелиной обножки – в соответствии с различными учебными пособиями и пыльцевыми атласами.

Ключевые слова: мед натуральный; палинологический анализ; пыльцевой анализ; световая микроскопия; ботаническое происхождение

Мед – это густое, вязкое, сладкое пищевое вещество, производимое медоносными пчелами, имеет тысячелетнюю историю использования. История появления меда натурального уходит в глубину тысячелетий, это удивительный симбиоз взаимодействия человека и пчелы.

Российская Федерация входит в первую десятку ведущих мировых держав по производству натурального меда. Сбор меда в Красноярском крае проводился с давних

* © Сергиенко Е. В., Корниенко Е. В., Гуленкова Г. С., 2023

времен. Объемы производства меда Красноярского края позволяют значительно расширить природные условия и разнообразие растений-медоносов.

В настоящее время в области качества и безопасности меда требуется указание его происхождения при реализации [1]. Для этой цели необходимо использовать пыльцевой анализ меда как микроскопическое исследование с целью установления принадлежности пыльцевых зерен медоносным растениям. Результатом проведения данного анализа является установление как ботанического, так и географического происхождения данного продукта.

Научно-исследовательская работа по изучаемому вопросу была проведена в период 2020–2022 гг. на базе Испытательной лаборатории ФГБУ «Красноярский референтный центр Россельхознадзора».

Объектом исследования послужили 87 образцов натурального меда лесостепной зоны Красноярского края. При выполнении исследований рассматривали Канский, Назаровский, Ачинско-Боготольский, Чулымо-Енисейский и Южно-Минусинский природные округа лесостепных зон Красноярского края.

Отождествление пыльцевых зерен было проведено при помощи палинологического анализа по ГОСТ 31769–2012, идентификация пчелиной обножки – в соответствии с различными учебными пособиями и пыльцевыми атласами [2–5].

Оценка изученных растительных источников меда показывает, что в лесостепной зоне Красноярского края, независимо от зоны растительности, в основном, собирают многоцветковый мед. Существует также одноцветковые виды меда. Анализ пыльцы показывает, что растительный состав медоносов в различных лесных и лугопастбищных районах Красноярского края варьируется в зависимости от их территориального расположения.

Состав пыльцы меда Канской лесостепной зоны определялся следующими семействами: бобовые (клевер белый, ползучий – 77,9 %), сложноцветные (полынь – 5,2 % и василек синий – 3,7 %), зонтичные – 13,9 %, подорожниковые – 7,4 % и губоцветные (мята длиннолистная – 3,7 %). Из древесных растений была обнаружена пыльца березы – 3,4 % и хвойных – 10,7 %. В небольшом количестве встречается пыльца гераниевых; мареновых (в т. ч. подмаренник настоящий); гречишных (в т. ч. щавель); губоцветных (в т. ч. душица обыкновенная); гвоздичных и синюховых (синюха голубая).

Медосбор в Ачинско-Боготольском лесостепном массиве имеет свои особенности: была обнаружена пыльца из пяти семейств: бобовые (эспарцет посевной – 24,3 %, клевер белый – 14,9 %); крапивные – 30,4 %; гречишные – 17,3 %; сложноцветные (полынь – 14,6 % и лопух войлочный, паутинный – 23,4 %), лютик – 26,4 % и жимолость – 6,7 %. Пыльца древесных растений представлена березой – 35,4 %. Определенный вклад в медопродуктивность исследуемой территории внесли губоцветные – душица, пустырник, чистец – 4,6 % и хвойная сосна (6,2 %).

В медах Чулымо-Енисейской лесостепи Красноярского края преобладают сложноцветные – 62,4 % – ромашка, тысячелистник, рыжик, полынь, однолетний подсолнечник. В незначительном количестве была пыльца крапивных, хвойных и кипрейных (иван-чай узколистный).

По ботаническому составу имели сходство Назаровская и Южно-Минусинская лесостепи. В рассматриваемых регионах преобладала пыльца четырех семейств – бобовых, зонтичных (сныть обыкновенная), розоцветных (слива домашняя, обыкновенная; черемуха обыкновенная) и сложноцветных (подсолнечник, лопух, астра, василек), общая доля которых была около 86,1 % от общего числа пыльцевых зерен. Также присутствовала пыльцевая обножка крапивных и жимолостных семейств растений-медоносов – 3,4 % и 1,8 % соответственно. Также встречались и другие медоносные семейства, но они имели незначительную долю от общего количества.

Анализ пыльцы показал, что растительный состав растений-медоносов в пяти природных зонах лесостепного района Красноярского края варьировал в зависимости от их территориального расположения. Следует отметить, что для рассматриваемой территории распространенными медоносами являются зонтичные, сложноцветные, бобовые, хвойные и березовые растения.

На сегодняшний день, в Российской Федерации в отношении качества и безопасности, а также проведения ветеринарно-санитарной экспертизы медов действуют следующие документы: ГОСТ 19792–2017, ГОСТ 31766–2012, «Правила ветеринарно-санитарной экспертизы меда при продаже на рынках» № 13-7-2/365 от 18.07.1995, Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011) и СанПиН 2.3.2.1078–01.

В настоящее время в Российской Федерации, Таможенном союзе и Евросоюзе не существует требований в нормативно-технической документации, по которым можно однозначно определить принадлежность меда к тому или иному региону, т. е. невозможно установить его ботаническое и географическое происхождение. Вышесказанное свидетельствует о том, что показатели, указанные в этих документах, не предоставляют полной и достоверной информации о санитарно-гигиенической оценке меда, а также не отождествляют полностью его ботаническое и географическое происхождение.

В связи с этим необходимо отметить, что при отсутствии контроля над происхождением меда высока вероятность возникновения информационной фальсификации, при которой искажается информация о его ботаническом и видовом происхождении. Как следствие – реализация качественного меда, но не соответствующего наименованию, так как цена во многом зависит от ботанического и территориального месторасположения.

Мелиссопалинологический анализ гречишных медов был проведен только на территории Назаровского природного округа лесостепной зоны Красноярского края. По результатам исследований можно сделать заключение, что содержание доминирующей пыльцы в гречишных медах варьировало от 34,75 до 61,55 %. Полученные нами данные в результате исследовательской деятельности подтверждают исследования некоторых авторов о том, что содержание пыльцы гречихи в монофлорном меде должно быть не менее 30 %.

При исследовании донникового меда нами получены результаты содержания пыльцы донника в минимальном количестве – 26,74 %, а в максимальном – 79,14 от общего количества подсчитанных пыльцевых зерен. Среднее значение пыльцы донника составило около 61,58 %. В пробах меда Канской лесостепи среднее число пыльцевых зерен с донника было 49,98 %; из Назаровской лесостепи – в среднем 56,47 %; из Чулым-Енисейской лесостепи – 50,47 %, а из Южно-Минусинской лесостепи – 54,14 %. Максимальное содержание пыльцевых зерен главного медоноса имел полифлорный мед Южно-Минусинского природного округа лесостепной зоны Красноярского края – 61,48 %. Кроме сказанного выше, образцы донникового меда отличались огромным спектром пыльцевых зерен других растений-медоносов, особенно бобовых, розоцветных и сложноцветных.

Согласно требованиям актуализированного ГОСТ 31766–2012, моноцветковый мед из липы – это мед, который содержит в своем составе пыльцу липы в количестве не менее 30 %. Согласно нашим исследованиям, все образцы меда содержат более 30 % пыльцы доминирующего растения – липы. Наибольшее ее количество было в образцах медов из Канского лесостепного района – в среднем 75,63 % от общего количества пыльцевых зерен, а минимальное количество доминирующей пыльцы было обнаружено в образцах из Чулым-Енисейского и Назаровского лесостепных районов Красноярского края – 48,47 % и 43,97 % соответственно. В растительный состав липового меда

входят также пыльцевые зерна других медоносных растений: фасоль – 7,36 %; гречиха – 5,14 %; кипарис и василек – 1,45 и 4,75 % соответственно. В липовом меде количество доминирующей пыльцы находится в диапазоне 43,97–75,63 %.

В подсолнечниковых медах Канской лесостепи среднее количество пыльцы подсолнечника было равно 48,61 %. Пробы медов Южно-Минусинской лесостепной зоны была более богатой пыльцевыми зернами подсолнечника – 58,13 %. В целом процентное содержание пыльцы подсолнечника в исследуемых образцах меда варьировало в диапазоне 46,47–58,13 %, остальная пыльца отнесена к 10 медоносным растениям.

В работах многих авторов говорится о том, что в подсолнечниковых медах содержание доминирующей пыльцы должно быть не менее 45 %, что подтверждается также данными ГОСТ 31766–2012. В проведенных нами исследованиях не выявилась ни одна проба с содержанием доминирующей пыльцы подсолнечника ниже 45 %.

На прилавках торговых сетей встречается также мед, который был собран с различных растений-медоносов. Такой мед мы называем полифлорным (многоцветковым). Также существуют и другие названия: например, луговой, разнотравный либо цветочный. При исследовании пыльцевой обножки полифлорных медов лесостепной зоны Красноярского края нами была обнаружена пыльца различных источников медосбора. Пыльца бобовых растений-медоносов была обнаружена в количестве 31,7 %, пыльца растений семейства розоцветных – 14,63 %, пыльца зонтичных – 3,97 %, сложноцветных – 2,4 %, кипрейных – 4,9 %, липовых – 3,76 % и гераниевых – 1,74 %.

В результате проведенной оценки источников медосбора в пяти природных регионах лесостепной зоны Красноярского края было установлено, что наименование образцов медов соответствовали заявленному наименованию на маркировке или в сопроводительно-технической документации только в 46,2 % случаях от общего количества проверенных образцов.

Нами были выявлены случаи, когда подсолнечниковый мед (так был заявлен производителем на маркировке) содержал 47,3 % пыльцевых зерен рапса посевного, а содержание подсолнечниковых обножек было обнаружено в количестве 17,7 % от общей суммы пыльцевых зерен. После палинологического анализа три образца меда из лугового разнотравья показали содержание пыльцевых зерен подсолнечника 76 %, 58 % и 52 % соответственно.

Один из образцов, заявленный продавцом как одноцветный одуванчиковый мед, оказался, согласно результатам анализа пыльцы, донниковым медом, содержащим $44,7 \pm 9,4$ % пыльцевых зерен донника. Здесь не обнаружилось зерен пыльцы одуванчика.

По результатам нашего исследования было установлено, что частота информационной фальсификации меда из пыльцевых зерен гречихи была ниже, чем у других медов в исследуемой области – в 4 % и подсолнечнике – в 6 % случае. По результатам проведенных исследований информация о растительном происхождении донникового меда, который также характерен для нашего региона, оказалась недостоверной в 7 % случаев.

Поэтому, когда анализ пыльцы не является обязательным для реализации меда, существует огромный риск возникновения информационной фальсификации. В заключение надо сказать: для того чтобы полностью идентифицировать растительный источник меда, необходимо установить обязательное изучение пыльцевого состава медов.

Список литературы

1. Экспертиза продуктов пчеловодства. Качество и безопасность: учеб.-справ. пособие / Е. Б. Ивашевская [и др.]; под общ. ред. В. М. Позняковского. Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2007. 208 с.

2. Бурмистров А. Н., Никитина В. А. Медоносные растения и их пыльца. М., 1990. 134 с.
3. Карпович И. В., Дребезгина Е. С., Еловикова Е. Н. и др. Атлас пыльцевых зерен // Уральский рабочий. 2015. 295 с.
4. Курманов Р. Г., Ишбирдин А. Р. Пыльцевой атлас. Уфа, 2013. 304 с.
5. ГОСТ 31769–2012. Метод определения частоты встречаемости пыльцевых зерен: введен впервые: дата введения 2013-07-01. М. : Стандартиформ, 2019. IV, 12 с.
6. Маннапов А. Г., Антимирова О. А. Пчеловодство. Практический курс: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 111100 «Зоотехния». М. : РГАУ-МСХА, 2012. 329 с.
7. Маннапов А. Г., Легочкин О. А., Скачко А. С. Коэффициент пыльцевого анализа при оценке ботанического происхождения меда // Пчеловодство. 2017. № 6. С. 55–59.

УДК 658.62.018

ТОВАРОВЕДНАЯ ЭКСПЕРТИЗА СЛИВОЧНОГО МАСЛА РАЗНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Н. Д. Смертина, И. А. Зобнина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной работе проведена товарная экспертиза масла сливочного, в частности изучена маркировка, проведены органолептические и физико-химические исследования качества образцов.

Ключевые слова: масло сливочное; кислотность; массовая доля влаги; вкус; запах; консистенция; цвет

Сливочное масло – это масло из коровьего молока, в котором массовая доля жира составляет не менее 50 %.

Целью настоящей работы является товарная экспертиза масла сливочного, реализуемого в розничных сетях г. Красноярск.

Для проведения товароведной экспертизы сливочного масла было отобрано пять образцов различных торговых марок: «Назаровское», President, «Красная цена», «Брест-Литовск» и «Балахтинское раздолье». В результате товарной экспертизы было установлено следующее.

Маркировка сливочного масла должна включать обязательные и дополнительные сведения по ТР ТС 022/2012 [1] и ГОСТ 32261–2013 [2].

Исследуемые образцы сливочного масла имеют разную массовую долю жира: 72,5 % у масла «Красная цена» и «Назаровское», 82,5 % у масла «Балахтинское раздолье» и «Брест-Литовск», 82 % у масла President. Также масло President является кислосливочным маслом, в то время как остальные образцы сладко-сливочные.

Все образцы масла имеют высший сорт и изготовлены из пастеризованных сливок. Масло «Брест-Литовск» представлено массой нетто 120 г, в то время как остальные имеют массу 180 г. Ни одно масло не имеет знаков систем добровольной сертификации и не заявляет о применении компонентов, полученных с применением ГМО.

* © Смертина Н. Д., Зобнина И. А., 2023

Образцы масла President и «Брест-Литовск» изготовлены в Беларуси, остальные же образцы – в России (масло «Красная цена» – в Московской области, масло «Назаровское» и «Балахтинское раздолье» – в Красноярском крае).

Таким образом все анализируемые образцы имеют всю необходимую маркировку в соответствии с действующей нормативной документацией и ГОСТ 32261–2013 [2].

Для исследуемых образцов был проведен органолептический анализ качества в ходе проведения товароведной экспертизы.

Полученные характеристики оценки (табл. 1) показывают, что масло «Назаровское» и «Красная цена» полностью соответствуют требованиям ТР ТС 033/2013 [1]. У масла марок President, «Балахтинское раздолье» и «Брест-Литовск» есть нарушения по вкусу. Также у масла «Балахтинское раздолье» идет несоответствие по консистенции и внешнему виду.

Таблица 1

Органолептические показатели качества сливочного масла

Наименование образца	Вкус и запах [2]	Консистенция и внешний вид [2]	Цвет [2]
Требования ГОСТ 32261–2013 [2]	Выраженные сливочный вкус и привкус пастеризации, без посторонних привкусов и запахов [2]	Плотная, пластичная, однородная или недостаточно плотная и пластичная. Поверхность на срезе блестящая, сухая на вид. Допускается слабоблестящая или матовая поверхность с наличием мелких капелек влаги [2]	От светло-желтого до желтого, однородный по всей массе [2]
Масло сладко-сливочное несоленое Крестьянское «Назаровское» 72,5 %	Выраженные сливочный вкус и привкус пастеризации, без посторонних привкусов и запахов	Плотное, однородное, пластичное, поверхность на срезе блестящая, сухая на вид	Светло-желтый цвет, однородный по всей массе
Масло кисло-сливочное несоленое President 82 %	Выраженный кисломолочный вкус, но слабовыраженный сливочный, без посторонних привкусов и запахов	Плотное, однородное, пластичное, поверхность на срезе слегка матовая, сухая на вид	Белый с присутствующим желтоватым оттенком, однородный по всей массе
Масло сливочное сладко-сливочное Крестьянское несоленое «Красная» цена 72,5 %	Приятный сливочный вкус и привкус пастеризации, без посторонних привкусов и запахов	Плотное, однородное, пластичное, поверхность на срезе слегка матовая, сухая на вид	Светло-желтый цвет, однородный
Масло сладкосливочное несоленое «Брест-Литовск» 82,5 %	Слабовыраженные сливочный вкус и привкус пастеризации, без посторонних привкусов и запахов	Плотное, однородное, пластичное, поверхность на срезе слегка матовая, сухая на вид	Светло-желтый цвет, однородный по всей массе
Масло сливочное Традиционное «Балахтинское раздолье» 82,5 %	Выраженный сливочный вкус, но слабовыраженный привкус пастеризации, без посторонних привкусов и запахов	Мягкое, недостаточно пластичное, поверхность на срезе матовая, сухая на вид	Светло-желтый цвет, однородный по всей массе

Было проведено определение титруемой кислотности сливочного масла, результаты которого представлены в табл. 2. Кислотность, в градусах Тернера (°Т), а также в градусах Кеттстофера (°К), при этом кислотность не должна превышать 4 °К.

На основании табл. 2 можно сделать вывод, что все анализируемые образцы сливочного масла имеют допустимые показатели кислотности, не превышающие 4 °К.

Результаты исследованию по содержанию влаги в продукте приведены в табл. 3.

Таблица 2

Титруемая кислотность сливочного масла

Образец сливочного масла	Кислотность	
	°Т	°К
Масло сладко-сливочное несоленое Крестьянское «Назаровское» 72,5 %	19	3,8
Масло кисломолочное несоленое President 82 %	16	3,2
Масло сливочное сладко-сливочное Крестьянское несоленое «Красная цена» 72,5 %	16	3,2
Масло сладкомолочное несоленое «Брест-Литовск» 82,5 %	12	2,4
Масло сливочное Традиционное «Балахтинское раздолье» 82,5 %	15	3,0

Таблица 3

Массовая доля влаги в образцах сливочного масла

Образец сливочного масла	Массовая доля влаги, %	Массовая доля влаги, не более, % [2]
«Назаровское» 72,5 %	20,8	25,0
President 82 %	15,7	–
«Красная цена» 72,5 %	24,4	25,0
«Брест-Литовск» 82,5 %	17,0	–
«Балахтинское раздолье» 82,5 %	27,6	16,0

Из данных табл. 3 видно, что масло «Назаровское» и «Красная цена» не превышают требования ГОСТ 32261–2013 [2] к массовой доле влаги, в то время как масло «Балахтинское раздолье» имеет завышенную влажность и не соответствуют требованиям ГОСТ.

Образцы масла President и «Брест-Литовск» изготовлены по ТУ и ТИ ВУ соответственно и при этом имеют самые низкие показатели массовой доли влаги в сравнении с другими образцами.

В соответствии с действующим стандартом массовая доля жира определяется расчетным методом. Результаты расчетов представлены в табл. 4.

Таблица 4

Результаты определения массовой доли жира в образцах сливочного масла

Образец сливочного масла	Массовая доля влаги, %	Содержание обезжиренного сухого вещества, %	Массовая доля жира, %
Масло сладко-сливочное несоленое Крестьянское «Назаровское» 72,5 %	20,8	2,5	76,7
Масло кисломолочное несоленое President 82 %	15,7	1,5	82,8
Масло сливочное сладко-сливочное Крестьянское несоленое «Красная цена» 72,5 %	24,4	2,5	73,1
Масло сладкомолочное несоленое «Брест-Литовск» 82,5 %	17,0	1,5	81,5
Масло сливочное Традиционное «Балахтинское раздолье» 82,5 %	27,6	1,5	70,9

По данным табл. 4 можно увидеть, что масло «Назаровское», President и «Красная цена» имеют массовую долю жира, соответствующую данным в маркировке.

Масло «Балахтинское раздолье» и «Брест-Литовск» имеют меньшее содержание жира, чем указано на упаковке (70,9 % вместо 82,5 % и 81,5 % вместо 82,5 % соответственно).

Анализируемые образцы сливочного масла были проверены в люминескопе для определения наличия растительных жиров в составе.

Так, образцы масла «Назаровское» и President светились ярко-желтым светом, масло «Красная цена» и «Брест-Литовск» – бледно-желтым, а масло «Балахтинское раздолье» – голубоватым.

Основываясь на полученных данных, мы можем сделать вывод, что в составе масла «Балахтинское раздолье» есть растительные жиры, вследствие чего данный образец не может называться сливочным маслом.

Таким образом, масло «Назаровское», President и «Красная цена» соответствуют всем требованиям к органолептическим и физико-химическим показателям.

Масло «Брест-Литовск» имеет превышенный показатель массовой доли жира.

Масло «Балахтинское раздолье» является фальсифицированной продукцией: сорт, указанный в маркировке, не соответствует фактическому, показатель массовой доли влаги превышает требования ГОСТ 32261–2013, а показатель массовой доли жира – ниже требований. Также в масле при люминесцентном анализе обнаружены растительные жиры, недопустимые для сливочного масла.

Список литературы

1. ТР ТС 033/2013 О безопасности молока и молочной продукции: технический регламент таможенного союза: принят Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 9 октября 2013 года № 67 ; дата введения 01.05.2014 // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.ntd.ru/document/499050562> (дата обращения: 25.10.2022).

2. ГОСТ 32261–2013. Масло сливочное. Технические условия. М.: Стандартинформ, 2019. 21 с.

УДК 664.841.8

ВЛИЯНИЕ УПАКОВКИ ТОВАРОВ НА СОЗНАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

О. А. Стародуб¹, О. В. Нестеренко², Д. И. Николаева^{1*}

¹Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

²Севастопольский государственный университет, г. Севастополь

Аннотация. Упаковка – эффективный способ формирования потребительских предпочтений, наличие у товара «правильной» упаковки напрямую влияет на его продажу.

Ключевые слова: упаковка; потребитель; влияние на сознание

Согласно ГОСТ 17527–2020: упаковка – изделие, предназначенное для размещения, защиты, перемещения, доставки, хранения, транспортирования и демонстрации товаров (сырья и готовой продукции), используемое как производителем, пользователем или потребителем, так и переработчиком, сборщиком или иным посредником [1]. Упаковка выполняет множество функций, в т. ч. и рекламную. Оболочка товара является средством привлечения внимания покупателя и может повысить ценность продукта, поэтому фирма находит решения по форме, виду и расцветке упаковки исходя из того, чтобы покупатель обратил внимание на товар и захотел его приобрести.

* © Стародуб О. А., Нестеренко О. В., Николаева Д. И., 2023

С помощью упаковки производитель не только продвигает свою продукцию, но и создает имидж фирмы. Отдельного внимания заслуживают пакеты, в которые складываются купленные товары. Поэтому многие фирмы с серьезностью и ответственностью подходят к оберточному материалу, в т. ч. пакетам. Это создает впечатление о фирме, которое может быть как положительным, так и отрицательным.

На выбор покупателя (приобрести товар или нет) оказывает влияние и дополнительное применение продукта. Например, при выборе молочной продукции покупатель может обратить внимание, удобно ли хранить товар в холодильнике – находится ли молоко в мягкой или твердой упаковке, закрывается крышкой или нет. Бутылки с крышкой из-под газировки или любой другой питьевой продукции после использования покупатель может использовать в своих личных целях.

Компании важно создать такую упаковку, которая будет привлекать внимание покупателя, заставит его купить данный товар. Помимо физических качеств, производитель должен учитывать и внешние параметры. Для наглядности основные требования к упаковке представлены на рис. 1 [2].

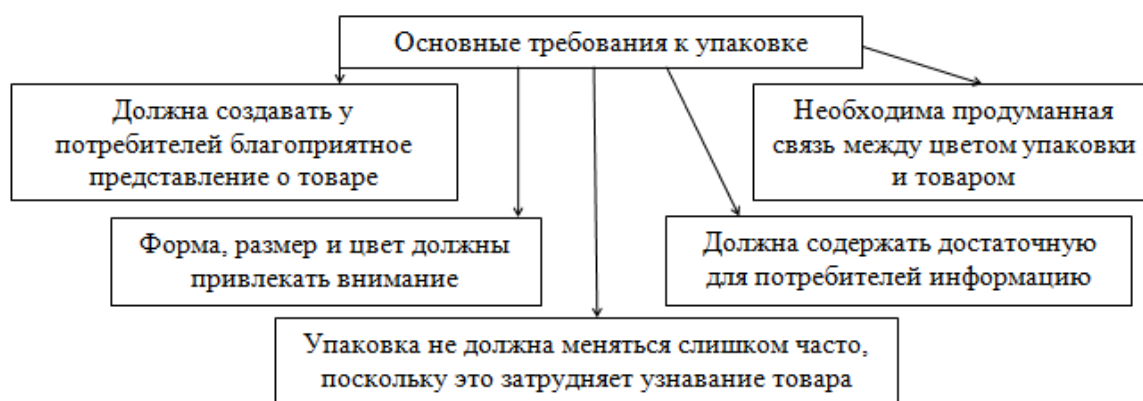


Рис. 1. Основные требования к упаковке

Чтобы продукция запомнилась и выделилась на фоне остальных товаров, стоит продумать дизайн упаковки. В настоящее время дизайн является не просто словом. Это инструмент, который хоть и не влияет на само качество продукции, но является основным мотивом для совершения покупки. В последнее время дизайнеры придерживаются принципа «Keep it Short and Simple», что переводится как «Придерживайтесь краткости и простоты». Это означает, что покупатель должен понять созданный образ продукта без дополнительных объяснений, т. е. упаковка должна быть яркой, привлекать внимание, а на лицевой стороне содержать ключевую информацию о продукте [2].

Влияние композиции. Целостность любого товара складывается из отдельных элементов. Поэтому важно, чтобы элементы упаковки при ее оформлении сочетались между собой и привлекали внимание, иначе покупатель может не заметить товар или приобрести товар производителя-конкурента. Композицию разделяют на симметричную и асимметричную. Симметричная – основана на равновесии составляющих элементов. Асимметричная – основана на динамическом равновесии, т. е. динамика одного элемента уравновешивается динамикой другого. Симметричное и асимметричное композиционные решения по-разному воспринимаются потребителями, поэтому выбор композиции – ответственное решение, которое должно быть обоснованным [3].

Влияние цвета. Первое, что бросается в глаза потребителю, – цвет упаковки. Существует отрасль колористика, которая занимается разработкой цветных упаковок и анализирует, как тот или иной цвет влияет на покупателя. Например, упаковки крас-

ного, зеленого и желтого цветов продаются чаще. Связано это с тем, что данные цвета напоминают натуральные цвета, связанные с природой. По результатам исследований выяснилось, что цветные упаковки на 60 % больше продаются, чем черно-белые. Исходя из этого, фирмы тратят время на разработку нужной цветовой гаммы.

Влияние цвета на потребителя:

- красный цвет вызывает возбуждение, волнение. Производители продовольственной продукции используют красный, например, для кетчупа, сока, конфет, газировки. Красный цвет привлекает мужчин, поэтому дезодоранты, духи, сигареты выполняются с такой упаковкой;

- зеленый цвет максимально приближен к природе и натуральности, поэтому производители в цветовую гамму упаковки добавляют зеленые цвета. Часто такой ход ассоциируется у потребителя с натуральностью продукта. Этим пользуются как фирмы продовольственных товаров, так и непродовольственных, например, косметики;

- желтый цвет ассоциируется у людей с теплом, богатством. Зимой активнее продаются товары, упакованные в желтую упаковку, так как она напоминает о лете и солнце;

- голубой цвет считается одним из универсальных цветов, он привлекает как мужчин, так и женщин, ассоциируется со спокойствием и морем. Поэтому морепродукты, воду упаковывают чаще всего именно в синий цвет. Также покупатели отмечали, что продукция в синем цвете кажется более свежей;

- оранжевый – цвет радости, веселого настроения, праздника и уюта. Он вызывает яркие, теплые ощущения, но не как, например, красный цвет, а сохраняет внутреннюю гармонию. Чаще всего такой цвет используют производители косметики и бытовой продукции;

- розовый ассоциируется с нежностью, спокойствием. Считается женским цветом, поэтому в такой цвет упаковывают косметическую продукцию и парфюмерию для девочек и девушек [3].

Однако решать, какой цвет использовать, нужно исходя из нескольких условий:

- 1) страна, в которой продается товар. Например, в России белый цвет является символом чистоты, а в Китае – траура. В России желтый цвет не несет негативной окраски, а в Египте он означает смерть. Холодные цвета пользуются спросом, например, в Балтии и Скандинавии. Черный цвет ассоциируется со смертью, однако продукт в черной упаковке воспринимается как продукт премиум-класса. В Бразилии считается, что коричневый цвет приносит неудачи [4];

- 2) пол. Исходя из психологических опросов, популярными цветами у женщин являются зеленый, голубой и синий, оранжевый, розовый, сиреневый, белый. У мужчин – синий, фиолетовый, красный, зеленый, иногда оранжевый;

- 3) сезонность. В России зимой пользуются популярностью упаковки желтых, оранжевых, зеленых и красных цветов, а летом – синих и белых;

- 4) материальное положение. Специалисты колористики выяснили, что люди с небольшим достатком выбирают яркие цвета, такие как красный, желтый, малиновый. В то время как люди с высоким достатком предпочитают серые, золотистые, зеленые, синие цвета;

- 5) ассоциация вкуса и цвета. Существуют определенные наборы цветов, которые встречаются на упаковках часто. Они называются основными. Например, желтый цвет ассоциируется с кислым вкусом, так как лимон такого же цвета. Коричневый – вкус шоколада, кофе. Красный – мясо, соусы, острого. Синий – вода, морепродукты. Зеленый – овощи и фрукты.

Правильно подобранная цветовая гамма может в разы увеличить продажи, однако не стоит забывать, что даже такая мелочь, как оттенок, может сильно изменить мне-

ние о продукте. Например, желтый считается во многих странах «вкусным» цветом. Его часто применяют по отношению к хлебобулочной продукции или продуктам из яиц, но, если производители неправильно подберут оттенок, то у потребителей может возникнуть ассоциация с чем-то химическим или дешевым [2].

Влияние информационных элементов. Восприятие изобразительных и информационных элементов на упаковке будет иметь правильное психологическое воздействие на потребителя, если их расположение соответствует следующим критериям [2].

Выделение главной информации. Самый очевидный способ для акцентирования главной информации – это большой размер надписи. Применение сложно читаемых шрифтов может существенно затруднить восприятие информации. На рис. 2 представлено два производителя гречки, на изображении справа на упаковке текст «теряется», а шрифт сливается с фоновым изображением, в то время как на упаковке производителя слева текст гармонично смотрится с изображением.



Рис. 2. Сравнение оформления упаковок гречки

Другой способ акцентирования внимания на главной информации – это использование некоторых графических приемов, например круга (рис. 3).



Рис. 3. Использование графических приемов

Читаемость основной информации о товаре на упаковке с расстояния. Частая ошибка при выборе вариантов дизайна – макеты рассматриваются с небольшого расстояния, на уровне глаз или немного ниже (на столе перед художественной комиссией), без учета реальных условий торгового зала. Для того чтобы избежать проблемы труднодоступности информации, при оценке макетов удобство прочтения должно ставиться выше оригинальности композиции. Пример отличной читаемости на рис. 4.

Соответствие принципу концентрации внимания. Для достижения концентрации внимания потребителя основные по силе воздействия контрасты должны работать вместе с основными информационными элементами. Это означает, что важнейшие информационные элементы должны формировать единую группу и притягивать к себе вни-

мание. Если изображения расположены вблизи границ изобразительной плоскости, они могут отвлечь внимание покупателя от наиболее важной информации на упаковке или увести взгляд к стоящему рядом товару-конкуренту [3]. Удачный пример изображен на рис. 5, отличное сочетание насыщенности цвета упаковки и текста.



Рис. 4. Читаемость основной информации о товаре на упаковке с расстояния



Рис. 5. Соответствие принципу концентрации внимания

Для достижения наиболее эффективного воздействия на потребителя при использовании символов и образов целесообразно опираться на неосознанные символические соответствия и психические структуры – архетипы. Исследованиями доказано, что эти стереотипы, ассоциации, вызываемые архетипическим символом, едины для всех людей [5]. Например, элементы архитектуры воспринимаются неосознанно как порядок, организованность, вызывают чувство реальности, ответственности, долга.

Фигура акробата – символ перестановки, знак кризиса, перелома, реформирования или направленного сдвига. Если поместить его на упаковку, возрастет вероятность того, что потребитель на подсознательном уровне и, соответственно, в реальности, откажется покупать товар. Бабочка – символ души, стремления к совершенству, знак радости и изысканности. Изображение войны (воинов) символизирует защитников, предков, готовых помочь защитить от хаоса, героев, жертвующих собой ради благополучия других, символ ассоциируется с традициями, стариной. Элементы древности ассоциируются с подлинностью, таинственностью, а также высшим качеством; сова – плохой символ для продуктов питания, так как подразумевает смерть, холодность, пассивность, равнодушие, но в то же время является символом мудрости. Это объясняет то, что её используют для упаковки книг. Яблоко – целостность, земные желания, потворство желаниям, яхта – легкость, воздушность, богатство, свобода, уверенность в собственном будущем [2; 6].

Таким образом, в настоящее время производители соревнуются между собой и стараются всевозможными способами привлечь покупателя. Маркетологи поняли, что если подойти к продвижению своей продукции с психологической точки зрения, то

на человека может оказать куда большее влияние не сам товар, а то, как он представлен. Именно поэтому упаковке продукта уделяют особое значение.

Список литературы

1. ГОСТ 17527–2020. Упаковка. Термины и определения. Packaging. Terms and definitions: национальный стандарт Российской Федерации: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 2 октября 2020 г. № 737-ст : взамен ГОСТ 17527-2014: дата введения 2021-06-01 / разработан ООО «Компания ЕвроБалт». М. : Стандартинформ, 2020. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/566320311> (дата обращения: 24.1.2022).

2. Анализ влияния упаковки пищевой продукции на сознание потребителей [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/29581/3/Belovodskaja_Mihailenko_Analiz_vlianiya.pdf (дата обращения: 24.1.2022).

3. Розанцева Э.Г. Классификация и способы упаковки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://engitime.ru/statyi1/raznoe/klassifikaciya-i-sposoby-upakovki.html> (дата обращения: 24.1.2022).

4. Разработка упаковки. Задачи, принципы и этапы создания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://brand-hub.ru/blog/razrabotka-upakovki-zadachi-printsipy-i-etapy-sozdaniya/> (дата обращения: 24.1.2022).

5. Поэтапная разработка концепции дизайна этикетки [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.os-design.ru/blog/poetapnaya-razrabotka-koncepcii-dizayna-upakovki-> (дата обращения: 24.1.2022).

6. Как инновационная упаковка делает бизнес устойчивым [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://platform.plus-one.ru/news/2020/11/23/kak-innovatsionnaya-upakovka-delaet-biznes-ustoichivym> (дата обращения: 24.1.2022).

УДК 664.841.8

ХИМИЧЕСКИЙ СОСТАВ И ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ МАКАРОННЫХ ИЗДЕЛИЙ

О. А. Стародуб, В. А. Петелина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Макароны – пищевая продукция с относительно высокой пищевой ценностью. Они хорошо усваиваются организмом, их просто и быстро готовить, а также они пользуются постоянным спросом у потребителей любых слоев населения и любых возрастов. Чтобы расширить ассортимент, повысить пищевую и биологическую ценность макаронных изделий, в их состав вводят нетрадиционные виды сырья и специальные пищевые добавки.

Ключевые слова: макаронные изделия; химический состав; пищевая ценность

Макаронные изделия – весьма популярный и удобный продукт питания, входит в рацион практически любой семьи. Они обладают относительно высокой пищевой ценностью, являются доступными по цене, достаточно быстро и легко готовятся, в су-

* © Стародуб О. А., Петелина В. А., 2023

хом виде долго хранятся без изменения свойств, прекрасно сочетаются с мясом, сыром, яйцами, овощами, различными соусами и приправами [1].

Макаронные изделия имеют определенные преимущества среди других популярных продуктов питания. Макароны не теряют своих свойств при длительном хранении, как, например, хлеб. Они не склонны вбирать влагу из воздуха в отличие от сухарей. По пищевой ценности также превосходят пшеничный хлеб, так как производят их из пшеничной муки с максимальным содержанием белковых веществ. Химический состав и свойства макаронных изделий непосредственно зависят от сорта, качества зерна, а также условий его произрастания. Макароны содержат (%): воды – 13,0; белков – 10,4–11,8; жира – 0,9–2,7; углеводов 72,2–75,2; витамины В₁, В₂, РР. Энергетическая ценность 100 г макарон – 332–341 ккал или 1389–1427 кДж. Одни из важнейших нутриентов для организма человека – белки, жиры и углеводы – усваиваются на 85, 93 и 96 % соответственно. В составе много минеральных веществ фосфор, калий, натрий, но достаточно мало кальция, по сравнению, например с молочными продуктами, а также макароны содержат недостаточно незаменимых аминокислот, таких как лизин, метионин, треонин. Содержание клетчатки незначительно и составляет 0,1–0,2 % [2].

Чтобы повысить пищевую ценность макаронных изделий, их могут вырабатывать с использованием дополнительного сырья – добавок. В качестве таких добавок в России достаточно часто используют яичные продукты (яичный порошок, меланж), молочные продукты (сухое молоко, нежирный творог), овощные продукты (концентрированные томатные продукты, порошок из томатов, пюре из шпината, щавеля и их смеси, натуральные овощные соки), некоторые витамины и нетрадиционное сырьё (продукты переработки зерна и семян, плодов некоторых культур, а также побочные продукты их переработки) [3].

В табл. 1 представлена пищевая и энергетическая ценность макаронных изделий (средние значения), данная информация была приведена в ранее действующем ГОСТ Р 51865–2002 «Изделия макаронные. Общие технические условия».

Таблица 1

Пищевая ценность и химический состав 100 г макаронных изделий [4]

Продукция	Белки, г	Жиры, г	Углеводы, г	Энергетическая ценность, ккал	Вода, г
Изделия из муки в.с.	10,4	1,1	71,5	344	13
Изделия из муки 1 с.	10,7	1,3	68,4	334	13
Изделия из муки 2 с.	11,8	1,8	64,5	327	13
Изделия яичные	11,4	2,1	69,5	349	13
Изделия молочные	11,5	2,9	68,4	351	13
Изделия томатные	10,4	1,1	71,2	343	13
Изделия шпинатные	10,7	1,2	70,7	343	13
Изделия морковные	10,4	1,1	69,7	337	13
Изделия соевые	14,3	1,1	66,0	337	13
Изделия с пшеничным зародышем	12,1	1,6	69,0	346	13
Изделия глютеносные	13,3	1,1	67,3	336	13

Макаронные изделия – один из основных продуктов питания, устойчиво пользующихся спросом на рынке. Они представлены различными производителями, поэтому исследование этой продукции актуально [5].

В нашей работе были исследованы макаронные изделия (спагетти) торговой марки «Макфа»: макаронные изделия спагетти; макаронные изделия спагетти яичные; макаронные изделия спагетти томатные; макаронные изделия спагетти шпинатные; ма-

картонные изделия спагетти цельнозерновые. Пищевая ценность продукта устанавливалась по маркировочным реквизитам на упаковке продукта. Результаты представлены в табл. 2.

Таблица 2

Пищевая ценность и химический состав 100 г исследуемых макаронных изделий

Продукция	Белки, г	Жиры, г	Углеводы, г	Энергетическая ценность, ккал	Пищевые волокна, г
Макаронные изделия спагетти	12,0	1,3	70,5	342	-
Макаронные изделия спагетти яичные	14,6	1,7	74,6	372	3,8
Макаронные изделия спагетти томатные	15,3	1,0	75,1	371	5,0
Макаронные изделия спагетти шпинатные	14,7	1,0	73,5	362	5,0
Макаронные изделия спагетти цельнозерновые	15,5	1,4	72,7	365	5,9

Один образец макаронных изделий торговой марки «Макфа» – не содержит добавок, остальные содержат следующие добавки: яичные, томатные, шпинатные, цельнозерновые. Анализируя данные табл. 2, можно отметить, что добавки повышают пищевую и энергетическую ценность продукта. Содержание белков повышается от 12,0 до 15,5 г (спагетти цельнозерновые), жиры – от 1,3 до 1,7 (спагетти яичные), добавки растительного происхождения, наоборот, снижают количество белков до 1,0 г на 100 г продукта. Углеводы в изделиях с добавками увеличиваются от 70,5 до 75,1 г (спагетти томатные). Энергетическая ценность вырастает от 342 до 372 (спагетти яичные). В целом значения пищевой и энергетической ценности исследуемых образцов незначительно отличаются от значений этих показателей в ГОСТ Р 51865–2002 «Изделия макаронные. Общие технические условия». Разница в количестве белков и углеводов может быть связана с разным количеством добавок в рецептуре изделий. Также в маркировке макаронных изделий с добавками присутствуют данные о пищевых волокнах – от 3,8 до 5,9 г (спагетти цельнозерновые), в изделиях без добавок данная информация отсутствует. Пищевые волокна улучшают перистальтику кишечника, являются питанием для бактерий, которые присутствуют в толстом кишечнике (микрофлора кишечника) [6; 7].

Таким образом, информацию о химическом составе, пищевой и энергетической ценности макаронных изделий можно установить по маркировочным реквизитам, которые производитель указывает для потребителя на упаковке продукта.

Список литературы

1. Мельников И. А. Товароведение : учеб. пособие. М. : Лего, 2012. 201 с.
2. Жиряева Е. В. Товароведение : учеб. пособие. СПб : Питер, 2014. 419 с.
3. Нилова Л. П. Товароведение и экспертиза зерномучных товаров : учебник. М. : ИНФРА-М, 2014. 448 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/424214> (дата обращения: 28.11.2022).
4. ГОСТ Р 51865–2002. Изделия макаронные. Общие технические условия – Macaroni products. General specifications: государственный стандарт Российской Федерации: издание официальное : утвержден и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 30 января 2002 г. № 40-ст ; введен впервые: дата введения 01.01.2003 / разработан Государственным научно-исследовательским институтом хлебопекарной промышленности (ГосНИИХП), Техническим комитетом по стандартизации № 3 «Хлеб, хлебобулочные и макаронные изделия». М. : Стандартиформ, 2003. 14 с.

5. Стародуб О. А. Идентификация и установление фальсификации макаронных изделий // Новые концептуальные подходы к решению глобальной проблемы обеспечения продовольственной безопасности в современных условиях : сб. научных статей 9-й Международной научно-практической конференции (12 ноября 2021 года). Курск, 2021. С. 435–437.

6. Петрище Ф. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учеб. пособие. М. : Дашков и К, 2015. 508 с.

7. Сердюков В. Г., Горбунова Ю. Р. Пищевые волокна : учеб. пособие. Астрахань : Астраханский ГМУ, 2017. 58 с.

УДК 339.13

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

И. Е. Сухих, Е. А. Герасимова *

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены особенности стратегического управления ресторанным бизнесом в условиях кризиса и антироссийских санкций. Представлены возможности контроля качества продукции на предприятиях общественного питания. Для организаций общественного питания предложены варианты развития с использованием возможностей региональных рынков.

Ключевые слова: стратегическое управление; региональные рынки; общественное питание

На протяжении последних лет рынок общественного питания России в целом и Красноярского края в частности находится в условиях нестабильности и неопределенности завтрашнего дня. Начиная с 2020 г. пандемия, вызванная распространением коронавируса, а затем и введенные западными странами санкции бросают новые вызовы и создают новые риски для отечественного рынка общественного питания.

До февральского кризиса дела у рестораторов шли неплохо. По оценке Infoline, в 2021 г. рынок общественного питания вернулся на допандемийный уровень и достиг 2,65 трлн руб. (+23 % к 2020 г.) [1]. Однако в оборот общественного питания в Российской Федерации в июне 2022 г. снизился на 2,7 % по сравнению с аналогичным периодом прошедшего года и по итогам полугодия составил 1,006 трлн руб. [2] Об этом говорится в материалах Росстата. Похожую динамику продемонстрировал и ресторанный рынок Красноярского края.

Красноярский край относится к категории индустриальных регионов с достаточно низкой плотностью населения. В регионе присутствует ряд факторов и параметров, создающих предпосылки для рынка общественного питания: значительная доля городского населения в крае, высокие среднедушевые доходы (1 место среди регионов Сибирского федерального округа), богатая сибирская гастрономическая история [3].

* © Сухих И. Е., Герасимова Е. А., 2023

По данным органов статистики г. Красноярска оборот предприятий общественного питания за 9 месяцев 2022 г. составил 29 226,6 млн руб., что на 2,8 % больше показателя аналогичного периода 2021 г. (рис. 1) [4].

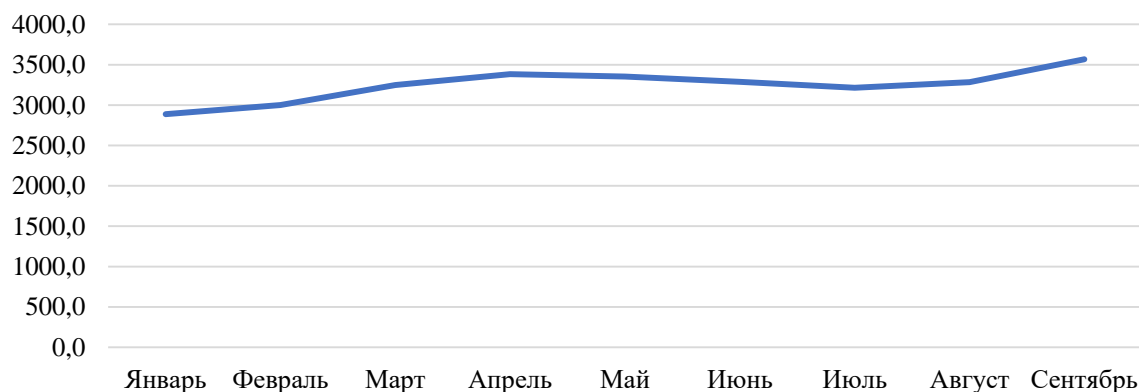


Рис. 1. Оборот общественного питания по Красноярскому краю по месяцам, млн руб.

Однако, несмотря на рост оборота, согласно данным того же органа, индекс предпринимательской уверенности у рестораторов существенно снижается (табл. 1) [5]. Это связано с тем, что в 2022 г. российский ресторанный рынок столкнулся с падением реальных располагаемых доходов населения, инфляцией, уходом крупных ресторанных сетей, а также с разрывом в цепочках поставок и проблемами в логистике.

Таблица 1

Индекс предпринимательской уверенности в сфере общественного питания в Красноярском крае

Год	Квартал			
	I	II	III	IV
2021	6,5	0,9	0,0	-4,2
2022	-0,4	-13,2	-1,3	-

Это всё повлияло и на ассортимент продукции, и на ценовую политику. Поставщики начали поднимать цены на сырье уже в конце февраля, особенно это касается импортных товаров. Цены на некоторые позиции выросли от 10 до 70 %. Например, в среднем на 10 % выросли цены на отечественные рыбные продукты, на 45 % на импортные овощи и фрукты, на 35 % на алкоголь.

Рестораны, у которых бизнес более чем на 60 % построен на импорте, закрываются или перестраиваются, занимаются поиском новых поставщиков, прежде всего среди внутренних производителей и партнеров из дружественных стран.

Но необходимо тщательно контролировать, чтобы в условиях сокращения предложения от поставщиков и роста цен не происходило снижение качества продуктов. Для этого необходимо:

- 1) проводить контроль качества принимаемой продукции и соответствия данной продукции сопроводительным документам;
- 2) проверять условия хранения сырья и готовой продукции, а также отсутствие брака;
- 3) проверять технологический процесс приготовления на предмет соответствия рецептуре, требованиям отпуска готовых изделий.

Помимо этого, возможна проверка качества продукции и сервиса с помощью «тайного покупателя» и методом открытой проверки.

Тайный покупатель – это метод оценки качества, при котором специально обученный сотрудник под видом обычного покупателя оценивают работу персонала предприятия общественного питания, качество готовой продукции и изделий. По итогам визита тайного покупателя составляется подробный отчет с указанием рекомендуемых улучшений.

При открытой проверке контроль проводится администрацией ресторана, отслеживается качество закупленного сырья, точное соблюдение рецептуры блюд и изделий, санитарных норм и применяемых производственных технологий [5].

Каждый участник ресторанного бизнеса самостоятельно определяет систему контроля качества. Но, безусловно, для максимального сохранения качества производимой продукции предприятиям общественного питания необходимо уделить пристальное внимание на качество закупаемой продукции. Ориентироваться стоит на локальные продукты, отдавая предпочтение местному производителю [6].

В последнее время на ресторанном рынке Красноярского края особо актуально налаживание концепции региональной сибирской кухни, которая интересна как местным жителям, так и гостям края. В Красноярске после Универсиады-2019 число туристов из других регионов существенно возросло, поэтому региональная кухня имеет существенный потенциал для роста.

С созданием в регионе бренда «Енисейская Сибирь» (три региона, расположенные по берегам Енисея: Красноярский край, Республика Хакасия и Республика Тыва) особое предпочтение стало оказываться локальным продуктам. Красноярские фермеры дорожат своим именем и нацелены на долгосрочное сотрудничество, осуществляют постоянный контроль качества поставляемой продукции, работают с независимыми лабораториями.

С процессом цифровизации у многих красноярских производителей появились свои аккаунты в социальных сетях, где представлены обзоры их продукции, демонстрируются процессы производства. Многие устраивают мини-туры и экскурсии на свои предприятия (например, экскурсии в сыроварню и кондитерские Bellini group), приглашают СМИ, блогеров, лидеров мнений, которые потом делятся отзывами в сети.

Ко многим поставщикам Красноярского края ресторатор может приехать сам, чтобы изучить процесс выращивания и производства продукции. Любое заведение общественного питания всегда вправе запросить у фермера сертификаты, паспорта и прочие документы, подтверждающие качество продукции.

В целом проблемам собственного пищевого производства в Красноярском крае уделяется пристальное внимание: проводятся различные мероприятия, выставки, конференции, круглые столы, где можно ознакомиться с продукцией местного производства. Большинство рестораторов стремится работать с местными продуктами, использовать мясо, рыбу, растения, ягоды, грибы своего региона, это помогает снизить закупочную цену продукции, а как следствие и себестоимость. Красноярский край – огромный многонациональный регион, на территории которого проживает множество народностей со своей аутентичной кухней. Точками роста для участников ресторанного бизнеса во всех регионах России является акцентирование региональной кухни. Россия имеет огромный потенциал для развития гастрономического рынка. Это многогранная страна, представляющая различные народности со всей присущей самобытностью. Использование качественных локальных продуктов и местных специалитетов позволит существенно увеличить поток клиентов, туристическую привлекательность предприятий общественного питания и, как следствие, выручку.

Список литературы

1. Информационно-консалтинговое агентство INFOLine [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://infoline.spb.ru>.
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>.
3. Максименко И. А. Влияние пандемии вируса COVID-19 на ресторанный рынок Красноярского края: сценарии и перспективы восстановления // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2020. № 4 (64). ISSN 1999-2645.
4. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://krasstat.gks.ru/folder/184785>.
5. Романова Н. К., Селю Е. С., Решетник О. А. Контроль деятельности предприятий общественного питания : учеб. пособие. Казань : КНИТУ, 2019. 156 с.
6. Джум Т. А., Тамова М. Ю., Ксенз М. В. Дифференцированное обслуживание как возможность привлечения и удержания гостей в предприятии питания // Сфера услуг: Инновации и качество. 2021. № 53. С. 84–93.

УДК 378

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ В ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Е. А. Федченко, И. В. Кротова, В. М. Леонтьев *

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Особую актуальность в современных условиях приобретает профессия товароведа. Поступающие на внутренний потребительский рынок товары требуют строгого контроля за качеством и безопасностью. В статье уделено внимание роли товароведа в обеспечении качества и безопасности потребительских товаров. Дана характеристика современных подходов, применяемых в обучении бакалавров товароведения в Сибирском федеральном университете.

Ключевые слова: товаровед; оценка качества и безопасности товаров; профессиональная подготовка; инновационные методы обучения; структура готовности к профессиональной деятельности

Преобразования, происходящие в торгово-экономической сфере РФ сегодня, приводят к риску появления на потребительском рынке некачественных и фальсифицированных товаров. Программы импортозамещения, ввоз товаров посредством параллельного импорта, уход зарубежных производителей и поставщиков с российского рынка, все это повышает значимость товароведа как специалиста в области оценки качества и безопасности товаров.

Вопросам подготовки и востребованности товароведов на рынке труда посвящены работы современных педагогов, обучающих студентов по направлению подготовки «Товароведение». Они выделяют ряд ключевых проблем в этой области.

* © Федченко Е. А., Кротова И. В., Леонтьев В. М., 2023

1. До настоящего момента не определена позиция товароведения как прикладной экономической или естественно-технической дисциплины.

2. Несоответствие названия образовательного направления высшего образования 38.03.07 «Товароведение» и названия специальности среднего профессионального образования 38.02.05 «Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров», что не отвечает требованиям ВО и СПО, а также нарушает принцип преемственности образования при переходе с низшего уровня образования на высший.

3. Несоответствие названия образовательного направления высшего образования «Товароведение» названию научной специальности 05.18.15 «Технология и товароведение пищевых продуктов функционального и специализированного назначения и общественного питания». Отсутствие в новой номенклатуре научных специальностей по товароведению и экспертизе непродовольственных и части продовольственных товаров.

4. На предприятиях, сохранивших должность товароведа, его функции стали более многочисленными, приобрели информационно-экономический характер, нередко совмещаются с выполнением управленческих обязанностей, при одновременном снижении работодателем требований к образованию до уровня среднего профессионального образования.

5. Отсутствие профессионального стандарта по специальности «Товаровед».

Изменения, происходящие в системе российского высшего образования, также имеют влияние на процесс подготовки товароведов в вузе. Это начавшийся переход от Болонской системы образования к национальной, введение в действие с 2024 г. нового Перечня специальностей и направлений подготовки высшего образования, который интегрирует направление подготовки «Товароведение» с направлением «Торговое дело» в единое направление «Торговое дело» [1–4].

Сибирский федеральный университет проводит профессиональную подготовку бакалавров товароведения. В ООП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.07 «Товароведение» выделены области профессиональной деятельности выпускников-товароведов: финансы и экономика, пищевая промышленность; обозначены сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах сертификации продукции (услуг) и управления качеством продукции (услуг)).

Типы задач профессиональной деятельности выпускников, определенные ООП: оценочно-аналитический, товароведно-технологический, организационно-управленческий. Области знаний профессиональной деятельности выпускников обозначены категориями «товар» и «экспертиза качества и безопасности товаров и сырья».

Таким образом, современный товаровед – это специалист, обладающий знаниями и умениями в сферах экономики и производства, хорошо знакомый с вопросами управления и оценки качества и безопасности товаров. Это необходимые профессиональные требования к товароведу, формируемые еще в процессе обучения в вузе; они включены в структуру профессиональной готовности, состоящей из нескольких компонентов (мотивационного, когнитивно-деятельностного и рефлексивно-оценочного).

Сформированность мотивационного компонента будущего товароведа достигается путем внедрения в учебный процесс подготовки бакалавров инновационных форм и программ обучения, вовлеченностью студентов в «профессиональные пробы» – тематические мероприятия, связанные с товароведно-экспертной деятельностью, реализуемые в вузе. Это способствует формированию и накоплению студентами профессионального опыта, начиная с 1-го курса.

Когнитивно-деятельностный компонент характеризует способность приобретать и применять полученные знания, умения и навыки в будущей профессии. В сфере профессиональных интересов товароведа когнитивно-деятельностный компонент направ-

лен на работу с нормативно-технической документацией, изучение и анализ тенденций в обновлении ассортимента товаров, технологии производства, методов оценки качества и т. п. Также на современном этапе важную роль играет самосовершенствование специалистов в области информационных технологий ведения профессиональной деятельности (изучение новых программ, работа с электронными базами данных и т. п.).

Рефлексивно-оценочный компонент характеризуется самооценкой, анализом собственных достижений и недостатков. Для товароведов имеет особое значение при выполнении задач в организационно-управленческой и оценочной сферах деятельности.

Педагогами кафедры товароведения и экспертизы товаров ИТиСУ Сибирского федерального университета для обучения будущих товароведов активно применяются инновационные педагогические методы и программы. Примером может служить программа «Путь в специальность», разработанная на основе обобщения и систематизации многолетнего опыта работы коллектива кафедры [2; 5].

Кроме того, все компоненты структуры готовности формируются у студентов за счет участия в мероприятиях, проводимых совместно с организациями-партнерами университета, которые также являются базами прохождения учебной и производственной практики.

Среди проводимых мероприятий можно выделить:

- мониторинги качества товаров совместно с сотрудниками ФБУ «Красноярский ЦСМ»;
- системное исследование процесса ценообразования на социально значимые группы товаров в регионе совместно с Союзом «Центрально-Сибирская торгово-промышленная палата»;
- наблюдение и ассистирование в работе экспертов в Красноярском региональном центре энергетики и экспертизы.

Подобный опыт полезен студентам для создания наглядного образа товароведа-эксперта, изучения условий и формата будущей работы, получения профессиональных навыков. Использование в процессе подготовки товароведов инновационных программ обучения, активное вовлечение студентов в работу организаций-партнеров, участие в мероприятиях кафедры – все это обогащает содержание образовательного процесса, способствуя профессиональному становлению будущих специалистов [4].

Обобщая вышесказанное можно отметить, что современный товаровед – это специалист, обладающий широким спектром знаний и умений. Проведение товароведной оценки качества товаров на соответствие требованиям нормативных документов является его ключевой компетенцией, что особенно актуально в настоящее время для обеспечения качества товаров на российском потребительском рынке.

Список литературы

1. Васильева Н. О., Кротова И. В. Проблемы и перспективы образовательной области «Товароведение» // Наука в XXI веке: проблемы, поиски, решения : материалы НПК с междун. участием, посвященной 75-летию Победы в Великой Отечественной Войне, Миасс, 21 февраля 2020 г. Курган : Изд-во Курганского гос. ун-та, 2020. С. 110–119.
2. Кротова И. В., Рыбакова Г. Р., Федченко Е. А. Инновационный подход к формированию готовности бакалавров товароведения к профессиональной экспертной деятельности // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2021. № 12. С. 67–73.
3. Николаева М. А., Евдокимова О. В., Иванова Т. Н. Актуальные проблемы подготовки и востребованности товароведов на рынке труда // Индустрия питания|Food Industry. 2020. Т. 5, № 1. С. 71–80.

4. Федченко Е. А., Кротова И. В. Характеристика структуры готовности будущих товароведов к профессиональной деятельности // Академическая публицистика. 2022. № 11-1. С. 370–375.

5. Федченко Е. А., Кротова И. В. Из опыта реализации образовательного процесса подготовки бакалавров товароведения // Актуальные проблемы науки и образования в условиях современных вызовов : сб. материалов VIII Международной научно-практической конференции, Москва, 22.02.22. М. : ООО «ИРОК», ИП Овчинников М.А. (Типография Алеф), 2022. С. 76–79.

УДК 620.2

ВЗАИМОЗАМЕНЯЕМОСТЬ УПАКОВКИ ДЛЯ ПИЩЕВЫХ ЖИДКОСТЕЙ

Т. И. Чалых, Е. Ю. Райкова*

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, г. Москва

Аннотация. В статье анализируется проблема взаимозаменяемости упаковки для пищевых жидкостей на современном этапе развития страны в условиях санкций. Исследуется возможность производства и переработки упаковки и упаковочных материалов для вторичного использования в Российской Федерации.

Ключевые слова: упаковка; пищевые продукты; замкнутый цикл; комбинированные материалы

Современные недефицитные рынки товаров большое внимание уделяют упаковке. По мнению специалистов, репрезентативная функция упаковки – одна из важных составляющих в продвижении товаров. Именно внешний вид упаковки, ее стилевое оформление формирует бренд. Постоянное изменение упаковки, применение новых, более удобных с точки зрения потребителей, разновидностей упаковки позволяет расширить ассортиментные линии товара. Тенденция к уменьшению размера семьи до 1-2 человек привела к уменьшению объема упаковки, снижению массы товара и уменьшению цены за единицу продукции.

Еще одним важным фактором, влияющим на цену товара, являются затраты на транспортирование. Поэтому тенденция снижения массы упаковки не только уменьшает затраты на условную расчетную единицу продукции, но и благотворно влияет на экологический фактор упаковки – снижение объема отходов упаковочных материалов на полигонах ТКО, в мусороперерабатывающих предприятиях.

Упаковочная отрасль является хорошим объектом для экономики замкнутого цикла. По данным «Российского экологического оператора» (РЭО) ежегодно в России образуется 59,7 млн тонн отходов, в т. ч. отходов упаковки. Уровень сортировки на начало 2022 г. составил 40,6 %, что на 10 % выше, чем в 2020 г. Этому способствовал ввод в эксплуатацию новых предприятий по переработке отходов и превращению их во вторичное сырье: в 2021 г. в 34 регионах РФ ввели 61 объект обращения с отходами [1].

Целью данной работы является обсуждение проблемы взаимозаменяемости упаковки для пищевых жидкостей на современном этапе развития страны в условиях санкций.

* © Чалых Т. И., Райкова Е. Ю., 2023

Взаимозаменяемость упаковки – это возможность применения разных типов и видов упаковки для использования их по одному функциональному назначению. Наиболее простые требования применяют для упаковки сухих пищевых продуктов с влажностью менее 15 %. Первичная упаковка для жидких продуктов (по старой терминологии – тара) испытывает более сложные нагрузки со стороны жидких продуктов. При контакте могут происходить процессы миграции, т. е. вымывания, низкомолекулярных компонентов из материала упаковки, гидролиз, алкоголиз и другие процессы. Установлено снижение прочности и появление хрупкости полимерной упаковки при алкоголизе материала.

Пищевые жидкости – алкогольные и безалкогольные напитки, вода питьевая, молочная и соковая продукция требуют большого объема упаковки и упаковочных материалов. В РФ традиционно развито производство упаковки из стекла – банки, бутылки разного вида и вместимости; металлическая тара – из алюминиевой ленты и из жести – банки для напитков с легковскрываемыми крышками; из стали – бочки и барабаны. Сырье для производства стеклянной упаковки – кремнезем, известняк, поташ, доломит и др., а также стеклобой, в РФ имеется в достаточном количестве. Металлическую тару производят предприятия, связанные с металлургической промышленностью, которая также хорошо развита в стране; РФ является лидером по производству алюминия в мире.

Стеклянная упаковка имеет существенные недостатки – она тяжелая (плотность стекла 2,5 г/см³), хрупкая и не выдерживает высокие термические перепады при разливе. Металлическая упаковка более стойка к высоким температурам, но она также достаточно тяжелая, либо сминается при торцевых нагрузках (например, алюминиевые банки незаполненные). Оба типа тары, как правило, имеют в основании форму круга. Именно это является большой проблемой при плотной загрузке в транспортной упаковке.

Большие объемы свободного пространства при транспортировании бутылок привели к созданию квадратных банок и бутылок, которые могут плотно упаковываться в плоскости. Еще больше успехов в логистике достигла фирма Tetra Pak, когда разработала материал и технологию розлива молока в картонно-бумажную упаковку.

Картонно-бумажная упаковка на потребительском рынке существует с XIX в. В настоящее время выпускается картон для потребительской тары – групп хромовый (из белой целлюлозы), хром-эрзац и коробочный, в т. ч. ламинированный картон под запайку. Картон для транспортной тары – гофрированный, содержащий разное количество слоев и имеющих разную прочность и разное назначение. Гофрированный картон типов П (пятислойный) и С (семислойный) используется для производства ящиков. Трехслойный картон, наиболее применяемый в логистике, используется для производства потребительской упаковки, групповой упаковки и ящиков. Производство картонной гофрированной упаковки в широком ассортименте осуществляют отечественные предприятия: группа компаний АО «ГОТЭК», группа компаний «Монди» и др., которые имеют возможности для увеличения объема выпуска продукции при больших объемах древесной целлюлозы в РФ.

Более зависимым от западных поставщиков является комбинированный картонный материал с фольгой во внутреннем слое, который применяется для производства асептической упаковки для пищевых жидкостей. С начала 2022 г., когда многие фирмы покинули российский рынок, возникла проблема, связанная с заменой комбинированной картонно-бумажной упаковки. Фирмы не размещали заказы на изготовление упаковки внутри нашей страны, а привозила готовую высечку для своей упаковки, полиграфически оформленную под весь ассортимент продукции (как молочной, так и соковой).

В РФ комбинированные картонные материалы производит ЗАО «Ламбумиз» из отечественного сырья, однако этот материал может использоваться только для производства неасептической упаковки. Качество упаковки зависит от качества ламинирования – покрытия картона слоем расплава полиэтилена с обеих сторон материала. Это также позволяет получать качественный сварной шов в готовой коробке. Материал могут использовать многие предприятия молочной промышленности, но требуется перенастройка режимов работы импортного оборудования. Сегмент рынка ламинированного картона до 40 % занимает Китай, его продукция используется молочными предприятиями Дальнего Востока и Зауралья, где китайская упаковка на 30 % дешевле отечественной из-за различных предпочтений. В настоящее время завод ЗАО «Ламбумиз» увеличил объем производства упаковки формата мини 0,5 л в полноцветном оформлении [2].

Сложный комбинированный картонный материал может быть заменен на более экологичные и вторично легко перерабатываемые материалы или повторно используемые изделия (например, банки и бутылки) из ПЭ или ПЭТФ.

Нами был проведен опрос по взаимозаменяемости упаковки для молока. Как оказалось, потребители отдают предпочтение картонной упаковке. Среди причин называют: большую высоту бутылок, которая плохо помещается в холодильнике в положении стоя; малый срок хранения молока в бутылках, недоверие к полимерам.

Рынок полимерной упаковки получил большое развитие с начала 1990-х гг. Молоко начали фасовать в лежачие полиэтиленовые пакеты. Эта упаковка достаточно демократичная и имела низкую стоимость, она была названа как наиболее приемлемая, и потребители считали ее менее опасной, чем современные полимерные бутылки из полиэтилентерефталата [3].

РФ независима от поставщиков сырья, поскольку большинство мономеров и полимеров производит нефтехимическая промышленность, например, ПАО «Сибур Холдинг» и другие предприятия. Жесткую и гибкую (пленочную) упаковку для потребительских товаров и транспортную упаковку производит большое число предприятий, например, ДПО «Пластик», г. Дзержинск, ООО ПТК «Союз-полимер», «Монди Армавир» и др.

Полимерная упаковка молока в пакеты из полиэтилена и бутылки из полиэтилентерефталата может производиться по технологии FFS (ФФС): производство-наполнение-герметизация. В данной технологии упаковка производится на предприятии пищевой промышленности. Полуфабрикатом служит рулонная полиэтиленовая пленка, во втором случае - литые ПЭТ-преформы для изготовления бутылок для пищевых жидкостей.

Таким образом, на рынке упаковки пищевых жидкостей возможно использование традиционных унифицированных стеклянных бутылок (многооборотной упаковки), металлических банок, полимерных ПЭ-пакетов, полимерных ПЭТ-бутылок, картонных ламинированных коробок и коробок из ламинированного картона с барьерным слоем фольги для асептической упаковки.

Список литературы

1. geo.ru // Портал РЭО (Российский экологический оператор).
2. ЗАО «Ламбумиз». Режим доступа: <https://lambumiz.ru/companу>.
3. Чалых Т. И., Райкова Е. Ю., Пехташева Е. Л. Особенности потребительских свойств упаковки в экономике замкнутого цикла // Траектории технологического развития. 2022. Т. 1, № 3(3). С. 26–34.

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ
**«Инновации в технологии
и технике пищевых производств,
индустрии питания»**

ВЛИЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕСТИЦИДОВ НА КАЧЕСТВО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Н. В. Барабаш*

*Пятигорский институт (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета, г. Пятигорск*

Аннотация. В последнее время большое внимание уделяется развитию сельского хозяйства и безопасности сельскохозяйственной продукции. Одним из современных вызовов является обеспечение населения продуктами высокого качества отечественного производства. Со стороны государства ведется контроль над соблюдением санитарно-эпидемиологических правил и норм качества продуктов питания. При этом активно расширяется производство и использование пестицидов.

Ключевые слова: безопасность пищевых продуктов; пробы, не соответствующие безопасности; экологически чистые продукты

В последнее время большое внимание в нашей стране уделяется развитию сельского хозяйства, обеспечению населения экологически чистыми продуктами питания, а пищевой промышленности качественным сырьем. В современных условиях это должна быть продукция высокого качества, безопасная для употребления и в достаточном количестве. Как же уменьшить потери будущего урожая и при этом не ухудшить качество продукции? Для этого используют различные пестициды, производство которых из года в год активно расширяется. Какие же лучше использовать пестициды, чтобы минимизировать их влияние на безопасность продуктов питания и, соответственно, на здоровье населения?

Пестициды (от лат. *pestis* – зараза, *caedo* – убивать) – средства защиты растений от вредителей и болезней. Ежегодные потери урожая из-за сорняков и вредителей в мире составляют 30–40 %, а убытки достигают 70 млрд долл. в год. В настоящее время используется около 700 химических веществ, на основе которых создается несколько тысяч препаратов пестицидов [1].

В зависимости от цели и назначения использования пестициды, разрешенные в настоящее время для применения в сельском хозяйстве, делятся на несколько групп (рис. 1) [2].

Все используемые сегодня в сельском хозяйстве пестициды входят в различные классы химических соединений в зависимости от того, какие вещества входят в их состав, какова природа данного пестицида, каково воздействие его на организм человека.

По природе происхождения все применяемые пестициды можно разделить на три основные группы:

- органические пестициды;
- неорганические пестициды;
- пестициды растительного, бактериального и грибкового происхождения.

В зависимости от воздействия на организм человека и согласно гигиенической классификации, пестициды делят на четыре класса: чрезвычайно опасные, высоко опасные, умеренно опасные, малоопасные. Большинство разрешенных к использованию пестицидов относятся к соединениям 3-го и 4-го класса опасности.

Рассмотрим свойства некоторых основных групп пестицидов, наиболее широко применяемых в сельском хозяйстве. Прежде всего, это фосфорорганические пестици-

* © Барабаш Н. В., 2023

ды, которые используются для борьбы с вредителями плодовых деревьев, зерновых и овощных культур, зеленых насаждений как инсектициды, дефолианты и акарициды.



Рис. 1. Деление пестицидов по назначению

Многие из этих препаратов применяются для обработки сельскохозяйственных животных от насекомых и клещей, уничтожения мух и комаров. Большинство фосфорорганических пестицидов (ФОП) – это высокотоксичные вещества, обладающие способностью к незначительному накоплению и малой стойкостью, быстро разрушаются при длительном хранении продукции и ее переработке. Использование сильнодействующих ФОП, таких как тиофоса, меркаптофоса и их производных строго запрещено!

К основным симптомам отравления ФОП относятся: брадикардия, спазмы гладкой мускулатуры, стимуляция секреции слюнных, слезных, бронхиальных желез, мышечные подергивания век, языка, лица, шеи, повышение артериального давления, развитие периферических параличей, головная боль, возбуждение, судороги, нарушения сна, психики, сознания. При попадании в организм фосфорорганические соединения угнетают ряд ферментов, относящихся к эстеразам, в связи с их фосфорилированием. Применение этих препаратов в сельском хозяйстве требует большой осторожности и применение всех правил безопасности.

Другая группа пестицидов – хлорорганические препараты. Это среднетоксичные вещества, очень стойкие, легко накапливаются в организме. Хлорорганические соединения долго могут находиться в верхнем слое почвы и медленно мигрируют в ее глубину, поэтому легко вместе с влагой попадают в выращиваемую продукцию. Запрещены для обработки сельскохозяйственных животных и птицы, так как при попадании в организм даже в небольших количествах накапливаются в тканях и жире и выделяются с молоком.

Хлорорганические пестициды – это яды многостороннего действия, использование которых приводит к поражению центральной нервной системы и паренхиматозных органов, эндокринной и сердечнососудистой систем, крови, почек, развитию аллергических реакций и симптомов хронического отравления. Использование сельскохозяйственной продукции, обработанной хлорорганическими пестицидами, представляет потенциальную опасность для здоровья человека.

Для протравливания практически всех семян применяют производные карбаминной, тиокарбаминной и дитиокарбаминной кислот и тетра-метилтиурамдисульфид

(ТМТД), которые отличаются значительной стойкостью к высоким температурам и токсическими свойствами для животных и птицы. При остром отравлении которых наблюдаются диарея, влияние на ЦНС, нарушена координация движений, анорексия, тахикардия, бронхит. Мясо вынужденно убитых животных после тщательного исследования по физико-химическим и бактериологическим показателям направляют на изготовление вареных колбас или утилизацию.

Сельскохозяйственные продукты, содержащие пестициды в количествах, превышающих МДУ, могут быть использованы в пищевой промышленности только основываясь на лабораторных исследованиях с применением «Методических указаний по контролю за остаточными количествами пестицидов в продуктах питания» № 973-72 от 31.03.1972. Только после этого может быть выбран способ переработки или утилизации этих продуктов и принято решение:

- не могут быть использованы в питании человека;
- подвергаются централизованной технологической термической или другой специальной обработке с обязательным последующим контролем остаточного содержания;
- запрещены для применения в детском и лечебном питании, в т. ч. в виде консервов;
- запрещены для использования в питании населения, если остаточные количества пестицидов не могут быть уменьшены до максимально допустимого уровня (МДУ) путем кулинарной и технологической обработки;
- не допускаются для реализации населению протравленный семенной материал;
- не допускаются к реализации пищевые продукты, а также фураж и корм для сельскохозяйственных животных и птицы после их контакта с посудой и тарой из-под пестицидов и агрохимикатов;
- мясо обработанных пестицидами животных и птицы после их вынужденного убоя подлежит реализации только после согласования с органами, осуществляющими Госсанэпиднадзор, а утилизацию его должна контролировать служба ветнадзора.

Каким образом будут реализованы продукты, загрязненные фосфорорганическими пестицидами, определяется их химическими и физическими свойствами. Фосфорорганические вещества частично или полностью разрушаются при нагревании, растворяются в воде, поэтому сразу же после обработки растений и позже они могут быть смыты водой. Фрукты и ягоды после предварительного мытья можно перерабатывать на варенье, повидло, джемы, сухофрукты. Фрукты также освобождаются от кожуры перед переработкой. Овощи перерабатываются на консервы, стерилизуются. Мясо направляется в производство, технология переработки которого требует использование высоких температур, например, в колбасное производство для изготовления вареных колбас или же для изготовления консервов.

С хлорорганическими пестицидами несколько сложнее – фрукты и ягоды, после применения этих пестицидов, могут быть переработаны на соки или вино. Из картофеля может быть получен только технический крахмал, технический спирт или же его можно будет использовать в качестве посевного материала. Морковь используют только вместе с овощами или рыбой при консервировании и обязательно с последующей стерилизацией. При использовании зерна всегда очень точно определяется концентрация хлорорганических пестицидов. В порядке исключения при незначительных концентрациях оно перерабатывается в высшие сорта муки. При более высоких концентрациях хлорорганических пестицидов зерно используют только для посевного материала или в технических целях.

При использовании сельскохозяйственной продукции, обработанной дитиокарбаматами, учитывается, что скорость реакции процесса разрушения этих веществ

в кислой среде ускоряется. Поэтому зерно, загрязненное циннебом, а следовательно, и полученная из него мука, могут быть использованы только в хлебобулочных изделиях, прошедших предварительное дрожжевое брожение. Мытье ягод и плодов проточной водой, а также очистка их от кожуры позволяет значительно снизить концентрацию дитиокарбаматов. Еще один представитель подгруппы – эдитон – эффективно используется для борьбы с паршой яблонь, фитофторозом, милдью винограда. Продукты, выращенные с обработкой эдитоном, могут быть использованы в пищу только после термообработки в виде соков, компотов, джемов, варенья.

Пестициды представляют опасность для непосредственно работающих с ними людей, для всего населения, потребляющего продукты питания, загрязненные пестицидами, и загрязнения почвы, водоемов, атмосферного воздуха.

Одним из главных условий сохранения здоровья нации – выполнение санитарно-эпидемиологических требований к обеспечению безопасности среды обитания, и соответственно, продуктов питания [3]. Поэтому в настоящее время одним из самых важных вызовов государственной политики в области здорового питания стало обеспечение населения экологически чистыми продуктами питания, охрана пищевых продуктов.

На территории Ставропольского края продолжается работа над обеспечением эффективного федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора за соблюдением санитарного законодательства Российской Федерации и правовых актов Евразийского экономического союза при производстве, обращении пищевой продукции и организации общественного питания.

В рамках выполнения основных направлений деятельности с целью реализации государственной политики продовольственной безопасности Российской Федерации, проведено 667 проверок хозяйствующих субъектов, занятых производством и обращением пищевой продукции, по результатам которых составлено 968 протоколов об административном правонарушении, наложено штрафов на сумму 5603,3 млн руб. [4].

В ст. 42 Конституции РФ сказано, что каждый имеет право на благоприятную окружающую среду, достоверную информацию о ее состоянии и на возмещение ущерба, причиненного его здоровью или имуществу экологическим правонарушением. Поэтому использование различных средств для сохранения сельскохозяйственной продукции должно быть продуманным, научно обоснованным и необходимым.

Список литературы

1. Барабаш Н. В., Тихонова И. Н. Экология среды : учеб. пособие. Ставрополь, 2015. 139 с.
2. Тармаева И. Ю., Белых А. И., Боева А. В. Санитарно-гигиенический контроль за применением пестицидов и минеральных удобрений в сельском хозяйстве. Определение содержания пестицидов в пищевых продуктах : учеб. пособие. Иркутск : ИГМУ, 2015. 86 с.
3. О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения : Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
4. Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Ставропольском крае в 2020 году».

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ МЯСНОЙ СНЕКОВОЙ ПРОДУКЦИИ

А. В. Воробьёва, Е. А. Рыгалова*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Аннотация. Статья посвящена разработке рецептур реструктурированных мясных снеков с тыквенным порошком. Целью исследования является определение соотношения ингредиентного состава мясных чипсов, обеспечивающего наилучшие качественные характеристики, и разработка функционального продукта для здорового питания населения.

Ключевые слова: мясные чипсы; тыква; снеки; растительные добавки; химический состав; органолептические показатели

В современном мире тема правильного питания, обогащения продуктов витаминами, минералами и прочими веществами является популярной и проблемной для населения.

Комплексное питание состоит из белков, жиров, минералов и других необходимых веществ для функционирования нашего организма. В условиях ухудшающейся обстановки в экологической среде, продукты питания теряют свои важные и полезные свойства и не могут обеспечить весь набор нутриентов. Весомую роль в решении этой проблемы могут сыграть мясные изделия, обогащённые растительным компонентом. Продукты такого рода смогут существенно улучшить здоровье человека [1].

Анализ химического состава тыквенного порошка показал высокое содержание всех необходимых нутриентов, которые обеспечивают здоровое питание человека.

Существенное количество органических соединений, а также комплекс сахаров в тыквенных плодах положительно влияют на биохимические процессы печени, а наличие высокого показателя клетчатки улучшает регуляцию желчных к-т, которая имеет немаловажное значение в профилактике образования камней в желчном пузыре. Бахчевые помогают выводить песок и мелкие камни из почек, снимают отеки [2; 3].

Цель работы – разработка рецептуры и технологии производства мясных чипсов с использованием тыквенного порошка для повышения биологической ценности мясных продуктов с целью здорового питания населения.

Исследование. В ходе исследования были разработаны четыре образца мясных чипсов с добавлением тыквенного порошка.

1. Контрольный образец – без содержания растительного компонента.
2. Образец № 1 – мясные чипсы с содержанием тыквенного порошка 0,5 % от массы фарша.
3. Образец № 2 – мясные чипсы с содержанием тыквенного порошка 1 % от массы фарша.
4. Образец № 3 – мясные чипсы с содержанием тыквенного порошка 1,5 % от массы фарша.

Готовые образцы исследования представлены на рис. 1.

Для мясных чипсов использовали нежирное мясное сырье в виде фарша, нитритную соль (для фиксации окраски), а также натуральные специи и пряности (сушеный перец халопеньо). В качестве растительной добавки использовали тыквенный порошок собственного производства в дозировке 0,5; 1 и 1,5 % от массы фарша (свежую тыкву

* © Воробьёва А. В., Рыгалова Е. А., 2023

очистили от кожуры, нарезали на слайсы 2 мм, отправляли на конвекционную сушку при $t = 45\text{ }^{\circ}\text{C}$ в течение 24 ч, после сушки измельчили на кофемолке) [4].

В готовых мясных чипсах определяли органолептические показатели качества по 5-балльной шкале: внешний вид, консистенция, запах и вкус. Результаты дегустационной оценки готовых снеков представлены на рис. 2.



Рис. 1. Образцы мясных чипсов с добавлением тыквенного порошка

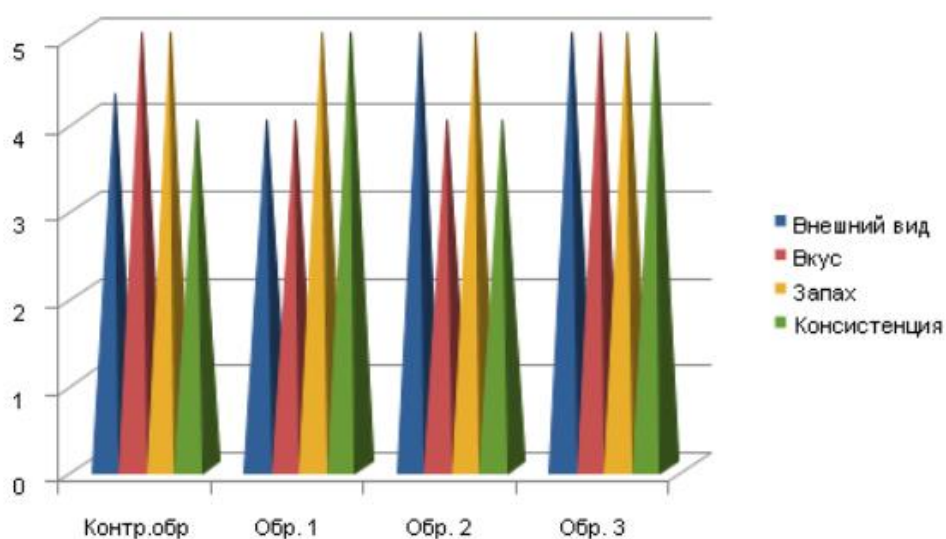


Рис. 2. Диаграмма дегустационной оценки мясных чипсов с тыквенным порошком

Проведенная дегустационная оценка мясных чипсов с добавлением тыквенного порошка показала их полное соответствие ГОСТу 34159–2017 «Продукты из мяса. Общие технические условия», наилучшим оказался образец № 3 – мясные чипсы с содержанием тыквенного порошка 1,5 % (3 г) от массы фарша. Образец был с лёгким послевкусием тыквы, в меру острый, по структуре мясные чипсы не рассыпались, не крошились из-за добавления порошка [4].

В результате были разработаны качественные мясные изделия из местного растительного сырья для расширения ассортимента выпускаемой продукции, а также повышения биологической ценности продуктов, с целью обеспечения здорового питания населения.

Список литературы

1. Липатова Л. П., Егорова В. А. Пути улучшения изделий из мяса для получения функциональных продуктов // Известия Российского экономического Университета им. Г.В. Плеханова. 2015. № 4 (22). С. 297–313.

2. Шароглазова Л. П. Разработка рецептур деликатесных продуктов из мяса северного оленя // Актуальные вопросы переработки и формирование качества продукции АПК : материалы Междунар. научной конференции. Красноярск, 2021. С. 71–73.

3. Шароглазова Л. П., Рыгалова Е. А., Величко Н. А. Применение нетрадиционного растительного сырья в рецептурах мясных полуфабрикатов // Научное обеспечение животноводства Сибири : материалы IV Международной научно-практической конференции, Красноярск, 14–15 мая 2020 года / Красноярский научно-исследовательский институт животноводства – обособленное подразделение Федерального государственного бюджетного научного учреждения Федеральный исследовательский центр «Красноярский научный центр Сибирского отделения Российской академии наук». Красноярск, 2020. С. 518–520.

4. ГОСТ 34159–2017 «Продукты из мяса. Общие технические условия». Официальное издание. М. : Стандартинформ, 2019. 11 с.

УДК 664.663.9

ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ПШЕНИЧНОГО, РЖАНОГО И РЖАНО-ПШЕНИЧНОГО ХЛЕБА В ГОРОДЕ КРАСНОЯРСКЕ

Г. А. Губаненко, Е. В. Петренко, Д. И. Емельянова, А. С. Полякова,
Е. А. Попик, Д. В. Немцева, Г. Ю. Овчинникова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье представлены результаты исследований ассортимента, стоимости, используемых добавок в рецептуре пшеничного, ржаного и ржано-пшеничного хлеба, продаваемого в торговых сетях города Красноярска.

Ключевые слова: ассортимент пшеничного, ржаного и ржано-пшеничного хлеба; стоимость; добавки, повышающие пищевую ценность

Хлебобулочные изделия принадлежат к числу базовых продуктов питания. На сегодняшний день Министерство сельского хозяйства уделяет огромное внимание хлебопекарной промышленности, что способствует динамичному росту производства хлеба и хлебобулочных изделий на территории Красноярского края. Также за последнее время наблюдается рост продаж хлеба и хлебобулочных изделий из-за нестабильной ситуации в стране и в мире. На фоне стабильно высокого спроса на российском рынке производители хлеба расширяют свой ассортимент с целью интенсификации продаж [1].

Для того чтобы быстро реагировать на все изменения на рынке, необходимо ежедневно проводить мониторинг ассортимента продукции. Если учесть все изменения на рынке товаров, а также их востребованность у покупателей, то это поможет пред-

* © Губаненко Г. А., Петренко Е. В., Емельянова Д. И., Полякова А. С., Попик Е. А., Немцева Д. В., Овчинникова Г. Ю., 2023

приятно развиваться и улучшать качество своей продукции. Исследование ассортимента пшеничного, ржаного и ржано-пшеничного хлеба в торговых сетях Красноярска – актуальная научная и практическая задача.

Цель исследования – изучить глубину ассортимента пшеничного, ржаного и ржано-пшеничного хлебов в торговых сетях города Красноярска.

Задачи исследований – проанализировать структуру, глубину ассортимента пшеничного, ржаного и ржаной-пшеничного хлеба, установить среднюю стоимость в каждой из рассматриваемых торговых сетей и сформулировать предложения по разработке новых видов хлеба.

В период с сентября по октябрь 2022 г. нами было проведено исследование рынка хлеба и хлебобулочных изделий в торговых сетях города Красноярска – супермаркет «Командор»; супермаркет «Красный яр»; гипермаркет «Пятерочка»; гипермаркет «Магнит» – в Центральном, Железнодорожном, Октябрьском, Советском и Кировском районах.

Нами изучены торговые предложения пшеничного, ржаного и ржано-пшеничного хлеба в супермаркетах «Командор», «Красный яр», гипермаркетах «Пятерочка», «Магнит» в зависимости от их ассортимента, стоимости и используемых добавок в составе хлеба, определяющих пищевую ценность за счет наличия биологически активных веществ.

Для начала рассмотрим структуру ассортимента хлеба в каждой торговой сети (рис. 1–4).

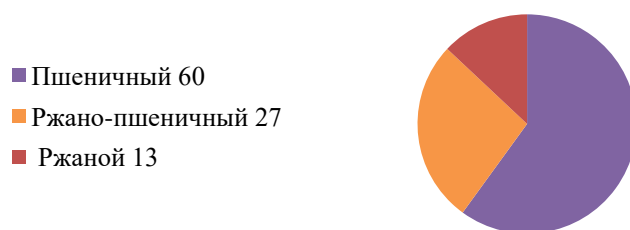


Рис. 1. Структура ассортимента супермаркета «Красный Яр»



Рис. 2. Структура ассортимента супермаркета «Командор»

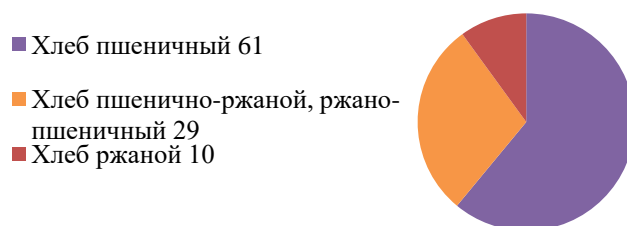


Рис. 3. Структура ассортимента гипермаркета «Магнит»

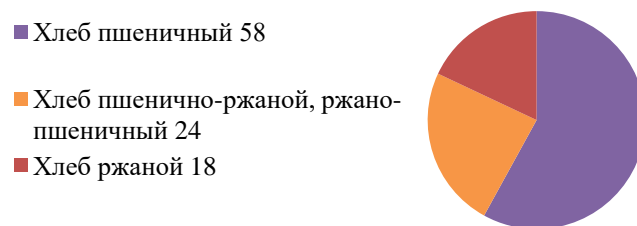


Рис. 4. Структура ассортимента гипермаркета «Пятерочка»

В ходе проведения исследований выяснено, что пшеничный хлеб составляет основную долю хлеба во всех рассматриваемых торговых сетях. В супермаркете «Красный Яр» процент пшеничного хлеба составляет 60 %, доля ржано-пшеничного в два раза меньше – 27 %, а предложения ржаного не более 13 %. Доля пшеничного хлеба в супермаркете «Командор» меньше на 12 %, по сравнению предложениями супермаркета «Красный Яр», количество ржаного хлеба одинаковое (28 %), а ржано-пшеничного, практически в два раза больше – 24 %. Установили, что структура ассортимента хлеба в гипермаркете «Пятерочка» аналогична супермаркету «Красный Яр», пшеничный хлеб составляет 58 %, ржано-пшеничный – 24 %, ржаной хлеб – 18 %. В гипермаркете «Магнит» процент пшеничного хлеба составил – 61 %, ржано-пшеничный – 29 %, ржаной – 10 %.

В рамках исследования установили среднюю стоимость каждого вида хлеба в разрезе торговых сетей (рис. 5–7).

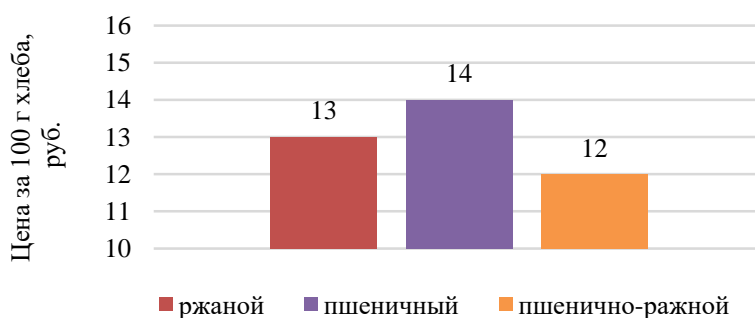


Рис. 5. Средняя стоимость хлеба в супермаркетах «Красный Яр» и «Командор»

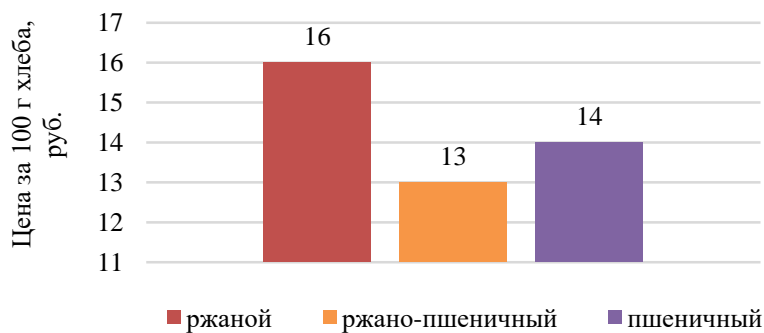


Рис. 6. Средняя стоимость хлеба в гипермаркете «Магнит»

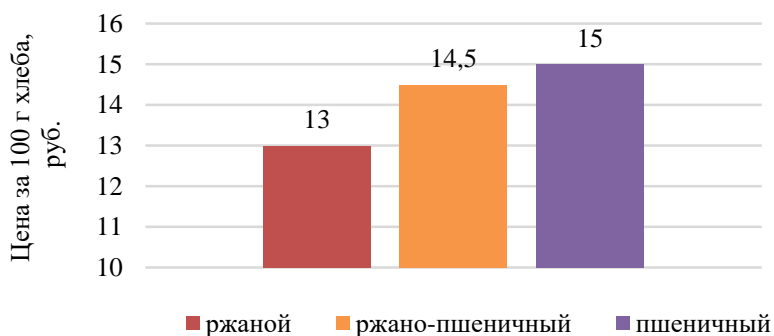


Рис. 7. Средняя стоимость хлеба в гипермаркете «Пятерочка»

Супермаркеты «Красный Яр» и «Командор» занимаются продажей хлеба собственного производства и от поставщиков хлеба (ООО «Яр Хлеб», ООО «Глютен», ООО «ДиХлеб» и т. д.). Средняя стоимость хлеба в этих торговых объектах одинаковая: цена пшеничного хлеба составляет 14 руб., ржаного – 13 руб., ржано-пшеничного – 12 руб. Средняя стоимость пшеничного хлеба в гипермаркете «Пятерочка» составила 15 руб., ржано-пшеничного – 14,5 руб., ржаного – 13 руб. В гипермаркете «Магнит» средняя цена ржаного хлеба составила 16 руб., что значительно отличается от средней стоимости данного вида хлеба в других торговых сетях. Это связано с тем, что в гипермаркете «Магнит» представлен самый дорогой хлеб, который увеличил среднюю стоимость ржаного хлеба. Стоимость пшеничного и ржано-пшеничного хлеба аналогична цене в исследуемых супермаркетах 14 руб. и 13 руб.

Следующей задачей исследования явилось изучение добавок, повышающих пищевую ценность пшеничного, ржаного и ржано-пшеничного хлеба. Выявили, что в гипермаркете «Пятерочка» хлеб с добавками составляет 13 % от общего числа, причем 10,8 % – хлеб с семенами и жмыхом, а 2,7 % – ягоды. В гипермаркете «Магнит» доля ассортимента хлеба с добавками больше, чем в «Пятерочке», и составляет 17 %. В супермаркетах «Красный Яр» и «Командор» процентное соотношение хлеба без добавок и с добавками одинаково. Ассортимент хлеба с добавками составляет 29 % из 100 %, что позволяет данным супермаркетам занять лидирующие позиции в ассортиментном рейтинге по исследуемым торговым сетям.

С целью расширения ассортимента хлеба и увеличения заполнения торговых ниш можно порекомендовать производителям в большом объеме применять региональные продукты переработки растительного сырья: сушеные ягоды, порошки из ягод, порошки из выжимок ягод, зерновых культур, жмых овощной, кедровый, ягодный, пророщенные зерновые и бобовые культуры.

Таким образом, проведенные исследования позволили заключить, что по структуре ассортимента в гипермаркетах и супермаркетах преобладающую долю торговых предложений занимает пшеничный хлеб (48–61 %), ржано-пшеничный (24–28 %), а ржаной везде составляет незначительное количество (10–18 %). По стоимости хлеба самым дорогим, 16 руб., оказался ржаной хлеб за 100 г, стоимость пшеничного и ржано-пшеничного составила 14 и 13 руб. соответственно. В результате исследования выявили, что исследуемые торговые сети активно продвигают хлеб с полезными добавками, такими как ягоды, семена масличных культур, жмых. Они представлены на прилавках магазинов, но это не более 30 % от всего ассортимента хлеба. Учитывая современный спрос на продукты здорового питания, необходимо разрабатывать и внедрять в производство хлеба повышенной пищевой ценностью на основе местного растительного сырья.

Список литературы

1. Костюченко М. Н., Шапошников И. И., Косован А. П. Проблемы развития рынка хлебобулочных изделий с использованием ржаной муки в Российской Федерации // Хлебопродукты. 2020. № 8. С. 6–10.

УДК 637.146.1.03

ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕНАТУРИРОВАННЫХ СЫВОРОТОЧНЫХ БЕЛКОВ В ТЕХНОЛОГИИ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАПИТКА

Ю. И. Держапольская*

Дальневосточный государственный аграрный университет, г. Благовещенск

Аннотация. В работе описаны практические аспекты использования денатурированных сывороточных белков для создания новых безалкогольных напитков – смузи – для функционального питания путем комбинирования их с растительными компонентами. Приведены данные о химическом составе ягод жимолости Турчанинова, произрастающих на территории Амурской области, а также показатели безопасности сырья животного происхождения, используемого в рецептуре смузи.

Ключевые слова: смузи; денатурированные сывороточные белки; пищевые волокна; биологически активные вещества

Перспективным направлением при разработке продуктов профилактического питания является использование растительного сырья для разработки набирающих популярность безалкогольных напитков или смузи.

В качестве основы для смузи предложена подсырная сыворотка. Подсырная сыворотка в сравнении с творожной имеет более низкие показатели титруемой кислотности, что более целесообразно при разработке функционального напитка.

По органолептическим показателям подсырная сыворотка представляет собой однородную жидкость желто-зеленоватого цвета со сладковатым свойственным молочной сыворотке вкусом и запахом. Показатель титруемой кислотности не превышает 19 °Т, плотность 1025 кг/м³, массовая доля сухих веществ 5,5 %, массовая доля белка 0,9%.

В качестве белковой основы для безалкогольного напитка смузи использовали денатурированный сывороточный белок, выработанный в лабораторно-производственных условиях по показателям качества соответствующий требованиям ГОСТ 33956–2016.

Помимо обогащения смузи, денатурированные сывороточные белки обладают сложными реологическими свойствами, что делает их универсальным ингредиентом для загущения смесей и обеспечивает лучший контроль над текстурой жидких пищевых продуктов.

С возможностью обогащения смузи биологически активными соединениями изучен технологический потенциал ягодного сырья, произрастающего на территории Амурской области, – жимолость Турчанинова. Потребительский интерес к ягодам обусловлен их питательными свойствами, особенно биологически активными соединениями

* © Держапольская Ю. И., 2023

ми. Эти соединения могут состоять из полиненасыщенных жирных кислот, флаванолов (антоцианы, проантоцианидины и кверцетин) и органических кислот, обладающих антиоксидантными, противомикробными, противовоспалительными и антимуtagenными свойствами.

Химический состав ягод жимолости Турчанинова представлен на рис. 1.

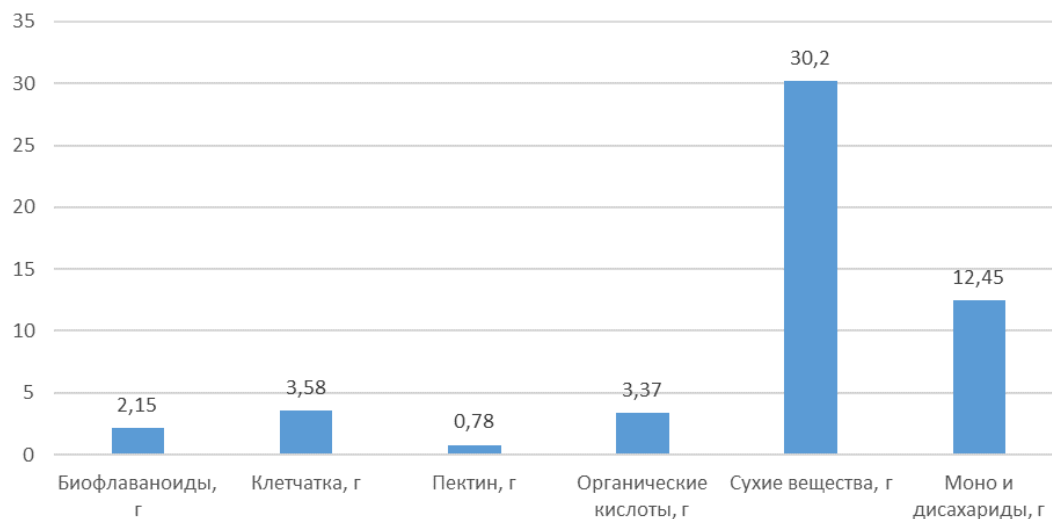


Рис. 1. Химический состав ягод жимолости Турчанинова

Кроме того, в ягодах жимолости Турчанинова содержатся следующие нутриенты: 8,57 % арбутина, 0,30 мг/см³ β-каротина, 778,91 мг рутина, 124,8 мг витамина С, а также редуцирующие сахара и микроэлементы.

В рецептуре смузи предложено использование жимолости в виде сухого порошка, полученного из высушенных и измельченных ягод.

Введение денатурированных сывороточных белков в рецептуру смузи способствует коррекции белкового состава смеси, а использование порошка из плодов жимолости при производстве усиливает полезные свойства напитка. Данное исследование очень актуально с точки зрения разработки полезных функциональных продуктов [1–3].

В качестве источника пищевых волокон в рецептуре смузи использовали отруби белого сорго, соответствующие требованиям ТУ 10.61.40-002-0199606228-2018.

Оптимизация рецептурного состава смузи решалась с применением компьютерных математических систем, что наряду с рациональным использованием сырья позволяет получить продукт с заданным химическим составом и требуемыми потребительскими характеристиками.

Таким образом, использование в рецептуре смузи изученных сырьевых компонентов позволит не только увеличить пищевую и биологическую ценность разработанного продукта, но и значительно улучшить его потребительские характеристики.

Список литературы

1. Гетманец В. Н. Переработка молочной сыворотки в альбумин молочный // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2013. № 4 (102). С. 78–79.
2. Воронцова Л. А., Задачаина О. П., Насонова Н. В., Пьянкова Л. Г. Химический состав ягод, произрастающих в Амурском регионе // Инновации : материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2014. С. 46–50.

3. Решетник Е. И., Бабухадия К. Р., Держапольская Ю. И., Грибанова С. Л. Изучение обогащающих компонентов, обеспечивающих функционально-технологические свойства альбуминного творога // Вестник ВСГУТУ. 2020. № 3 (78). С. 21–26.

УДК 637.134: 131: 333: 334: 334.2

ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В ПРОЦЕССЕ ОБОГАЩЕНИЯ ЯГОДНЫМИ КОМПОНЕНТАМИ

Н. К. Дружечков, Н. А. Величко, Е. Н. Дружечкова, В. А. Ханипова*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Аннотация. При изготовлении сыра молоко проходит технологические операции, что приводит к ряду физико-химических изменений, эти изменения оказывают значительное влияние на качественный и количественный состав молока, в результате чего получается определенный сыр. В процессе производства сыра и подсырной сыворотки есть ключевые этапы, которые требуют контроля показателей в сырье, результаты оказывают влияние на качество и возможность реализации продукции. В проведенном исследовании рассмотрена возможность использования дикорастущей рябины обыкновенной в качестве обогащения молочных продуктов.

Ключевые слова: молоко; сыр; белок; сыворотка; микроэлементы

Производство молочных продуктов на сегодняшний день активно развивается и совершенствуется. Развитие данной отрасли обусловлено рядом внешних факторов, а также молочная продукция является одним из основных источников питания для человека. Широкое освоение технологий производства молочной продукции с учетом показателей, повышающих пищевую ценность, способствует изучению и контролю показателей качества молока и компонентов растительного происхождения с целью улучшения пищевой ценности сыра.

Для обеспечения здоровья населения активно исследуют главнейшую роль продуктов питания. Сбалансированный по составу рацион питания человека способствует улучшению самочувствия и укреплению иммунитета.

Изучаются способы обогащения пищевых продуктов активными компонентами. Учитывая нехватку производства пищевых ингредиентов и субстанций (витамины, аминокислоты, пищевые добавки, ферментные препараты, биологически активные вещества и др.), одним из приоритетных направлений развития отрасли переработки молока стоит считать разработку новых рецептур и технологий с использованием дикорастущей в Красноярском крае рябины обыкновенной.

При приготовлении сыров необходимо контролировать как физические, так и химические показатели, которые являются контрольными точками для технологического процесса. Несоответствие показателей при производстве сыра может нести экономические издержки для предприятия производителя.

В связи с этим в исследовательской работе поставлена цель – изучить физико-химические свойства молока при производстве мягкого сыра рикотта и подсырной сыворотки, оценить элементный состав мягкого сыра и подсырной сыворотки с добавле-

* © Дружечков Н. К., Величко Н. А., Дружечкова Е. Н., Ханипова В. А., 2023

нием ягодного компонента. При подборе более подходящего по элементному составу ягодного компонента (сок, высушенный жмых) с целью обогащения готового продукта. Исследовательская работа проводилась на базе Научно-производственной лаборатории сыра LacCor (далее – НПЛС LacCor) ФГБОУ ВО Красноярского ГАУ. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- оценить химический состав молока;
- измерить количественные показатели подсырной сыворотки
- изучить физические и химические характеристики готовых подсырной сыворотки и мягкого сыра Рикотта с добавлением выбранного ягодного компонента.

Материалы и методы исследования. При производстве сыра в Научно-производственной лаборатории сыра LacCor руководствуются действующим нормативным документом Стандартом организации 049215-001-2020. Из поступающего в НПЛС LacCor молока изготавливают сыры, при стандартной технологии изготовления из 100 л молока – 10 кг выход готового сыра.

Молоко (сырое) привозят из ООО «Емельяновское» Емельяновского района Красноярского края. Первичный контроль молока осуществляется на ферме ООО «Емельяновское», что указывается в сопроводительных документах и системе Меркурий. На начальной стадии производства сыра в НПЛС LacCor также проводят контроль некоторых значимых для производства сыра показателей. Лабораторные исследования проводились на базе Научно-исследовательского испытательного центра ФГБОУ ВО Красноярского ГАУ (далее – НИИЦ).

На каждом этапе производственного процесса отбирались образцы: молоко, подсырная сыворотка, мягкий сыр Рикотта с добавлением ягодного компонента.

В НПЛС LacCor исследования молока проводят на анализаторе молока «Лактан» исп. Ультромакс, рН-метром testo 206 рН. При каждом внесении изменений в характеристики сырья осуществляются контрольные точки.

Для исследования применяли утвержденные методики:

определение массовой доли белка, казеина и сывороточных белков – методом Кьельдаля и рефрактометрическим по ГОСТ 25179–90;

массовая доля жира в молоке – кислотным методом Гербера по ГОСТ 5867–90;

содержание кальция – комплексометрическим методом с обратным титрованием по А. Я. Дуденкову;

содержание хлоридов – методом с осаждением белков раствором сульфата алюминия;

массовой доли лактозы – йодометрическим методом;

плотность – ареометрическим методом по ГОСТ 3625–84;

массовая доля СОМО и сухого вещества – расчетным методом;

термоустойчивость молока – по алкогольной пробе, по ГОСТ 25228–82;

титруемая кислотность – титрометрическим методом Тернера по ГОСТ 3624–92;

буферная емкость – по П. Ф. Дьяченко;

время сычужного свертывания определяли по сычужной пробе;

степень зрелости сыра – по методу М. И. Шиловича;

элементный анализ – на приборе Атомно-абсорбционный спектрометр PinAAcle 900T;

для расчета энергетической ценности готовых изделий массовые доли основных пищевых веществ умножали на соответствующие энергетические коэффициенты и полученные результаты суммировали [1].

Результаты исследований. Проведенные исследования в молоке при поступлении в НПЛС LacCor, приведены в табл. 1.

Таблица 1

Изменение показателей молока в зависимости от метода исследования

Показатель	Единица измерения	Результаты исследования	
		прибор Лактан	по ГОСТ
М. д. жира	%	4,1	3,91
Лактоза	%	4,67	4,34
Сухие вещества	%	13,34	13,12
Плотность	°А	31,13	29,67
Сухой обезжиренный молочный остаток	%	8,8	8,79
Общий белок	%	3,13	3,09
Точка замерзания	°С	0,72	-
Калорийность	ккал	75,46	70,15

Показатели, полученные при проведении исследования на приборе «Лактан», выше показателей, полученных по методикам согласно ГОСТ, что говорит о точности показателей.

Следующим этапом исследования изучены технологические свойства молока, результаты приведены в табл. 2.

Таблица 2

Технологические свойства молока

Показатель	Результат
рН – активная кислотность	6,76
Титруемая кислотность, °Т	18
Сычужная проба, мин/класс	15/1
Буферная емкость кислоты	0,95
Буферная емкость щелочи	1,60
Класс термоустойчивости	2

Анализируя показатели, указанные в табл. 2, видно что по сычужной пробе молоко относится к 1-му классу, а по показателю термоустойчивости – к 2-му классу. Такой показатель, как активная кислотность молока, не является показателем качества молока согласно действующим требованиям РФ. Несмотря на это, установлены зависящие от него производственные показатели, а именно 6,76.

Опираясь на данные, представленные в табл. 1 и 2, можно сделать вывод, что молоко, поступающее в НПЛС LacCor, подходит по физическим и химическим свойствам значений, а также по технологическим показателям для изготовления качественного сыра.

Технология приготовления сыра своеобразна: сырое молоко помещают в сыроварню «Доктор Губер», оборудованную водяной рубашкой, производят нагрев до температуры согласно рецептуре на конкретный вид сыра. Для исследования был выбран полутвердый сыр и температура первого нагрева молока составляет 72 °С. Для равномерного нагрева молоко постоянно перемешивается автоматической мешалкой – этот процесс называется пастеризацией. Затем молоко охлаждают до температуры 37 °С, добавляют хлорид кальция. Далее добавляют термофильную закваску, накрывают варочную емкость и оставляют на 45–60 минут при постоянной температуре молока 37 °С. По истечении времени добавляют сычужный фермент, медленно перемешивая для равномерного распределения по всему объему молока. Процесс формирования сырного сгустка происходит в течение времени, которое определяют по точке флокуляции, определяется расчетным путем. Когда сгусток готов, производят нарезку сырного сгустка, после нарезки медленно перемешивают сырное зерно при 37–39 °С. По окончании процесса формирования сырного зерна сыворотку отделяют. Сырное

зерно разливают по формам, сыворотку оправляют для дальнейшей переработки. Сыворотку нагревают до температуры 90 °С, в процессе нагревания сыворотки на поверхности образовывается творожистый сгусток, его снимают на специальную ткань. В ходе данного технологического процесса получается три продукта: полутвердый сыр, подсырная сыворотка, мягкий сыр рикотта.

Все технологические этапы сопровождаются замерами активной кислотности, изменения этого показателя представлены на рис. 1.

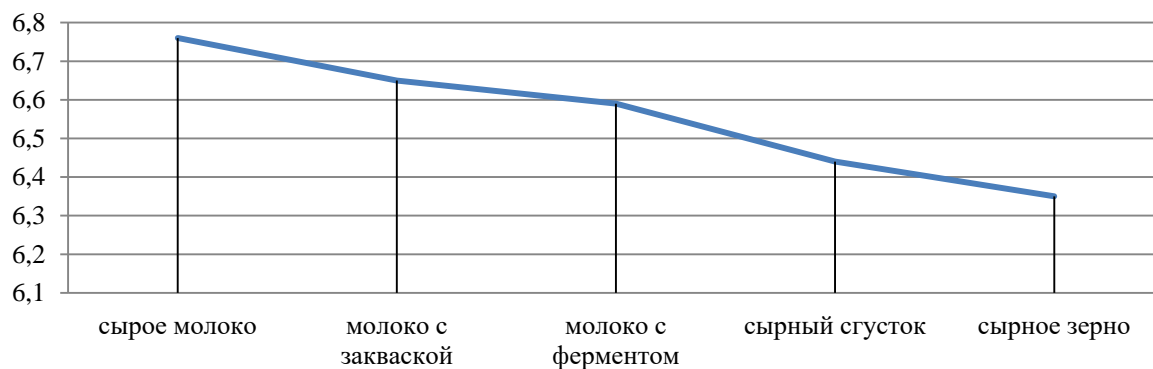


Рис. 1. Показатели активной кислотности

В процессе варки сыра показатель активной кислотности (рН) меняется в сторону повышения кислотности, что способствует коагуляции казеина и образованию сырной массы, которая является конечным продуктом технологического процесса. При изготовлении сыра используют различные пищевые добавки, которые влияют в большей степени на органолептические характеристики готового изделия, оказывая изменения физических и химических характеристик изучаемого сыра. На вкусовые качества сыра влияет также созревание сыра. Мягкие сыры не требуют созревания и имеют достаточно короткий срок хранения, в связи с этим изучение натуральных ягодных компонентов в качестве добавок является актуальным.

Результат исследования подсырных сывороток для прослеживания количественных показателей приведен в табл. 3, где показано, что часть кальция при внесении ягодного сока в молоко и ягодного жмыха при формировании сырных годлвок, переходит в подсырную сыворотку.

Таблица 3

Сравнительные показатели химических веществ молока, сыворотки без добавок и сыворотки с добавлением ягодного компонента

Показатель	Молоко коровье	Сыворотка из-под полутвердого сыра и рикотты без добавок после	Сыворотка из-под полутвердого сыра и рикотты с ягодным компонентом	Жмых	Сок рябиновый
М. д. кальция, мг%	170,76	57,21	60,08	39,59	37,04
М. д. белка, %	3,16	0,73	1,08	5,79	0,0099
М. д. жира, %	4,40	–	–	3,56	–

Характеризуя данные, приведенные в табл. 3, можно отметить, что в процессе производства полутвердых сыров с внесением ягодных компонентов часть кальция переходит в подсырную сыворотку, об этом свидетельствует то, что сыворотка после

производства полутвердых сыров без добавок имела кальция меньше на 2,87 %, чем в подсырной сыворотке с добавлением компонентов из рябины (жмых, сок). Из этого можно сделать вывод, что при внесении ягодных компонентов в процессе приготовления полутвердых сыров, обогащение подсырной сыворотки рябиновыми компонентами составляет 35,18 % от содержания кальция в сыром молоке, тогда как в подсырной сыворотке, приготовленной без внесения добавок, – 33,5 %.

Важное значение при производстве сыра имеет белок, из показателей, указанных в табл. 3, видно: содержание белка в сравнении с сырым молоком изменилось на 2,43 % для сыворотки без добавок и на 2,08 % для сыворотки с добавкой ягодного компонента, так как белок из сырого молока переходит в сыр, при внесении компонентов рябины белок в подсырной сыворотке поднимается на 0,35 %, что также свидетельствует о обогащении подсырной сыворотки.

Показатели содержания белка в готовых изделиях с показателями сырого молока приведены в табл. 4. Опираясь на данные из таблицы, можно сделать вывод: при варке полутвердого сыра происходят химические преобразования, содержание массовой доли белка в сыре увеличивается. Так, в сыром коровьем молоке массовая доля белка составляет 3,16 %, что значительно меньше, чем в готовых сырах (на 20,94; 8,12; 23,44 и 10,56 %).

Таблица 4

Содержание белка в сырье и готовых изделиях

Показатель	Молоко	Сыр без добавок		Сыр с ягодным компонентом	
		полутвердый	мягкий рикотта	полутвердый	мягкий рикотта
М.д. белка, %	3,16	24,1	11,28	26,6	13,72

К готовым пищевым изделиям есть требованиям действующих нормативно правовых актов. Для молочной продукции Технический регламент Таможенного союза 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 013/2013) [2]. В соответствии с данным документом проведены исследования готовых изделий, по данным, указанным в табл. 5, видно, что микробиологических опасностей в готовых изделиях не выявлено.

На основании проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

- 1) в процессе работы проведен химический анализ молока, на основании полученных результатов определена его сыропригодность;
- 2) определены количественные показатели подсырной сыворотки;
- 3) по результатам физических и химических показателей, влияющих на обогащение готовых изделий, определен ягодный компонент наиболее изменяющий показатели в готовых изделиях.

Таблица 5

Показатели биологической безопасности готовых изделий

Показатель	Требования ТР ТС 033/2013	Сыр без добавок		Сыр с ягодным компонентом	
		полутвердый	мягкий рикотта	полутвердый	мягкий рикотта
Бактерии группы кишечной палочка (БГКП), г	не допускается в 0,001	не обнаружено			
Патогенные, в т. ч. Salmonella, г	не допускается в 25	не обнаружено			
Стафилококки и S. aureus, г	не допускается в 0,001	не обнаружено			

Список литературы

1. Крусь Г. Н., Шалыгина А. М., Волокитина З. В. Методы исследования молока и молочных продуктов : учебник. М. : Колосс, 2000. 368 с. ISBN 5-10-003440-8.
2. Технический регламент Таможенного союза 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции» (ТР ТС 013/2013).

УДК 664.642

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ ТИРЕОИДНОЙ НЕДОСТАТОЧНОСТИ

Ч. А. Дюлюш¹, В. М. Позняковский², Н. Г. Челнакова^{3*}

¹Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, г. Кемерово

²Кемеровский государственный медицинский университет, г. Кемерово

³Компания «Арт Лайф», г. Томск

Аннотация. Разработан специализированный продукт в форме БАД, функциональные свойства которого направлены на коррекцию обменных процессов при заболеваниях щитовидной железы. Определен качественный и количественный состав рецептуры на основе биохимической и фармакологической характеристики ингредиентного состава. Установлены регламентируемые показатели качества, сроки и режимы хранения БАД по результатам исследования физико-химических, санитарно-гигиенических и санитарно-токсикологических критериев.

Ключевые слова: тиреоидная недостаточность; функциональный продукт; рецептура; функциональные свойства; профилактика и комплексное лечение

Недостаток йода является одним из распространенных изъянов в питании современного человека, что приводит к заболеванию щитовидной железы, другим негативным последствием для здоровья [1–3].

Одной из эффективных мер профилактики и комплексного лечения зобной анемии может быть включение в рацион специализированных продуктов с высоким содержанием биоактивного йода [4–7].

Разработан функциональный продукт для профилактики тиреоидной недостаточности с оценкой его качества безопасности. Ниже представлен научно обоснованный рецептурный состав специализированного продукта в форме БАД, мг в 1 таблетке: L-тирозин – 220; цитрат цинка – 9,62; токоферола ацетат 50 % – 4; никотинамид – 4 (20); марганца аспарагинат – 2,92; ретинола ацетат 500МЕ/мг – 1,16; йодказеин (органический йод 7–10 %) – 1,07; меди цитрат – 0,57; пиридоксина гидрохлорид – 0,4 (2,0); рибофлавин – 0,36 (1,8); тиамин мононитрат – 0,3 (1,5); калия йодат – 0,25; селенсен – 0,06; фолиевая кислота – 0,04; кобальта аспарагинат – 0,014.

Компоненты рецептуры обладают синергическим действием в отношении коррекции обменных нарушений при дефиците йода.

Определены с регламентируемым показателем качества, мг в 1 таблетке (усредненные данные): цинк – 3; марганец – 0,4; селен – 14; кобальт – 2; йод – 105; медь – 0,2;

* © Дюлюш Ч. А., Позняковский В. М., Челнакова Н. Г., 2023

витамин А – 0,2; тиамин – 0,3; рибофлавин – 0,36; пантотеновая кислота – 4; пиридоксин – 0,4.

Биоактивный йод содержится в неорганической и органической формах, что обеспечивает его целевую доставку в клетке-мишени и эффективность.

Проведены исследования показателей безопасности по санитарно-гигиеническим и санитарно-токсикологическим критериям согласно требованиям нормативной документации. Показатели микробиологической обсемененности включали КМАФанМ, дрожжи и плесени, *E. Coli*, патогенные, в т. ч. сальмонеллы, БГКП, токсичные элементы – свинец, кадмий, ртуть, мышьяк, пестициды – ГХЦГ (сумма изомеров), ДДТ и его метаболиты, гептахлор, алдрин. По результатам этих исследований установлены сроки и режимы хранения специализированного продукта – 36 месяцев при температуре не выше 25 °С в сухом, защищенном от света месте.

Определены регламентируемые показатели качества, определяющие функциональную направленность БАД.

Разработана и утверждена техническая документация для организации массового производства. Рецепт и технология нового продукта апробирована на предприятиях компании «Арт Лайф».

Получено экспертное заключение Института питания и Роспотребнадзора, подтверждающее возможность использования функционального продукта в комплексном лечении йоддефицитных состояний и заболеваний щитовидной железы.

Список литературы

1. Искусство быть здоровым : пособие для врачей и консультантов / сост. Г. Г. Жевачевский. 16-е изд., перераб. и доп. Новосибирск : Изд-во «РИФ – Новосибирск», 2018. 547 с.

2. Нутрициология и клиническая диетология: национальное руководство / под общ. ред. В. А. Тутельяна, Д. Б. Никитюка. М. : ГэоТАР – Медиа, 2020. 656 с.

3. Хорошилов И. Е. Клиническое питание и нутрициологическая поддержка. СПб. : ЭЛБИ – СПб, 2018. 192 с.

4. Австриевских А. Н., Вековцев А. А., Позняковский В. М. Продукты здорового питания: новые технологии, обеспечение качества, эффективности применения. Новосибирск : Сиб. унив. изд-во, 2005. 413 с.

5. Герасименко Н. Ф., Позняковский В. М., Челнакова Н. Г. Здоровое питание и его роль в обеспечении качества жизни // Технологии пищевой и перерабатывающей промышленности АПК – продукты здорового питания. 2016. № 4 (12). С. 52–57.

6. Пищевые ингредиенты в создании современных продуктов питания / под общ. ред. В. А. Тутельяна, А. П. Нечаева. М. : ДеЛи плюс, 2014. 520 с.

7. Позняковский В. М., Чугунова О. В., Тамова М. Ю. Пищевые ингредиенты и биологически активные добавки. М. : ИНФРА-М, 2017. 143 с.

ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ

М. А. Захаренко, В. М. Позняковский*

Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, г. Кемерово

Аннотация. Разработан высокоэффективный функциональный продукт – биологически активная добавка (БАД) для коррекции биоценоза кишечника и метаболической детоксикации. В состав рецептурных ингредиентов входят: постбиотический метафилтрат; природный цеолит; полисорбовит (растворимые пищевые волокна); диоксид кремния; липаза; бромелайн; папаин; целлюлаза; рутин; хитозан; лизоцим гидрохлорид. Инновационность мультиструктурной технологии капсулированной формы БАД заключается в специальном покрытии капсулы кишечнорастворимой оболочкой, обеспечивающей последовательную адресную доставку ингредиентов к клеткам-мишеням желудочно-кишечного тракта (ЖКТ) с высокой степенью их сохранности и биоактивности.

Ключевые слова: БАД; ферменты; сорбенты; рецептура; постбиотический метафилтрат; метаболическая детоксикация; коррекция биоценоза

В настоящее время накоплен значительный экспериментальный и клинический материал о роли микробиома, в т. ч. микробиоты кишечника, в сохранении здоровья, возникновении и развитии многочисленных заболеваний [1; 2].

Микробиом современного человека подвергается воздействию целого ряда негативных факторов: неправильное питание, последствия алиментарных и инфекционных заболеваний, неконтролируемое применение антибиотиков, других лекарственных средств и т. д. В результате развивается дисбактериоз и, как следствие, эндотоксикозы, вызываемые бактериальными эндотоксинами [3].

Одним из действенных способов метаболической детоксикации и коррекции биоценоза кишечника могут быть биотехнологические продукты микробиологического профиля с направленными функциональными свойствами.

Разработан инновационный биологически активный комплекс в форме БАД в качестве эффективного средства метаболической детоксикации и коррекции биоценоза. Дана характеристика ингредиентного состава БАД для научного обоснования состава ее рецептуры и функциональных свойств.

Постбиотический метафилтрат «Субтизим» (Subtizym). В состав метафилтрата входит широкий набор ферментов и антибактериальных пептидов, проявляющих активность по отношению к грамотрицательным, грамположительным грибам и патогенам.

Лизоцим (муромидаза). Фермент белковой природы (мукопептид – глюкогидролаза). Обладает способностью разрушать токсичные пептидогликаны клеточной стенки бактерий.

Целлюлаза – фермент в форме 1,4; 1,3 и 1,6 бета-глюканазы. Активность фермента направлена на разрушение специфичных для *Candida albicans* 1,3 и 1,6 связей в молекуле бета-глюкана клеточной стенки гриба, что приводит к нарушению целостности клетки и ее гибели. Фермент эффективен на разных стадиях развития гриба.

Цеолит природный. Микропористая молекулярная структура цеолита напоминает пчелиные соты, внутри которых находятся отрицательно заряженные ионы кремния, калия и магния. Цеолит обладает способностью связывать аллергены и антигены, вы-

* © Захаренко М. А., Позняковский В. М., 2023

зывающие аллергические реакции, астмы и мигрени, что способствует уменьшению симптомов их проявления.

Хитозан. Обладает способностью адсорбировать из содержимого кишечника и крови значительный спектр токсических веществ неорганической и органической природы, незавершенного пищеварения, оказывая, тем самым, очищающее действие на организм.

Полисорбовит. Представляет модифицированный пектин с высокой степенью этерификации. Эффективен при различных токсикозах и заболеваниях, в т. ч. вирусной и бактериальной природы.

Диоксид кремния. Наночастицы диоксида кремния обладают свойством связывать и выводить из организма многочисленные токсины, что связано с относительно большой сорбционной поверхностью. Положительными свойствами сорбента являются его нетоксичность, отсутствие влияния на рН среды, десорбцию и травматического эффекта в отношении слизистой желудочно-кишечного тракта

Липаза. Фермент, катализирующий распад нерастворимых эстеров – липидных субстратов.

Бромелайн и папаин. Ферменты широкого протеолитического спектра, способные расщеплять белки и пептиды, независимо от рН среды. Поэтому они эффективны при расстройствах пищеварения и засилии грибковой флоры, способны значительно снижать гниение белков и брожение сахаров в кишечнике, предотвращая интоксикацию и усиление дисбиоза.

Разработана технология мультиструктурной капсулированной формы БАД, где каждому компоненту отведено свое место в реализации функциональных свойств. Инновационность технологии заключается в специальном покрытии капсулы кишечнорастворимой оболочкой, обеспечивающей последовательную адресную доставку биологически активных ингредиентов к клеткам-мишеням ЖКТ с высокой степенью их сохранности и биоактивности.

Список литературы

1. Вековцев А. А., Никитюк Д. Б., Позняковский В. М. Новые масштабные биотехнологические проекты в метаболической коррекции дисфункциональных состояний и синдромов дезадаптации // Коллективная монография «Актуальные проблемы хранения и переработки сельскохозяйственного сырья». СПб. : Лань, 2020. С. 18–26.

2. Вековцев А. А., Сербя Е. М., Бямбаа Б., Позняковский В. М. Микробиом и биохакинг: парадигма управления здоровьем // Индустрия питания. 2021. Т. 6, № 2. С. 16–32.

3. Тохириён Б., Вековцев А. А., Булашко О. Н. и др. Биотехнологическая программа в форме БАД для поддержки индигенной микрофлоры кишечника // Вестник Южно-Уральского государственного университета: Серия «Пищевые и биотехнологии». 2020. Т. 8, № 2. С. 65–73.

БИОКОМПЛЕКС ДЛЯ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ И ПРОФИЛАКТИКИ АЛЛЕРГИЧЕСКОГО ПРЕССИНГА: ТЕХНОЛОГИЯ ИННОВАЦИЙ И ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЯ

О. Г. Позднякова¹, М. А. Казакова², В. М. Позняковский^{2,3},
Н. Г. Челнакова^{4*}

¹Сибирский политехнический техникум, г. Кемерово

²Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия, г. Кемерово

³Кемеровский государственный медицинский университет, г. Кемерово

⁴Компания «Артлайф», г. Ростов-на Дону

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы оценки влияния биокомплекса на иммунную систему и профилактику аллергического прессинга.

Ключевые слова: биокомплекс; иммунная система; профилактика; аллергический прессинг

В настоящее время можно считать доказанной связь между характером питания и возникновением аллергии. Установлено прямое влияние биологически активных компонентов пищи на развитие иммуно-аллергических реакций [1; 2].

Причинами аллергизации современного человека является воздействие на организм агрессивных факторов внешней и внутренней среды при наличии хронического дефицита эссенциальных макро- и микронутриентов, регулирующих аллергические процессы.

Особую актуальность рассматриваемая проблема приобретает в питании беременных и кормящих женщин, поскольку формирование аллергических механизмов закладываются в пери- и неонатальных периодах развития ребенка.

Следует отметить, что профилактика и лечение аллергических заболеваний с помощью медикаментозных средств не всегда эффективны и характеризуются появлением побочных реакций. В этом плане использование биологически активных веществ и их комплексов в форме специализированных продуктов, в том числе БАД, представляется более целесообразным и безопасным [2].

Цель исследования – разработать технологию производства биокомплекса в форме БАД с направленными иммуномодулирующими и противоаллергенными свойствами.

В качестве объектов исследования проводились испытания лабораторных образцов БАД, выработанных в производственных условиях. Использовались лабораторные и производственные образцы БАД. Исследования проводили с помощью общедоступных и модифицированных методов: игидрокверцетина, кверцетина и геспередина – одних из основных ингредиентов рецептуры, характеризующих функциональные свойства специализированного продукта.

Определение содержания глицирризиновой кислоты методом ВЭЖХ. Принцип метода состоит в первоначальной экстракции глицирризиновой кислоты из объекта исследования и ее определении в растворе с помощью ВЖХ. При анализе количественного содержания глицирризиновой кислоты применяли метод внешнего стандарта.

Испытуемый раствор. Точная навеска анализируемого БАД (количество эквивалентное 0,2–2 мг липоевой кислоты) переносят в мерную колбу на 50 мл и прибавляют 40 мл 50 % этилового спирта и обрабатывают в ультразвуковой ванне 30 минут (темпе-

* © Позднякова О. Г., Казакова М. А., Позняковский В. М., Челнакова Н. Г., 2023

ратура комнатная). Затем содержимое колбы доводят спиртом до метки и тщательно перемешивают. Раствор фильтруют через фильтр с размером пор 0,45 мкм.

Стандартный раствор. 50 мг (точная навеска) стандартного образца глицирризиновой кислоты переносят в мерную колбу вместимостью 100 мл, растворяют в этиловом спирте 50 % и доводят спиртом до метки. Разбавляют раствор в 50 раз и фильтруют через фильтр с размером пор 0,45 мкм. Концентрация стандартного раствора 0,01 мг/мл.

Приготовление подвижной фазы. Раствор А: уксусная кислота, разбавленная в 15 раз. Раствор В: ацетонитрил. В качестве подвижной фазы используют смесь растворов А и В (3:2). Смесь растворов дегазируют и фильтруют через фильтр с размером пор 0,45 мкм.

Условия хроматографического анализа. Использовалась хроматографическая колонка 5 мкм с внутренним диаметром – 3,9 мм, заполненной стационарной фазой С18 (Symmetry), и длиной 150 мм. Количество пробы для анализа 20 мкл определена скоростью подачи элюента – 0,7 мл/мин при детекторе УФ, 252 нм. Запись хроматограммы – 8 мин.

Расчет и анализ проводился после анализа пригодности системы к работе. В колонку последовательно вводят шприцем по 20 мкл растворов (стандартного и испытуемого) и осуществляют регистрацию хроматограммы. Идентификацию пиков глицирризиновой кислоты проводят путем измерения площади пиков.

Расчет осуществляют по формуле

$$X, (\%) = (S_o C_{ст} V_o 100) / (S_{ст} m),$$

где S_o – площадь пика образца; $S_{ст}$ – площадь пика стандарта; $C_{ст}$ – концентрация раствора стандарта, мг/мл; m – масса навески образца, мг; V_o – объем раствора образца, мл.

Разработан специализированный продукт в виде капсулированной формы БАД, ингредиенты которой обладают направленным синергическим влиянием на коррекцию обменных нарушений при иммуно-аллергических патологиях, на 1 капсулу массой 590 мг: зеленого чая экстракт – 75 мг (катехины, не менее 14,25); винограда косточек экстракт – 52,6 мг (полифенольные соединения, не менее 50), рейши гриб – 50 мг, солодки экстракт – 50 мг (глицирризиновая кислота, не менее 5), кальция аскорбат – 29,6 мг (витамин С – 24,5), гесперидин – 15 мг, магния лактат – 15 мг, дигидрокверцетин 88% – 14,2 мг (дигидрокверцетин 12,5), Витамин С (аскорбиновая кислота) – 10,5 мг, бромелайн – 10 мг, кверцетин – 7,5 мг, витамин Е (токоферола ацетат) – 3,5 мг, цинка оксид – 2,8 мг (цинк – 2,25), витамин В5 (пантотенат кальция) – 2 мг, селенсен – 0,09 мг (селен 0,021).

На рис. 1 показана технология производства БАД, которая включает следующие этапы.

Подготовка сырьевых ингредиентов. Рейши гриб, субстанции и растительные экстракты пропускают через вибросито с ячейками 1 мм. Полученный отсев измельчают на молотковой мельнице и вновь просеивают.

Приготовление смеси для грануляции. Компоненты рецептуры рейши гриб и магния лактат дозируют совместно, проверяют соответствие их количества технологической карте, просеивают через аналогичное вибросито, измельчают и повторно просеивают с целью отсутствия посторонних включений и комков. Проводят смешивание в V-образном смесителе 1 час на 100 кг сырья. Контролируют присутствие комков и посторонних включений путем надавливания на поверхность смеси пестиком.

Приготовление влажного гранулянта (экструзия). В качестве увлажнителя используют воду в количестве 100 % (концентрация – 100 %). Грануляцию проводят на горизонтальном грануляторе (экструдоре) пресс-автомате «ФАТА».

Проверка однородности цвета гранулята. Гранулят помещают в сушильный шкаф и сушат при 65 ± 5 °С до остаточной влаги 7–9 %. Отбирают пробы из различных частей сушильного шкафа (средней, верхней и нижней) в количестве 10 г для контроля равномерности сушки и влажности. Сухую грануляцию осуществляют на грануляторе FitzMill с сеткой № 4. Контролируют отсутствие посторонних включений.

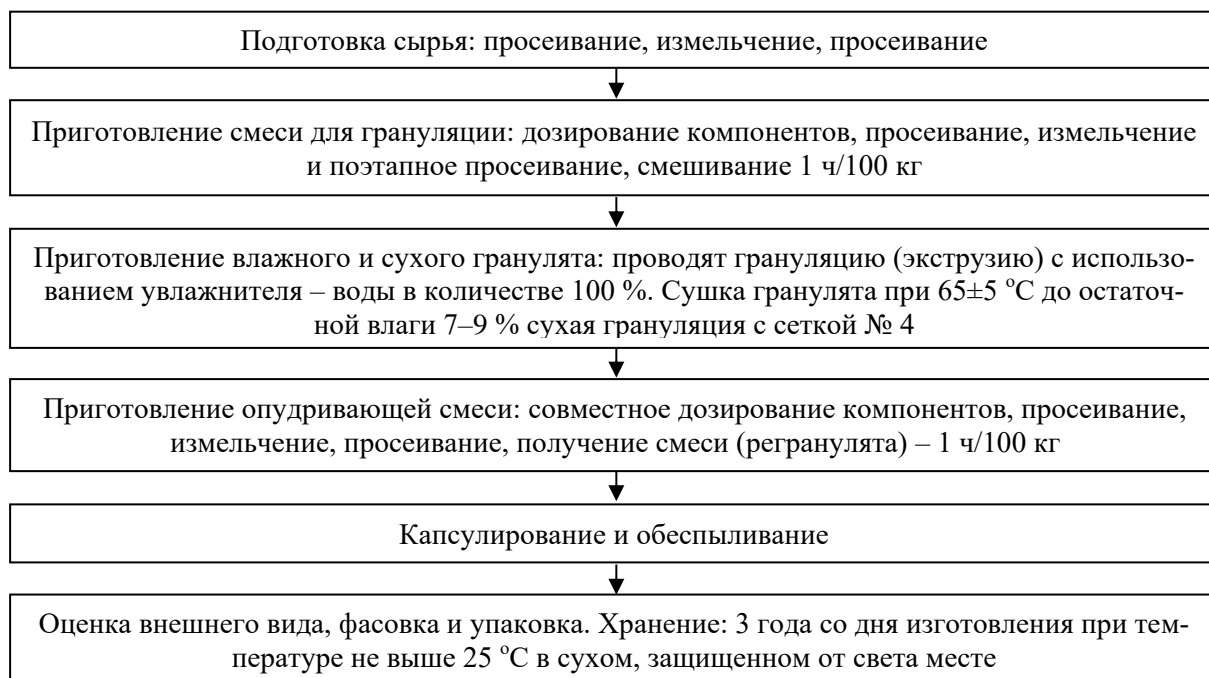


Рис. 1. Технологическая схема производства БАД

Приготовление опудривающей смеси. Совместно дозируют компоненты: зеленого чая экстракт, виноградных косточек экстракт 95%, солодки экстракт, кальция аскорбат, тальк, гесперидин (95%), токоферола ацетат (50%), аскорбиновая кислота, дигидрокверцетин (88%), крахмал картофельный бромелайн 2400GDU, кверцетин (сухой), пантотенат кальция, цинка оксид, селексен.

Анализ качества сырья на соответствие нормативной и технической документации проводят по его наименованию и количеству. Используемые ингредиенты просеивают с использованием вибросита (1 мм), пропускают молотковую мельницу и вновь просеивают. Комки и посторонние включения должны отсутствовать. Регранулят (опудривающую смесь) готовят в V-образном смесителе на протяжении 60 минут (на 100 кг. сырья). Определяют качество регранулята на соответствие требованиям технической документации.

Процессы капсулирования и обеспыливания проводят на капсульном станке-автомате. В процессе капсулирования проверяют качество капсул:

- через каждые 30 минут проверяют качество капсул путем взвешивания взвешивая 20 капсул и определения средней массы. Фиксируют также массу отдельных капсул допускаются отклонения в пределах ± 5 %;

- проводят оценку внешнего вида на отсутствие замятий краев крышки и тела капсулы, вмятин, сколов, потертостей (осматривают 10 капсул каждые 60 минут). Поверхность капсулы должна быть ровной и гладкой. Готовые капсулы обеспыливают.

Капсулы, соответствующие по внешнему виду требованиям технической документации, передают на фасовку, упаковку и хранение при температуре не выше 25 °С в сухом, защищенной от света месте на период до 3 лет со дня изготовления.

Инновационность технологии заключается в заключении биологически активных ингредиентов в твердую оболочку желатиновой капсулы. Используются различные формы содержимого – pellets, порошок, пасты, сферические гранулы, микрокапсулы и их различные варианты. Допускается наличие смеси нескольких несовместимых ингредиентов в одной капсуле. Оболочка желатиновых капсул выполняет защитные функции от воздействия негативных факторов, что реализуется в локализации действия БАВ и их функциональных свойств.

Список литературы

1. Позднякова О. Г., Казакова М. А., Австриевских А. Н., Позняковский В. М. Микронутриентная поддержка молодого организма в условиях урбанизации современного общества // АПК РОССИИ. 2019. № 3. С. 436–441.

2. Позднякова О. Г., Казакова М. А., Вековцев А. А., Позняковский В. М. Полифункциональный комплекс биологически активных веществ для нутриентно-метаболической поддержки организма в подростковом возрасте: технология инноваций // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2019. № 5. С. 69–75.

УДК 641.05

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА БЛЮД БЫСТРОГО ПРИГОТОВЛЕНИЯ ДЛЯ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ПИТАНИЯ

О. А. Макличенко, Т. С. Гвасалия*

*Пятигорский институт (филиал) Северо-Кавказского федерального
университета, г. Пятигорск*

Аннотация. В данной статье рассматривается история возникновения пиццы, ее классификация и виды, описываются особенности технологии приготовления пиццы из рисовой муки и определение химического состава нового изделия.

Ключевые слова: пицца; рисовая мука; тесто; начинка; безопасность; санитарно-гигиенические требования

Блюда быстрого приготовления – это питание с меньшей тратой времени, в т. ч. на изготовление самого блюда, с упрощёнными или упразднёнными столовыми приборами или вне стола [1]. Рассмотрим в качестве блюда для быстрого питания (фаст-фуд) – пиццу с полной заменой пшеничной муки на рисовую.

Пицца – одно из самых популярных и простых блюд. Существует немало рецептов её приготовления, и каждый хорош по-своему.

В разных регионах пиццу готовят по-разному. У большинства людей пицца ассоциируется с Италией, но история ее происхождения уходит корнями глубоко в историю. Первое упоминание о пицце (pizza) найдено в летописях итальянского городка Гаэта (997 г. н. э.). Пицца, которую мы привыкли видеть сейчас, появилась тогда, когда в Европе появились томаты. В ту пору помидоры считались ядовитыми плодами, люди отказывались употреблять их в пищу. Со временем в Неаполе помидоры стали использовать как начинку для теста. Именно здесь на тонкое тесто выкладывали соус из по-

* © Макличенко О. А., Гвасалия Т. С., 2023

мидоров, травы и разнообразные начинки, после чего запекали. Блюдо это было дешевое и сытное. Уже в XVII в. начали открываться первые пекарни – pizzaiolo.

Приведем примеры классических видов пицц: «Маргарита» – помидоры, моцарелла, базилик, оливковое масло; «Неаполитанская» – помидоры, моцарелла, пармезан, анчоусы, базилик; «Каприччоза» – моцарелла, помидоры, грибы, черные и зеленые оливки, артишоки, базилик; «Прошутто» – моцарелла, ветчина, черный перец, оливковое масло; «Гавайская» – ветчина и ананасы; «Сицилийская» (в Италии ее называют «Сфинчионе») – сыр пекорино, томатный соус, анчоусы; «Четыре сезона» – начинки разделены на четыре сектора: 1) весна: оливки и артишоки; 2) лето: салями и чёрный перец; 3) осень: помидоры и моцарелла; 4) зима: грибы и варёные яйца.

Пицца состоит из основы для теста (краст) и начинки. Правильно приготовленное тесто для пиццы – это залог успеха всего блюда. В зависимости от вида и рецепта пиццы, тесто готовится совершенно разное.

Подразделяют тесто для пиццы на следующие виды: бездрожжевое тесто; вытяжное тесто (для приготовления используют муку грубого помола); безопарное дрожжевое тесто; сдобное опарное дрожжевое тесто; итальянское тесто; тесто на основе кефира; полезное тесто (делается из цельнозерновой муки); тесто для пиццы на закваске (без дрожжей); пресное несладкое тесто на соде; из слоеного дрожжевого теста и др. [2]

В качестве начинки для пиццы могут быть использованы различные компоненты и их сочетание. Наиболее распространенными являются:

- сливочно-грибная начинка (шампиньоны; лук репчатый; твердый сыр);
- с куриным филе (отварная куриная грудка; помидоры; сладкий перец; лук; листья базилика; сыр твердых сортов);
- с колбасой и сыром (копченая колбаса; сыр пармезан; помидоры; маринованные огурцы (по желанию); красный лук);
- «Четыре сыра» (сыр моцарелла; сыр рокфор; сыр гауда; козий сыр и листья орегано, можно сухой);
- овощная начинка (сыр моцарелла; кабачки; баклажаны; черные маслины (без косточки); салатный перец; лук репчатый; орегано; имбирь по вкусу);
- деревенская начинка (сыр моцарелла; жареные шампиньоны; бекон; жареный лук – полукольцами; жареный картофель – брусочками; орегано) и др. [3]

В настоящее время большое внимание уделяется здоровому питанию.

Пицца – это привычное лакомство для многих людей, на данный момент любителей данного блюда достаточно много по всему миру, однако она считается очень калорийным продуктом, а приготовленный краст на основе пшеничной муки может привести к возникновению аллергических реакций у людей, страдающих целиакией.

Как правило, еще одно вещество, которое мы получаем с пшеничной мукой, – это глютен (белок клейковины). Исследования показали, что этот белок оказывает влияние на весь организм в целом. Влияние на организм обусловлено тем, что когда данный белок попадает в организм, и после того, как он проходит всю систему пищеварения, данное вещество нарушает работу всасывающих ворсинок, вследствие чего кишечник не справляется со своими функциями, что может вызывать диарею, метеоризм, вздутие и т. д.

В ходе данного исследования, после изучения всех свойств пшеничной муки, как полезных, так и оказывающих последующее негативное влияние на организм, мы решили изменить состав основы для пиццы, путем замены данного вида муки на рисовую и, тем самым обогатить ее белком и витаминами группы В. Еще одним преимуществом данного блюда будет то, что его можно будет употреблять и людям, которые придерживаются безглютеновой диеты.

Рисовая мука получается из полированного риса. Этот вид муки содержит большое количество белка и крахмала, именно поэтому изделия из нее отличаются характерным белоснежным цветом. Еще одной отличительной особенностью рисовой муки является отсутствие в ней специфического белка – глютена, способного вызывать сильную аллергическую реакцию. Рисовая мука является источником полноценного по аминокислотному составу растительного белка, содержит натрий, калий, магний, фосфор, цинк, витамины группы В (В₁, В₂, В₃). Этот вид муки является источником широкого спектра природных микроэлементов, витаминов и минеральных веществ, что делает её исключительно полезной для питания людей всех возрастов [4].

При производстве и реализации продукции фастфуда, как пищевых продуктов высокой влажности, необходимо строгое соблюдение санитарно-гигиенических норм и правил ее производства и реализации.

Нами была отработана рецептура нового вида пиццы. Перечень компонентов, входящих в рецептуру, представлен в табл. 1.

Таблица 1

Рецептура пиццы с основой из рисовой муки

Сырье и продукты	Расход сырья и продуктов на 1 порцию, г	
	брутто	нетто
Творог обезжиренный	180	180
Мука рисовая	130	130
Яйцо	1/3 шт.	25
Соль	3	3
Разрыхлитель	2,5	2,5
Отварная (грудка)	150	150
Маринованные огурцы	100	100
Помидоры	40	40
Томатная паста	30	30
Сыр	90	90
Выход		500,0

Технология приготовления пиццы с основой из рисовой муки включает в себя следующие операции: приготовление основы для пиццы, приготовление начинки, выпекание. Основа для пиццы: смешать в чаше творог, яйца, рисовую муку, разрыхлитель и соль до однородной консистенции. Выложить тесто на противень, застеленный пергаментной бумагой, распределить тесто по всей форме. Смазать основу пиццы томатной пастой, мелко нарезать отварную грудку, кружками нарезать огурец, а помидоры тонкими дольками. Выложить слоями мясо птицы, маринованный огурец и помидор. Поставить пиццу выпекаться в заранее разогретую до 180–200 °С духовку на 10 минут. Посыпать пиццу натертым сыром и отправить в духовку еще на 5 минут.

Нами был произведен расчет пищевой и энергетической ценности блюда [5]. Результаты приведены в табл. 2.

Таким образом, разработанная новая рецептура пиццы с использованием рисовой муки позволит расширить ассортимент изделий быстрого приготовления, в т. ч. рекомендовать ее для питания людей, страдающих непереносимостью глютена.

Список литературы

1. Богушева В. И. Технология приготовления пищи : учеб.-метод. пособие. 3-е изд. Ростов-на-Дону : Феникс, 2018. 376 с.

2. Главчева С. И., Сапожников А. Н., Махачева Е. В. Индустриальное производство в общественном питании : учеб. пособие. Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. 124 с.
3. Еремина Т. А., Апалихина О. А. Особенности приготовления хлебобулочных, мучных кондитерских изделий народов мира : учеб. пособие. Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. 133 с.
4. Васюкова А. Т., Славянский А. А., Куликов Д. А. Технология продукции общественного питания : учебник. М. : Дашков и К°, 2018. 496 с.
5. Скурихин И. М., Тутельян В. А. Таблицы химического состава и калорийности российских продуктов питания : справочник. М. : ДеЛи принт, 2007. 276 с.

Таблица 2

Расчет пищевой и энергетической ценности пиццы

Блюда и приемы пищи	Выход блюда или изделия, г	Вода, г	Белки, г		Жиры, г		Углеводы, г			Пищевые волокна, г	Зола, г	Энергетическая ценность, ккал
			общие	в т. ч. животные	общие	в т. ч. растительные	общие	моно и дисахариды	крахмал			
1. Творог обезжиренный	180	129,06	39,6	39,6	1,092	–	5,94	5,94	0	0	2,16	127,8
2. Мука рисовая	130	11,7	9,62	–	0,78	0,78	104,26	0,91	102,83	2,99	0,65	462,8
3. Яйцо	25	18,5	3,17	3,17	2,87	–	0,17	0,17	0	0	0,25	39,25
4. Соль	3	0,003	0	0	0	0	0	0	0	0	0,063	7
5. Разрыхлитель	2,5	0	0	–	0	0	0,6	0	0,1	0	0	1,3
6. Отварная грудка	150	101	48,3	48,3	2,9	2,9	0,9	0	0,2	0	0,783	222,6
7. Маринованные огурцы	100	92	0,8	–	0,1	0,1	1,7	1,6	0,1	0,8	3,9	13
8. Помидоры	40	36,8	0,44	–	0,08	0,08	0,38	1,4	0,3	0,14	0,28	9,6
9. Томатная паста	30	21	1,44	–	0	0	5,7	5,4	1	0,33	0,81	36
Итого		410,06	103	91,1	7,82	7,72	113,7	15,4	104,5	4,2	8,896	991,9
Сохранность		39	7	–	18	–	–	17	5	2	77	12
Всего		159,92	7,23	0,91	1,41	0,08	1,137	2,62	5,226	0,1	0,622	119,0

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛУЧЕНИЯ ПОЛИДИСПЕРСНЫХ ГРАНУЛ ДЛЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЫСТРОРАСТВОРИМОГО КИСЕЛЯ

Р. В. Мехдиев*

Кемеровский государственный университет, г. Кемерово

Аннотация. В данной работе по совершенствованию технологии производства гранулированных продуктов быстрого приготовления изучен процесс концентрирования смеси и качество гранулированного напитка быстрого приготовления, богатого биологически активными веществами. Рассмотрен процесс гранулирования напитков, зависимость концентрации от частоты вращения ротора, а также органолептические свойства готового продукта.

Ключевые слова: гранулы; готовый продукт; концентрирование

Гранулирование широко применяется в разных отраслях: фармацевтической, пищевой, сельскохозяйственной, бытовой, химической, для производства сухих концентратов продуктов.

Современные тенденции расширения выбора ассортимента продуктов питания, имеющих в приоритете создание сбалансированной продукции, богатой высокой пищевой ценностью, имеющей возможность обеспечить различные группы людей в незаменимых нутриентах. Значимую роль при этом присваивают напиткам как главному продукту широкого вида потребления. Упрощение их состава и свойств дает выбор направления расширения новых технологий, аппаратов и процессов их формирования.

Был изучен процесс гранулирования, который можно поделить на три стадии.

Первая стадия процесса гранулирования – смачивание. На данной стадии происходит смешивание и взаимодействия материалов: сыпучего и жидкого (в виде пара). Порошкообразный исходный материал впитывает жидкость, образуется разный по размеру состав гранул, т. е. образуются зародыши гранул. Образование зародышей регулируется законами термодинамики и кинетикой смачивания.

Для регулирования размеров гранул используется механическое диспергирование лопастями активатора [1; 2].

Вторая стадия – это коалесценция (слияние) и консолидация (объединения) исходной смеси. Данная стадия определяет, какая будет исходная прочность материала и его пористость. Коалесценция и консолидация гранул происходит путем удара частиц о мешалку, стенку сосуда и столкновений друг с другом [3].

Третья стадия, она же и заключительная, это разрушение. Суть данной стадии – это разделение комков на гранулы равных размеров. Комки постоянно подвергаются ударам и столкновениям на протяжении всего процесса агрегирования в виброожигенном слое. Попадая в зону действия активатора, где ударные силы приводят к деформации гранул со сдвигом слоев [4].

Была собрана установка по приготовлению гранул напитков типа киселя. Известна смесь для получения киселя, включающая готовую пшеничную муку первого сорта, кукурузный крахмал, готовый сок 12 %, лимонную кислоту, сахар и пастеризованную воду [4].

Напиток типа кисель приготавливают по следующей схеме. Все компоненты (вода, крахмал, сок, кислота, сахар) брали в соотношении 1 : 0,34 : 1 : 0,15 : 0,10. Данные продукты, используемые для приготовления конечного продукта, засыпают в мешалку и смешивают, далее смесь проходит через экструдер, полученную смесь высу-

* © Мехдиев Р. В., 2023

шивают до получения порошкообразного материала и расфасовывают в пакетики. Один пакетик содержит нужное количество порошкообразной смеси для приготовления одного стакана (200 мл) киселя с добавлением горячей водой.

Разберем процесс перемещения частиц исходного материала для приготовления быстрорастворимого киселя в лопадном высокоскоростном смесителе. На основании данных из литературных источников известно, что скорость вращения лопастей равна 2–3 м/с, исходный материал переходит в псевдооживленное состояние, происходит процесс образование воронки относительно вертикального вала, который находится в центральной части корпуса лопадного смесителя.

Смесь частиц исходных ингредиентов начинает движение в корпусе под воздействием вращения лопастей, нижний слой начинает перемещаться вверх вдоль стенок корпуса, а верхние слои по спиральной траектории движутся вокруг вертикального вала и возвращаются в нижние слои материала частиц. На основании рассказанного выше можно прийти к выводу, что в верхних слоях смеси в корпусе лопадного цилиндрического смесителя происходит процесс завихрения, частицы материала движутся, условно говоря, в двух зонах.

Далее были изучены органолептические характеристики полученного продукта. Органолептические характеристики полученного продукта представлены в табл. 1.

Таблица 1

Органолептические характеристики полученного продукта

Показатель	Характеристика образца	
	Сухая смесь	Смесь с добавлением воды. Готовый продукт
Внешний вид	Мелкие гранулы	Непрозрачная густая жидкость, без дополнительных включений
Цвет	Желтовато-белый, зависит от выбранного готового сока	Желтый, зависит от выбранного готового сока
Вкус	Кисло-сладкий, со слабовыраженным привкусом готового сока, взятого для приготовления готового напитка	Кисло-сладкий, со слабовыраженным привкусом готового сока, взятого для приготовления готового напитка

Полученный продукт будет обладать высокими биологически активными свойствами, легко перевариваться в кишечнике. Данный продукт будет способствовать понижению такого показателя, как холестерин, благодаря улучшению обмена веществ. Смесь будет регулировать обмен липидов и желчных кислот в печени, проявляет гепатопротекторное действие, снижает высокий уровень сахара в крови при болезни диабета 2-го типа, повышает утилизацию глюкозы и уменьшает болезненные симптомы остеопороза и остеопороза.

Список литературы

1. Ennis B. J., Litster J. Size enlargement and size reduction. Chemical Engineers' Handbook. 7th ed. New York: McGraw-Hill, 1994: Section 21.
2. Litster J., Ennis B. J. The Science & Engineering of Granulation Processes. Dordrecht, The Netherlands: Kluwer Academic, 2004.
3. Iveson S. M., Litster J. D., Ennis B. J. A Review on Wet Granulation Technology // Powder Technology. 1996. Vol. 88, N 15.
4. Salman A. D., Hounslow M. J., Seville J. P. K. Handbook of Powder Technology: Granulation // Elsevier Science. 2007. Vol. 11. P. 897–978.

РЕЦЕПТУРЫ, УСТРОЙСТВА И СПОСОБЫ ПОЛУЧЕНИЯ ПЛАВЛЕННЫХ СЫРОВ КАК РЕЗУЛЬТАТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

О. Н. Мусина, Е. М. Нагорных*

*Алтайский государственный технический университет
имени И. И. Ползунова, г. Барнаул*

Аннотация. Рецептуры, устройства и способы получения плавленых сыров могут быть отнесены к различным объектам интеллектуальной собственности – произведения науки (статьи, монографии, другие научные публикации, раскрывающие технологическую последовательность получения сыра и его рецептуру), базы данных (рецептур), программы для ЭВМ (проектирование рецептов и др.), изобретения (объект изобретения – вещество, устройство и/или способ получения плавленого сыра), полезные модели (устройство для реализации способа получения сыра), промышленные образцы (внешний вид ломтевого плавленого сыра и др.), ноу-хау (секреты производства сыра). Проведен анализ статистической информации об отечественных изобретениях, описывающих рецептуры, устройства и способы получения плавленых сыров, права на которые официально зарегистрированы. Поиск информации проведен в базах данных Роспатента за период с 1924 по 2022 г. Запросы для поиска формулировались исходя из индекса Международной патентной классификации – А23С 19/08, 19/082 и 19/084. Установлено, что за исследуемый период в России по плавленным сырам выдано суммарно 155 охранных документов. Большинство РИД получены в вузах, права на них принадлежат вузам, НИИ и частным заявителям. Руководителям сыродельных предприятий следует проявить больше активности в регистрации РИД и использовании изобретений для повышения конкурентоспособности продукции.

Ключевые слова: плавленый сыр; патент; изобретение; интеллектуальная собственность

Основным признаком постиндустриального общества является уменьшение значимости материальных факторов производства и увеличение роли знаний и информации как основных производственных ресурсов [1, 2]. В связи с этим в настоящее время для развития инновационного бизнеса все большее значение начинают приобретать интеллектуальные ресурсы. В условиях современного рынка производство конкурентоспособной продукции невозможно без использования передовых технологий и инновационных решений. Сыродельные заводы должны развивать способность быстрой адаптации к меняющимся условиям и активно использовать интеллектуальные ресурсы предприятия. При этом получение и защита результатов интеллектуальной деятельности (РИД) играет одну из важнейших ролей в обеспечении конкурентоспособности предприятия. Государственная политика Российской Федерации активно содействует развитию инноваций. Существует обширный перечень мер государственной поддержки и стимулирования инновационного бизнеса, правовой охраны, управления и защиты интеллектуальной собственности [3]. Современный руководитель должен достаточно хорошо ориентироваться в вопросах защиты результатов интеллектуальной деятельности, понимать их значение для развития и поддержания конкурентоспособности инновационного предприятия [4].

Согласно ст. 1225 Гражданского кодекса, интеллектуальной собственностью, являются: произведения науки, литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин; базы данных; исполнения; фонограммы; сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач; изобретения; полезные модели; промышленные об-

* © Мусина О. Н., Нагорных Е. М., 2023

разцы; селекционные достижения; топологии интегральных микросхем; секреты производства (ноу-хау); фирменные наименования; товарные знаки и знаки обслуживания; наименования мест происхождения товаров; коммерческие обозначения.

Таким образом, рецептуры, устройства и способы получения плавленных сыров могут быть отнесены к следующим объектам интеллектуальной собственности – произведения науки (статьи, монографии, другие научные публикации, раскрывающие технологическую последовательность получения сыра и его рецептуру), базы данных (рецептур, например), программы для ЭВМ (проектирование рецептур и др.), изобретения (объект изобретения – вещество, устройство и/или способ получения плавленного сыра), полезные модели (устройство для реализации способа получения сыра), промышленные образцы (например, внешний вид ломтевого плавленного сыра), ноу-хау (секреты производства сыра). Объекты интеллектуальной собственности имеют экономическую природу. Создание объектов интеллектуальной собственности, ценное само по себе, должно сопровождаться правовой защитой РИД, предшествующей их внедрению в производство или иному практическому использованию. В рамках настоящей работы анализ проведен только по таким объектам интеллектуальной собственности как изобретения в связи с тем, что они отвечают одновременно трем критериям охраноспособности – новизна, изобретательский уровень, промышленная применимость.

Целью настоящей работы является анализ статистической информации об отечественных изобретениях, описывающих рецептуры, устройства и способы получения плавленных сыров, права на которые официально зарегистрированы. Обзор доступных источников литературы показал, что такая работа проводится впервые (за исключением работы [5], где временной интервал ограничен 1924–2002 гг.), обладает новизной и практической значимостью.

Методы исследования. Для закрепления правообладателя за объектом РИД требуется пройти процедуру государственной экспертизы заявки (формальной, а затем экспертизы по существу). В России вопросами, связанными с правовой охраной и защитой результатов интеллектуальной деятельности, в т. ч. изобретений, занимается Федеральный институт промышленной собственности (ФИПС) [6]. В нашем исследовании поиск информации проведен в базах данных Роспатента (подразделение ФИПС), которые содержит опубликованные сведения о зарегистрированных в России изобретениях за период с 1924 г. и по настоящее время. Использована база данных «RUPAT», которая содержит полные тексты российских патентов на изобретения и заявок на изобретения, состав базы данных соответствует составу официальных бюллетеней за период с 1994 г. и по настоящее время. Для поиска более ранних изобретений использовали ретроспективную базу данных «RUPAT_OLD», содержащую информацию об отечественных (периода СССР и частично РФ) патентных документах в факсимильном виде за период 1924–1993 гг. Таким образом, суммарная глубина ретроспективного поиска составляет практически 100 лет. Запросы для поиска формулировались исходя из индекса Международной патентной классификации – A23C 19/08, 19/082 и 19/084. Расшифровка иерархической классификации: класс A23 – пища или пищевые продукты; их обработка, не отнесенная к другим классам; подкласс A23C – молочные продукты, например молоко, масло, сыр; заменители молока или сыра; их производство; группа 19/08 – плавленные сыры; производство плавленных сыров, например плавление, эмульгирование, стерилизация; подгруппа 19/082 – введение вещества в сырную массу до и/или в процессе плавления; соли-плавители; подгруппа 19/084 – обработка сырной массы и/или введение в нее различных веществ после плавления.

Установлено, что за период с 1924 по 2022 г. по плавленным сырам выдано суммарно 155 охраняемых документов, в т. ч. по классу A23C 19/08 – 122; по классу A23C 19/082 – 24; по классу A23C 19/084 – 9.

Причем за первые 25 лет поискового диапазона (1924–1950 гг.) выдан только один патент в 1935 г. по МПК A23C 19/08, который касался способа нагревания сыра с целью его плавления.

За период с 1951 по 1975 г. выдано 7 патентов на изобретения, целью которых является упрощение технологии изготовления плавленого сыра, улучшение консистенции и качества: по классу A23C 19/08 – 4; по классу A23C 19/082 – 3; по классу A23C 19/084 – 0.

За период 1976 по 2000 г. выдан 41 патент, отмечен практически шестикратный рост активности в правовой регистрации РИД, целью изобретений является повышение питательной, биологической и энергетической ценности и сохраняемости готового продукта, а также упрощение производства и удешевление стоимости продукта без потери качества: по классу A23C 19/08 – 28; по классу A23C 19/082 – 0; по классу A23C 19/084 – 3.

За период с 2001 по 2022 г. выдано 106 охранных документов и опубликованных заявок на изобретение, целью которых является улучшение вкусовых качеств, пищевой ценности, расширение ассортимента плавленых сыров созданием новых функциональных продуктов, повышение рентабельности и увеличение сроков хранения: по классу A23C 19/08 – 89; по классу A23C 19/082 – 11; по классу A23C 19/084 – 6.

Графически количество выданных охранных документов и опубликованных заявок на изобретение по плавленым сырам представлено на рис. 1.

Из всего массива зарегистрированных в России изобретений, описывающих рецептуры, устройства и способы получения плавленых сыров, большинство разработаны в вузах, права на такие РИД принадлежат вузам, НИИ и частным заявителям. Такие статистические данные вызывает обеспокоенность. Руководителям сыродельных предприятий следует проявить больше активности в регистрации РИД и использовании инструментария цифровой экономики, в частности – изобретений для повышения конкурентоспособности продукции.

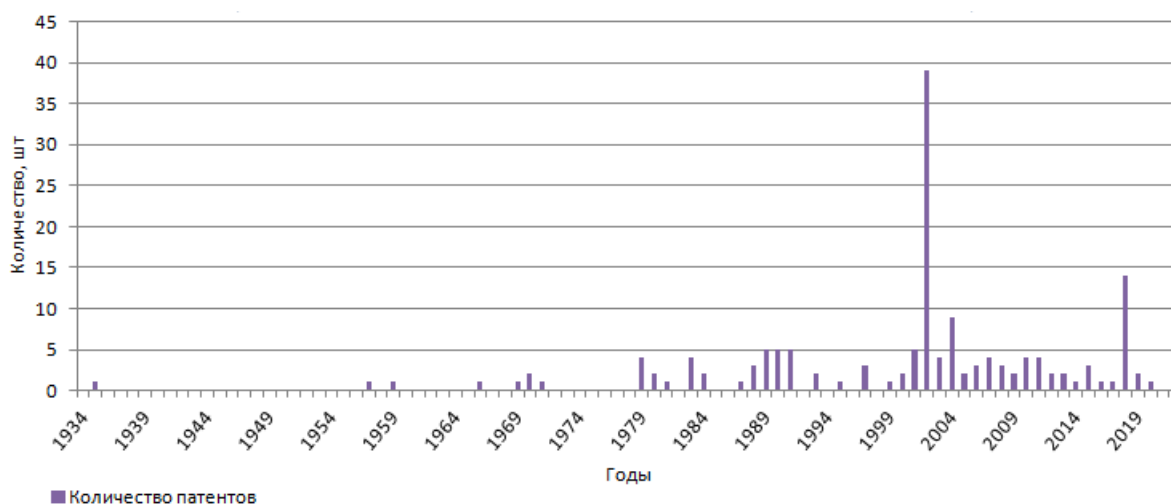


Рис. 1. Динамика патентования РИД на плавленый сыр за период 1934–2021 гг.

Работа выполнена в рамках Госзадания Минобрнауки РФ (мнемокод 0611-2020-013; номер темы FZMM-2020-0013, ГЗ № 075-00316-20-01).

Список литературы

1. Мусина О. Н. Роль интеллектуальной собственности предприятий АПК в условиях ВТО // Формирование инфраструктуры развития регионального АПК: тео-

рия и практика : материалы XIV Международ. науч.-практ. конф. (24–25 сентября 2015 г.). Барнаул: Алтайский дом печати, 2015. С. 214–216.

2. Сорокина Ю. А., Степанова Н. Р. Инновационное развитие, основанное на знаниях // Интеллектуальные ресурсы и правовое регулирование инновационной экономики. Кадры и технологии : тезисы докладов V Международной научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2009, С. 131–133.

3. Королева Е. В., Стрелков О. И. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в России в сфере инноваций и интеллектуальной собственности // Инновации. 2011. № 10. С. 36–42.

4. Тутельян В. А., Мусина О. Н., Балыхин М. Г. и др. Цифровая нутрициология: применение информационных технологий при разработке и совершенствовании пищевых продуктов : монография. М. ; Барнаул : АЗБУКА, 2020. 378 с. ISBN 978-5-93957-969-8.

5. Мусина О. Н. Комбинированные продукты в отечественном сыроделии : монография. Барнаул : Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2007. 165 с.

6. Федеральный институт промышленной собственности. Программы для ЭВМ, БД и ТИМС. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www1.fips.ru/iiss> (дата обращения 02.11.2022)

УДК 635.659:663.8:615.332

БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЙ ТОНИЗИРУЮЩИЙ НАПИТОК НА ОСНОВЕ ЭКСТРАКТА РОДОДЕНДРОНА АДАМСА

**А. А. Гребенчук, Л. В. Наймушина, И. Д. Зыкова,
Д. В. Коваленко, К. А. Лукьянова***

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Представлены результаты разработки рецептуры безалкогольного тонизирующего напитка с применением лекарственного пряно-ароматического растения – рододендрона Адамса (с бурят. Саган-Дайля) – «Напиток от Сагана». На основании спектрофотометрического исследования с применением модельного радикалаДФПГ показано, что водный экстракт растения обладает высокой антиоксидантной активностью. Представлена рецептура напитка, в ингредиентный состав которого помимо экстракта рододендрона Адамса входят настой цедрры апельсина, кофе молотого (ботанического вида арабика) и корицы, лимонная кислота, сахар и двуокись углерода. Предложена технологическая схема производства напитка. Определено, что органолептические и физико-химические показатели разработанного напитка соответствуют характеристикам, регламентированным ГОСТ Р 52844–2007. Рассчитанное значение энергетической ценности напитка составляет 8 ккал/100 г.

Ключевые слова: рододендрон Адамса (*Rhododendron Adamsii*); водный экстракт; антиоксидантная активность; безалкогольный тонизирующий напиток; рецептура; технологическая схема; органолептические показатели; физико-химические показатели

* © Гребенчук А. А., Наймушина Л. В., Зыкова И. Д., Коваленко Д. В., Лукьянова К. А., 2023

В нашей стране накоплен немалый опыт производства газированных тонизирующих напитков на основе лекарственного и пряно-ароматического сырья. Еще со времен СССР популярными и востребованными напитками являлись «Байкал» из Иркутска, «Саяны» из Абакана и «Тархун» из Тбилиси, в основе которых использованы оригинальные вкусовые травяные экстракты и ароматические эфиромасличные композиции. Сегодня хорошо набирают производственные обороты напитки «Тепсей Аян» из Абакана, созданный на экстрактах зверобоя, корня солодки, элеутерококка, а также ряд продуктов российского бренда «Напитки из Черноголовки» с использованием травяных настоев [1].

Целью данного исследования являлась разработка безалкогольного тонизирующего напитка на основе экстракта лекарственного пряно-ароматического растения – рододендрона Адамса. В задачи исследования входили получение водного экстракта растения, изучение антиоксидантной активности экстракта, разработка рецептуры безалкогольного тонизирующего напитка на основе экстракта, исследование органолептических и физико-химических характеристик напитка, разработка технологической схемы производства питьевого продукта.

Рододендрон Адамса (*Rhododendron Adamsii*) или Саган-Дайля – кустарник-дикорос, произрастающий преимущественно на Дальнем Востоке, Сахалине, в Восточной Сибири (Бурятии и Тыве), а также же за пределами России – в Монголии и Японии. Растение ценится как в народной медицине, так и в современной фармакологии за стимулирующие, тонизирующие и антимикробные свойства подобно широко известным растениям с аналогичным действием – элеутерококку и женьшеню [2–4].

В соответствии с положениями национального стандарта РФ (ГОСТ Р 52844–2007) данная продукция может содержать кофеин более 0,151 мг/см³ и (или) другие тонизирующие компоненты. Применение рододендрона Адамса для создания тонизирующего напитка примечательно тем, что в составе растения нет алкалоидов, а тонизирующим действием в составе растения обладает витаминоподобное вещество – инозитол, контролирующее выработку дофамина и серотонина, а также устраняющее тревожность и депрессивное состояние.

Для исследования приобретали высушенный препарат «Саган-Дайля», в составе которого были преимущественно листья и небольшое количество одревесневших стеблей, собранный в южной части оз. Байкал, фасованный в упаковки 50 г; заготовитель – компания «Биолит», Россия.

В качестве ингредиентов при разработке рецептуры напитка использовали сахар (ГОСТ 33222–2015), лимонную кислоту (ГОСТ 31726–2012), кофе молотый ботанического вида арабика средней прожарки (ГОСТ 32775–2014), корицу (ГОСТ ISO 6539–2016), цедру апельсина (ГОСТ 34307–2017), очищенную воду (ГОСТ Р 51232–98). Кофе, цедру, корицу применяли в виде водных настоев: кофе – 0,5 г на 100 мл; свежая цедра апельсина (влажность 95 %) – 1,39 г на 100 мл; корица – 0,15 г на 100 мл. Настои получали, заливая сырье кипящей водой и выдерживая в течение 1 ч.

Водные экстракты рододендрона Адамса получали настаиванием сырья при температуре 90–95 °С; гидромодуль 1: 100 (1 г сухого сырья на 100 г воды).

Антирадикальную активность водного экстракта рододендрона Адамса определяли спектрофотометрически в диапазоне длин волн 200–800 нм. В качестве соединения с окислительными свойствами был выбран органический радикал – 2,2-дифенил-1-пикрилгидразила (ДФПГ), дающий интенсивную полосу поглощения при 517 нм [5]. Снижение величины поглощения раствора радикала ДФПГ являлось доказательством его реакции с соединениями-восстановителями, содержащимися в составе исследуемого экстракта. Электронные спектры, отражающие взаимодействие радикала ДФПГ с экстрактивными веществами, регистрировали с использованием сканирующего спек-

трофотометра Shimadzu UV – 1700. Реакцию взаимодействия радикала и водного экстракта рододендрона Адамса проводили в кварцевых кюветах с толщиной слоя образца 10 мм при температуре $22 \pm 1^\circ\text{K}$, приливая 3,9 мл $2,0 \times 10^{-4}$ М раствора ДФПГ в 96 % этаноле к 50 мкл исследуемого экстракта.

Антирадикальную активность (АРА) экстракта рассчитывали, определяя значение оптической плотности полосы поглощения радикала при 517 нм в течение 2, 5, 10, 30 мин после смешивания водноэкстракта и ДФПГ с использованием формулы

$$\text{АРА (\%)} = \frac{D_{517I} - D_{517II}}{D_{517I}} \cdot 100,$$

где D_{517I} – контроль, значение оптической плотности для раствора ДФПГ без добавления экстракта; D_{517II} – в присутствии экстракта.

Безалкогольный тонизирующий напиток с применением водного экстракта рододендрона Адамса разрабатывали в соответствии с ГОСТ Р 52844–2007 «Напитки безалкогольные тонизирующие. Общие технические условия». Органолептические и физико-химические показатели разработанного напитка определяли, применяя традиционные методики, основываясь на регламентируемые данным стандартом характеристики и диапазоны измеряемых величин.

Водные экстракты рододендрона Адамса имеют насыщенный коричневый чайный цвет и обладают вкусом и ароматом, характерным для данного растения. Проведено спектрофотометрическое изучение антирадикальной активности (АРА) водного экстракта растения с применением модельного радикала ДФПГ (2,2-дифенил-1-пикрилгидразил), обладающего окислительными свойствами. На рис. 1 приведены электронные спектры поглощения раствора чистого радикала ДФПГ (максимум поглощения при 517 нм) и смеси раствора ДФПГ с экстрактом рододендрона Адамса через 2, 5, 10, 30 мин после смешения

Выявлено, что в течение первых 2 мин происходит снижение величины поглощения раствора чистого радикала ДФПГ на 53 %, что является подтверждением высокой скорости взаимодействия радикала с веществами в составе экстракта (рис. 1). В течение 30 мин протекания реакции содержание ДФПГ в растворе падает до 8 % от исходного значения. Полученные данные говорят о хорошей антирадикальной/антиоксидантной активности экстракта, обусловленной присутствием соединений восстановительной природы.

Ранее нами определено, что в водных экстрактах рододендрона Адамса содержатся дубильные вещества, флавоноиды, процианидины, витамины РР, С, В, А, К. [6]. Есть также данные о содержании в экстрактах минорных компонентов – аминокислот, сердечных гликозидов, инозитола и арбутина [7]. Выход эфирного масла растения составляет 2,1%; его компонентный состав представлен более 170 легколетучими соединениями, из которых преобладающими являются рододендрол, неролидол, гермакрон, селинен, элеменон, гумулен [3].

Таким образом, исследования химического состава и антирадикальной активности водного экстракта рододендрона Адамса явились мотивацией для разработки безалкогольного тонизирующего напитка на его основе.

Для создания вкусо-ароматической композиции любого напитка важны две составляющие: экстрактивная, содержащая вкусовые растворимые вещества, и ароматическая, представленная легколетучими соединениями. Несмотря на то, что в экстракте рододендрона Адамса представлены обе составляющие для создания более гармоничной композиции и придания тонизирующего эффекта в ингредиентную рецептуру добавлены настои молотого кофе ботанического вида арабика, свежей цедры апельсина и корицы. Полная рецептура безалкогольного тонизирующего напитка с применением

экстракта рододендрона Адамса «Напиток от Сагана» в расчете на 100 дал – декалитров представлена в табл. 1.

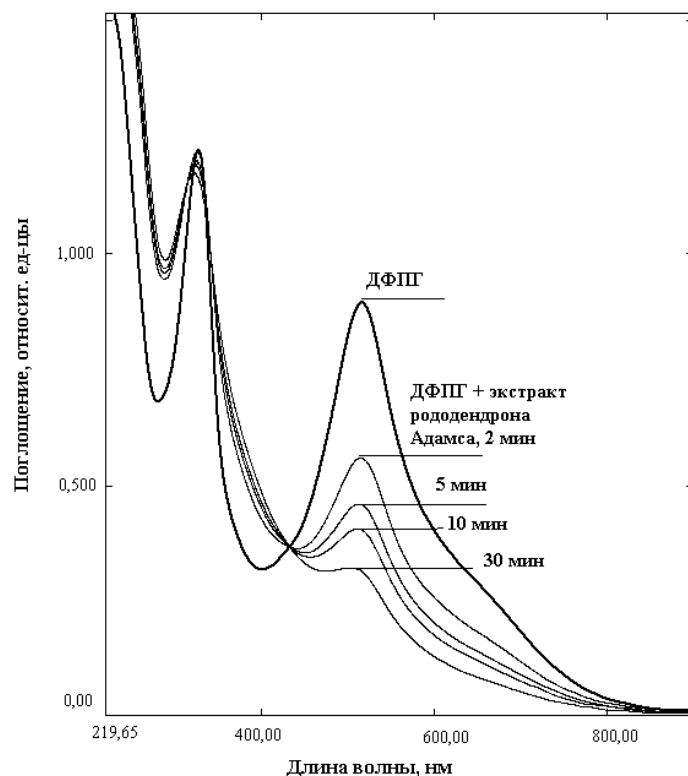


Рис. 1. Электронные спектры поглощения радикала ДФП, взаимодействующего с соединениями водного экстракта рододендрона Адамса в течение 2, 5, 10, 30 мин

В табл. 2 и 3 представлены органолептические и физико-химические показатели питьевого продукта «Напиток от Сагана» и их соответствие показателям ГОСТ Р 52844–2007 «Напитки безалкогольные тонизирующие. Общие технические условия».

Таблица 1

Ингредиентный состав безалкогольного тонизирующего напитка «Напиток от Сагана» с применением экстракта рододендрона Адамса (на 100 дал)

Сырье	Содержание сырья в готовом напитке, кг		Содержание сухих веществ в сырье	
	единица измерения	количество	% мас	кг
Экстракт рододендрона Адамса (из высушенных листьев и частично одревесневших стеблей растения)	л	10	0,74 г на 100 мл	0,074
Настой свежей цедры апельсина	л	5,0	1,39 г на 100 мл	0,069
Настой кофе молотого (арабика)	л	5,0	0,5 г на 100 мл	0,025
Настой корицы	л	1,5	0,15 г на 100 мл	0,002
Лимонная кислота	кг	2,5	92	2,3
Сахар	кг	20,0	99	19,8
Двуокись углерода	кг	4,0	–	–
Итого				22,27

Примечание. Прирост сухих веществ за счет 45 % инверсии сахарозы – 0,472 кг. Всего сухих веществ в 100 дал готового напитка – 22,74 кг. Рассчитанное значение энергетической ценности напитка – 8 ккал/100 г.

Таблица 2

Органолептические показатели питьевого продукта «Напиток от Сагана»

Наименование показателя	Характеристика напитка
Внешний вид	Прозрачный, опалесцирующий в УФ-свете, без осадка
Цвет	Насыщенный темно-коричневый
Аромат	Характерный для смеси ингредиентов: экстракта рододендрона Адамса, кофе, цитрусовых, корицы
Вкус	Кисло-сладкий, насыщенный, характерный для данной композиции ингредиентов

Таблица 3

Физико-химические показатели питьевого продукта «Напиток от Сагана»

Показатель	ГОСТ Р 52844–2007	«Напиток от Сагана»
Массовая доля двуокси углерода в газированных напитках, % не менее	0,20	0,4
Содержание кофеина, мг/см ³	Не менее 0,151, не более 0,4	0,160
Массовая доля сухих веществ, % не менее (для энергетических напитков)	10,0	22,74

Определение и сравнение физико-химических показателей разработанного напитка с регламентируемыми показателями, представленными в национальном стандарте РФ (ГОСТ Р 52844–2007), показали хорошее соответствие нормативным величинам. Проведенная органолептическая и дегустационная оценка напитка на основе экстракта рододендрона выявила хорошие вкусо-ароматические и тонизирующие свойства разработанного напитка.

Общая технологическая схема производства питьевого продукта «Напиток от Сагана» на основе экстракта рододендрона Адамса представлена на рис. 2.



Рис. 2. Технологическая схема производства питьевого продукта «Напиток от Сагана» на основе экстракта рододендрона Адамса

Ценный химический состав, наличие полезных биологически активных веществ с высокой фармакологической и антирадикальной активностью, хорошие вкусовые и органолептические характеристики водного экстракта рододендрона Адамса явились исходными мотивационными данными для разработки безалкогольного тонизирующего напитка на его основе. Представлена рецептура напитка, в ингредиентный состав которого помимо экстракта рододендрона Адамса входят настои кофе молотого (арабика средней прожарки), цедры апельсина и корицы, лимонная кислота, сахар и двуокись углерода. Предложена технологическая схема производства напитка. Проведен анализ на соответствие органолептических и физико-химических показателей разработанного питьевого продукта регламентируемым характеристикам ГОСТ Р 52844–2007. Проведенное исследование позволило спрогнозировать хорошие перспективы производства и востребованности газированного безалкогольного тонизирующего напитка на основе экстракта лекарственного пряно-ароматического растения – рододендрона Адамса.

Список литературы

1. Рынок безалкогольных напитков в России 2021: оперативные данные 2012-2021 и прогноз до 2025. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/research/33181> (дата обращения: 20.03.2022).
2. Olennikov D. N., Nikolaev V. M., Chirikova N. K. Sagan Dalya Tea, A New “Old” Probable Adaptogenic Drug: Metabolic Characterization and Bioactivity Potentials of *Rhododendron adamsii* Leaves // *Antioxidants*. 2021. No 10. P. 863. DOI: [org/10.3390/antiox10060863](https://doi.org/10.3390/antiox10060863).
3. Rogachev A. D., Fomenko V. V., Sal’nikova O. I. et al. Comparative analysis of essential oil compositions from leaves and stems of *Rhododendron adamsii*, *R. aureum*, and *R. dauricum*. // *Chem. Nat. Comp.* 2006. V. 42. Pp. 426–430.
4. Batorova S. M., Yakovlev G. P., Aseeva T. A. Reference-Book of Traditional Tibetan Medicine Herbs. Novosibirsk, 2013. Pp. 182–183.
5. Зыкова И. Д., Ефремов А. А., Наймушина Л. В. Антирадикальная активность отдельных фракций эфирного масла аира болотного // *Химия растительного сырья*, 2020. № 2. С. 73–78. DOI: [10.14258/jcprgm.202002665](https://doi.org/10.14258/jcprgm.202002665).
6. Гребенчук А. А. Исследование состава БАВ экстрактов рододендрона Адамса, полученных с применением растворителей различной полярности // *Инновационные тенденции развития российской науки : сб. материалов XV Междунар. науч.-практ. конф. молод. ученых, 23–25 марта 2022 г. Красноярск, 2022. С. 394–397.*
7. Razgonova M., Zacharenko A., Ercisli S. et al. Comparative Analysis of Far East Sikhotinsky *Rhododendron* (*Rh. sichotense*) and East Siberian *Rhododendron* (*Rh. adamsii*) Using Supercritical CO₂-Extraction and HPLC-ESI-MS/MS Spectrometry // *Molecules*. 2020. V. 35. P. 3774. DOI: [10.3390.molecules25173774](https://doi.org/10.3390.molecules25173774).

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ ИЗ ОВОЩЕЙ ДЛЯ ЛЕЧЕБНО-ПРОФИЛАКТИЧЕСКОГО ПИТАНИЯ

О. Н. Писаренко*

*Пятигорский институт (филиал) Северо-Кавказского федерального
университета, г. Пятигорск*

Аннотация. Актуальной является разработка технологии и рецептур блюд для диетического и лечебно-профилактического питания – оладьев с репой. Репа незаслуженно забыта в наше время, хотя на протяжении 40 веков она использовалась нашими предками при приготовлении различных блюд. На основе рецептуры оладьев на дрожжах разработана рецептура с заменой 15 % количества сырья на репу. Проведены: органолептическая оценка оладьев, расчет сухих веществ, жира, витамина С. Представлен сравнительный анализ содержания пищевых веществ и энергетической ценности контрольного и опытного образца.

Ключевые слова: лечебно-профилактическое питание; оладьи; репа; сухие вещества; жир; витамин С; глюкорафанин; сульфорафан; химический состав

В настоящее время остро стоит вопрос о здоровом и сбалансированном питании.

В современной структуре питания функциональные пищевые продукты занимают промежуточное место между продуктами массового потребления и диетическими продуктами. Функциональные продукты – пищевые продукты, предназначенные для питания в составе обычных рационов основных групп здорового населения, полезные для здоровья (улучшающие состояние здоровья, снижающие риск развития алиментарных, т. е. связанных с питанием, заболеваний) за счет позитивного физиологического воздействия на организм человека благодаря наличию в их составе пищевых ингредиентов (физиологически функциональных веществ), обладающих способностью оказывать благоприятный эффект на одну или несколько функций организма.

В международной практике функциональные продукты также определяют как пищевые продукты массового потребления с измененным составом, с традиционным вкусом, характерным для определенных категорий продуктов, приносящие дополнительную пользу здоровью благодаря их обогащению или другим средствам, направленным на изменение состава. К функциональным относят продукты, которые подвергаются элиминации, обогащению или замене по составу нутриентов и биологически активных веществ.

В соответствии с международной классификацией (М. В. Rober-froid, 2002), к функциональным относятся следующие категории продуктов:

- натуральные продукты, естественно содержащие требуемые количества функционального ингредиента или группы ингредиентов;
- натуральные продукты, из которых удален компонент, препятствующий проявлению физиологической активности присутствующих в них функциональных ингредиентов;
- натуральные продукты, в которых исходные потенциальные функциональные ингредиенты модифицированы таким образом, что они начинают проявлять свою биологическую или физиологическую активность (или эта активность усиливается);
- натуральные пищевые продукты, в которых в результате тех или иных модификаций биоусвояемость входящих в них функциональных ингредиентов увеличивается;

* © Писаренко О. Н., 2023

- натуральные продукты, дополнительно обогащенные каким-либо функциональным ингредиентом или группой ингредиентов;
- натуральные или искусственные продукты, которые в результате комбинации вышеуказанных технологических приемов приобретают способность сохранять или улучшать здоровье человека и/или снижать риск возникновения заболеваний.

В технологическом смысле изменение рецептурных составов представляет определенную сложность, так как именно благодаря наличию в составе продукта большого числа пищевых ингредиентов различной химической природы, проявлению их свойств и взаимодействий в ходе технологического процесса и обеспечивается получение пищевого продукта определенной пищевой ценности с заданной совокупностью потребительских характеристик, включая полезные для здоровья свойства.

Производство обогащенных продуктов связано с их обогащением физиологически функциональными ингредиентами [1].

Актуальным является расширение ассортимента продукции из овощей для лечебно-профилактического питания. И одним из этих решений является добавление репы в мучные блюда – оладьи.

Основные компоненты теста для оладий насыщены множеством протеинов, в т. ч. незаменимыми аминокислотами, витаминами и микроэлементами, которые непременно окажут благотворное воздействие на организм.

Оладьи – одно из самых древних и самых вкусных блюд. Это блюдо прошло большой путь от обычной еды для крестьян до деликатеса для дворянства. В старину оладьи готовили только по одному рецепту, в тесто для оладьев добавлялось масло и яйца. Данный рецепт сохранялся довольно длительное время. Позже люди стали менять традиционную сметану, подаваемую к оладьям, на другие вкусные продукты, такие как варенье, различные джемы, сладости мед и многое другое. Затем и в само тесто стали добавлять различные ингредиенты. Стали появляться разнообразные виды оладьев, в тесто уже добавлялись орехи, фрукты, повидло и другие.

Оладьи не теряют своей популярности и сейчас. Каждая страна представляет свои фирменные оладьи со своими фирменными сиропами или джемами [2].

Репа издавна используется в народной медицине при простудных заболеваниях; воспалительных процессах; лучевых поражениях; подагре; зубной боли и пародонтозе, лихорадке, сердечно-сосудистых заболеваниях; как слабительное, мочегонное, противокашлевое и успокаивающее средство; внутрь и наружно для компрессов на солевые отложения; для стимуляции аппетита. Специфический вкус и запах репы обусловлены большим количеством в ней серосодержащих компонентов, которые обладают противомикробным действием и радиопротекторными свойствами.

Исследования, проведенные в Гавайском университете, показали, что употребление в пищу большого количества репы и ее ботвы существенно снижает риск развития рака легких в связи с содержанием глюкозинолатов.

Глюкорафанин – растительный аналог сульфорафана, который имеет сильные противораковое и противодиабетические свойства. Этот элемент содержится только в репе и различных видах капусты: брокколи, кольраби и цветной [3] (рис. 1). Глюкорафанин – предшественник сульфорафана. При повреждении растения (что происходит, например, при пережевывании) растительный фермент мирозиназа трансформирует глюкорафанин в сульфорафан, который является антибактериальным агентом и участвует в системе растительной защиты от инфекции.

Репу можно печь, варить, жарить, есть в сыром виде, добавлять в различные блюда и салаты. По балансу полезных веществ и свойствам репа оставляет картофель позади.

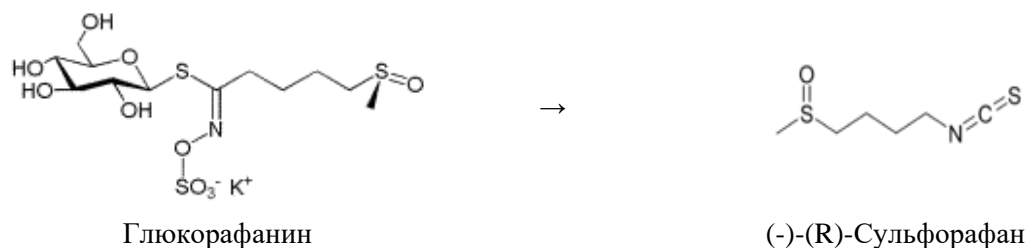


Рис. 1. Глюкорафанин и сульфорафан

Репка содержит много пектинов, фруктозу, ксилозу, витамины А, С, группы В, а также соли кальция, магния, фосфора, микроэлементы меди, железа, марганца, цинка и др. Корнеплоды содержат: 90,5 % воды, 1,5 % белков, 4–5 % сахаров, 1,4 % клетчатки, минеральные вещества (Na – 8, К – 220, Са – 77, Mg – 40, Р – 34, Fe – 0,6 мг%), витамины (β-каротин – 0,1; В₁ – 0,05; В₂ – 0,04; аскорбиновая кислота – 21–33; РР – 0,8 мг%).

Репка очень богата витамином С, его даже больше, чем в цитрусовых. Наверное, именно поэтому она славилась как сильное противораковое средство и спасала наших предков от авитаминоза, особенно по весне. Кроме того, в репе много кальция, который чрезвычайно важен для детей, – ведь именно в детском возрасте есть опасность возникновения рахита.

Поэтому необходимыми являются исследования, доказывающие, что репу можно использовать при производстве продукции для предприятий общественного питания в целях расширения ассортимента.

При разработке нового продукта за основу была взята традиционная рецептура оладий на дрожжах. Было создано три образца с заменой части сырья на репу. Для дальнейших исследований был выбран образец с 15%-ным содержанием растительного компонента – репы. Так как он наиболее подходит по органолептическим функциональным показателям.

При добавлении в традиционную рецептуру растительного сырья в виде репы содержание жира в полуфабрикате и готовом изделии снижается на 4,3–4,8 % соответственно, что отражено на рис. 2.

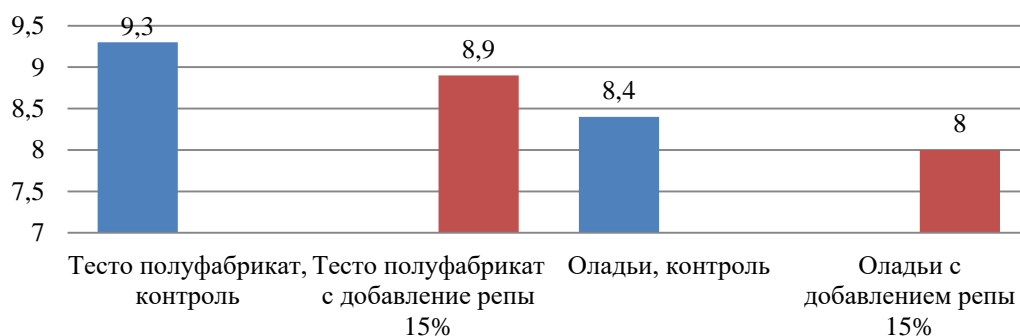


Рис. 2. Количество жира в полуфабрикате и готовом изделии

Проведенные исследования показывают, что в полуфабрикате с использованием растительного сырья содержание сухих веществ меньше чем в полуфабрикате, приготовленном по традиционной рецептуре, то же самое наблюдается в готовом изделии (рис. 3).

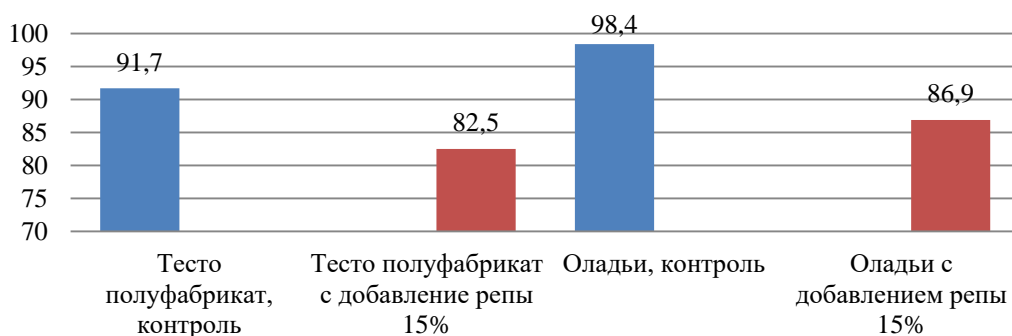


Рис. 3. Содержание сухих веществ в готовых изделиях и полуфабрикате

Сохранность витамина С после механической кулинарной и тепловой обработки составила 45 % от исходного количества (рис. 4).

При внесении в традиционную рецептуру растительного сырья содержание витамина С в готовом изделии существенно увеличивается. Это происходит из-за высокого содержания витамина С в самой репе и непродолжительной тепловой обработки, что способствует снижению процента потерь витаминов во много раз.

Рассчитан химический состав оладьев контрольного образца и образца с добавлением репы [4]. Из расчета видно, что при добавлении репы в оладьи:

- уменьшается количество белка на 11,2 %, жира на 4,9 %, крахмала на 15,46 %;
- увеличивается количество моно- и дисахаридов на 8,2 %, количество минеральных веществ: К на 11,1 %, Mg на 1,92 %, Fe на 6,25 %; количество витаминов: β-каротина в 3,14 раза, С в 3,1 раз, РЭ (ретинолового эквивалента) на 5,5%. Увеличивается содержание клетчатки на 1,1 %. Энергетическая ценность уменьшается на 10,65 %.

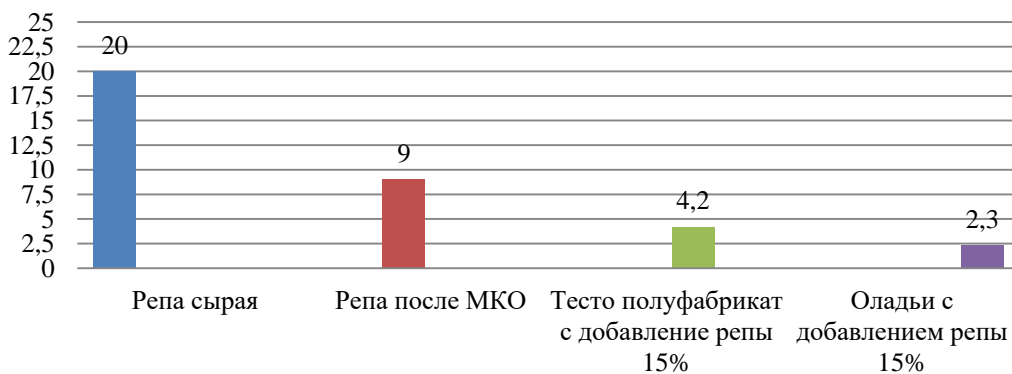


Рис. 4. Содержание витамина С в репе, полуфабрикате и готовом изделии

Предлагаемая рецептура оладьев с репой с успехом может быть применена в диетическом и лечебно-профилактическом питании для питания тех людей, которым необходимо понижать калорийность рациона.

Список литературы

1. Функциональные пищевые продукты. Введение в технологию. М. : ДеЛи Пинт, 2009. 288 с.
2. Артемова С. Н. Основы технологии продукции общественного питания : учеб. пособие. М. : КНОРУС, 2010. 316 с.

3. Тимофеева В. А. Товароведение продовольственных товаров : учебник. Ростов/Д: Феникс, 2010. 473 с.

4. Скурихин И. М., Тутельян В. А. Таблицы химического состава и калорийности российских продуктов питания : справочник. М. : ДеЛи принт, 2007. 276 с.

УДК 664

ЗНАЧЕНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Д. А. Плотников¹, Л. Н. Буракова^{2*}

¹Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

²Тюменский индустриальный университет, г. Тюмень

Аннотация. Состояние здоровья населения влияет на социально-экономическое развитие страны. Профилактика заболеваемости является одним из основных направлений в работе здравоохранения. Один из способов профилактики заключается во включении в рацион питания продукции функционального назначения. Для производства данной продукции целесообразно использовать местное растительное лекарственное сырье.

Ключевые слова: продовольственная безопасность; Арктика; ЯНАО; функциональные продукты питания

Состояние продовольственной безопасности страны играет большую роль в формировании здоровья населения. Мониторинг качества продовольственного сырья является одной из основных функций Управления Роспотребнадзора.

По состоянию на 2021 г. на территории Российской Федерации было отобрано и исследовано более 1,849 млн проб отечественной и 103,9 тыс. проб импортной продукции. Результаты исследований показали снижение доли проб продукции, которая не соответствует нормативным показателям, за период 2012–2021 гг. Улучшения наблюдаются по санитарно-химическим (с 2,77 % до 0,34 %) и микробиологическим (с 4,75% до 3,26 %) показателям [1].

Ямало-Ненецкий автономный округ относится к Арктической зоне Российской Федерации и находится на удаленном расстоянии от крупных городов, что в совокупности с особенностями климата характеризует проблематику продовольственной безопасности региона.

Исследования проб пищевой продукции в 2021 г. не выявили нарушений по санитарно-химическим показателям, а по микробиологическим показатель снизился до уровня 3,4 % (в 2018 г. – 5,18 %) [2].

На территории округа наблюдается дисбаланс фактического питания по ряду витаминов, макро- и микронутриентов, что характеризует регион как «биогеохимическую провинцию».

Одним из способов профилактики дефицита микронутриентов является включение в рацион питания населения продукции функционального назначения.

* © Плотников Д. А., Буракова Л. Н., 2023

Функциональный пищевой продукт (ФПП) создается для употребления в составе пищевого рациона здорового населения, который предназначен для уменьшения риска заболеваний, непосредственно связанных с питанием. ФПП содержит в своем составе функциональные пищевые ингредиенты (ФПИ) [3].

Продукция, которая может выступать в качестве ФПП, и ФПИ представлены на рис. 1.

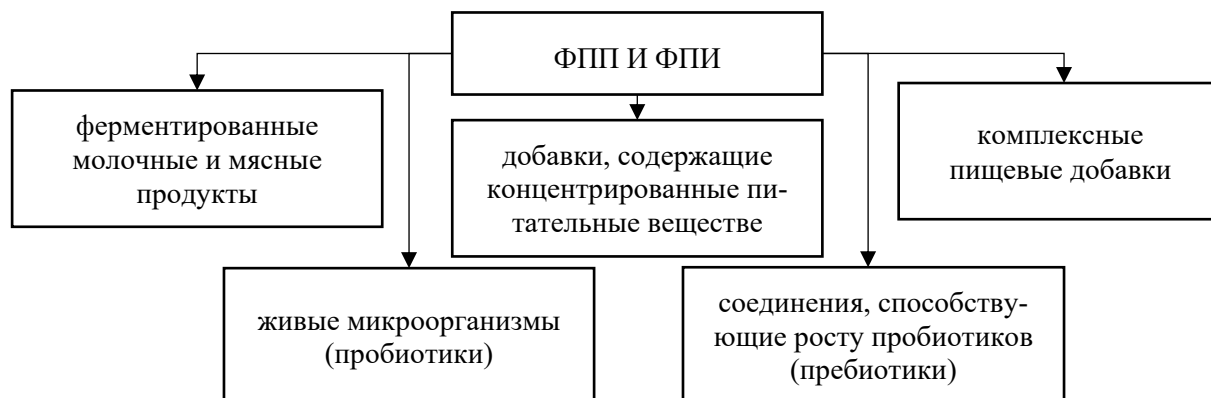


Рис. 1. Компоненты ФПП и ФПИ

Использование БАД, пищевых добавок, ФПИ, ароматизаторов и других функциональных технологических веществ является основой при производстве пищевых продуктов с заданным составом, например, как для функциональной, так и для специализированной продукции.

Основные научные направления в области разработки продукции функционального назначения представлены на рис. 2.

Одной из Государственных программ, направленных на профилактику здоровья населения ЯНАО, является Концепция обеспечения развития функционального и специализированного хлебопечения в стране «Хлеб – это здоровье». Основными направлениями данной программы заключаются в профилактике заболеваний, обусловленных дефицитом микронутриентов, развитие производства пищевых добавок.



Рис. 2. Направления исследования в разработке ФПП

Рассмотренные аспекты позволяют сделать вывод о целесообразности разработки функционального питания для профилактики заболеваемости населения страны.

Список литературы

1. Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Российской Федерации в 2021 году». М. : Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2022. 340 с.
2. Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения Ямало-Ненецкого автономного округа в 2021 году». М. : Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, 2021. 212 с.
3. ГОСТ Р 52349–2005. Продукты пищевые. Продукты пищевые функциональные. Термины и определения. Введ. 31.05.2005. М. : Стандартинформ, 2006. 12 с.

УДК 664

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

К. Я. Речкин¹, Е. А. Речкина^{2*}

¹*Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева, г. Красноярск*

²*Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск*

Аннотация. В статье рассматриваются возможность использования 3D-печати при производстве продуктов с заданными свойствами для различных видов питания.

Ключевые слова: цифровые технологии; пищевая 3D-печать; продукты питания; производство; питание

В целях повышения качества пищевой продукции, в Российской Федерации разработана Стратегия до 2030 года, которая ориентирована на обеспечение полноценного питания, профилактику заболеваний, увеличение продолжительности и повышение качества жизни населения, стимулирование развития производства и обращения на рынке пищевой продукции надлежащего качества. Целями Стратегии являются: обеспечение качества пищевой продукции как важнейшей составляющей укрепления здоровья, увеличения продолжительности и повышения качества жизни населения; содействие и стимулирование роста спроса и предложения на более качественные пищевые продукты; обеспечение соблюдения прав потребителей на приобретение качественной продукции.

Для производства качественной пищевой продукции в Стратегии прописаны основные задачи:

- совершенствование и развитие нормативной базы в сфере качества пищевой продукции, включая правовые аспекты, связанные с эффективными компенсационными механизмами защиты прав потребителей;
- совершенствование и развитие методологической базы для оценки соответствия показателей качества пищевой продукции;
- обеспечение мониторинга качества пищевой продукции;

* © Речкин К. Я., Речкина Е. А., 2023

- совершенствование государственного регулирования в области качества пищевой продукции, в т. ч. в части обеспечения государственного контроля (надзора) и применения мер административной ответственности за несоблюдение изготовителем (исполнителем, продавцом, лицом, выполняющим функции иностранного изготовителя) требований к качеству пищевой продукции;
- создание единой информационной системы прослеживаемости пищевой продукции;
- разработка и внедрение системы управления качеством пищевой продукции;
- создание механизмов стимулирования производителей к выпуску пищевой продукции, отвечающей критериям качества и принципам здорового питания;
- создание условий для производства пищевой продукции нового поколения с заданными характеристиками качества;
- возрождение в Российской Федерации производства пищевых ингредиентов;
- актуализация действующих нормативов содержания в пищевой продукции пищевых добавок, вкусоароматических веществ, биологически активных веществ, остатков лекарственных средств для ветеринарного применения и средств защиты растений;
- приоритетное развитие научных исследований в области питания населения, в т. ч. в области профилактики наиболее распространенных неинфекционных заболеваний и разработки технологий производства, направленных на повышение качества пищевой продукции;
- продвижение принципов здорового питания [1].

Инновационной технологией производства качественной пищевой продукции, является использование цифровых технологий в питании с помощью 3D-печати продукта. Создание гастрономических блюд не требует большого количества ингредиентов. Основные четыре: наноцеллюлоза, белки, жиры и углеводы. Возможна разработка продукта с заданной пищевой ценностью, с добавлением витаминов, микроэлементов и антиоксидантов. Таким образом, производство самых разнообразных продуктов питания может быть реализовано в домашних условиях, где основным ингредиентом станет наноцеллюлоза [2].

3D-принтер позволяет создавать новые продукты с определенными свойствами, вкусами, запахами и внешним видом. Печать пищевых продуктов может позволить потребителям получать питание с индивидуальным пищевым содержанием, оптимизированным на основе биометрических и геномных данных. Используя такую технологию, производятся разнообразные продукты питания: например, кондитерские изделия (шоколад, вафли, торты), хлеб, пицца, макароны, пирожки, блины, а также мясные изделия. На 3D-принтерах можно создавать мясные изделия, технология позволяет в точности воспроизводить текстуру, вкус и внешний вид продукта. Плюсы такого мяса заключаются в том, что его могут есть вегетарианцы, получая все необходимые вещества и при этом сохраняя жизнь животным. Стейк состоит из соевого и горохового протеина, кокосового жира, масла, натурального красителя, и ароматизаторов [3].

В качестве сырья для производства пищевой продукции нового поколения с заданными характеристиками качества на 3D-принтере возможно использовать сухие смеси, пастообразные и жидкие ингредиенты, такие как шоколад без добавок и примесей, мастика, сахар, взбитый творог, овощные и фруктовые пасты, рыбные и мясные паштеты, мука, сыр. Разработкой сухих пищевых смесей с высоким содержанием биологически активных веществ занимаются авторы [4–6].

Таким образом, использование 3D-принтера позволяет решать задачи Стратегии по повышению качества пищевой продукции, применяя разработанные сухие, пастообразные пищевые смеси, и дает возможность расширить ассортимент производства пищевой продукции нового поколения с заданными свойствами.

Список литературы

1. Об утверждении Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года : Распоряжение Правительства РФ от 29.06.2016 № 1364-р [Электрон. ресурс]. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200636/cb8d081e8968f6dba480048c4511db0025f1064b/
2. Карапетян Р. В. Революция питания 4.0 - новые вызовы современному обществу // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2019. № 10. С. 230–234. DOI 10.17513/mjpf.12899. EDN NKRTRV.
3. Черников Я. Ю. Фудтех – современный вектор развития пищевой промышленности // Вестник университета. 2021. № 1. С. 120–125. DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-120-125. EDN QIQJN.
4. Губаненко Г. А., Речкина Е. А., Наймушина Л. В. [и др.] Технология переработки ростков пшеницы с получением порошка из выжимок с высоким содержанием биологически активных веществ // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2019. Т. 81, № 2(80). С. 154–161. DOI 10.20914/2310-1202-2019-2-154-161. EDN RIRTAU.
5. Жукова У. Э. Перспективы применения продуктов переработки базидиальных грибов в пищевой продукции // Региональные рынки потребительских товаров: качество, экологичность, ответственность бизнеса : сб. материалов II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Красноярск, 24–26 января 2019 года. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2019. С. 471–473. EDN UGGPGJ.
6. Черемных Д. А., Губаненко Г. А., Речкина Е. А. [и др.] Биологическая ценность белка папоротника (*Pteridium aquilinum* (L.) Kuhn) // Техника и технология пищевых производств. 2022. Т. 52, № 2. С. 417–425. DOI 10.21603/2074-9414-2022-2-2374. EDN WCQACN.

УДК 339.138

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SMM ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

А. О. Тарган*

Тувинский государственный университет, г. Кызыл

Аннотация. В статье исследуются возможности SMM для повышения конкурентоспособности предприятия в сфере торговли и производства на примере ООО «Туранское», которое является производителем молока и кисломолочной продукции. Интернет-маркетинг становится распространенной практикой. Тем более стремительное развитие информационных технологий приводит к постоянному пополнению инструментария данного направления. Увеличение количества пользователей социальных сетей, проникновение в регионы, широкие возможности для аналитики делают данный маркетинговый инструмент еще более эффективным и привлекательным для продвижения. Эффективность действий опытных компаний обеспечивает системный подход, описание успешного опыта создает условия для его трансляции в различных отраслях ведения бизнеса. Однако в процессе накопления реального опыта возникает ряд трудностей

* © Тарган А. О., 2023

с подбором методов и форм продвижения. Стремление людей облегчить и автоматизировать процессы бизнеса приводит к созданию новых способов и инструментов управления и обеспечения предприятий любого масштаба. Создание веб-приложений любых видов на сегодняшний день является очень актуальным. Большое количество предпринимателей нуждаются в создании своей информационной системы, которая будет интегрирована в их бизнес с целью сокращения издержек и времени на трудозатраты. Проведенный анализ выявил проблемы применения инструментов SMM и направления совершенствования.

Ключевые слова: интернет-маркетинг; SMM; производство молочной продукции

На современном этапе развития общества и экономики происходит постоянное увеличение темпа роста знаний и профессиональных навыков, что определяет новые маркетинговые требования к ведению бизнеса. Интенсификация внедрения технических средств и информационных технологий во все сферы жизни общества предоставляет новые возможности для повышения эффективности и расширения инструментария в области продвижения бизнеса [1]. Вопросам использования интернет-маркетинга в деятельности современных предприятий посвящены научные труды таких ученых, как И. Ашманов, А. Басов, Ф. Вирин, А. Иванов, Алан Купер, Джерри Ледфорд, Мэри Тайлер, В. Холмогоров и др. Однако часть вопросов, связанных с влиянием конкретных инструментов интернет-маркетинга на развитие деятельности предприятий, изучена недостаточно и требует более глубокого рассмотрения.

Объект исследования – инструменты SMM для ООО «Туранское».

Предмет исследования – возможности SMM для продвижения бизнеса.

Целью исследования является изучение возможности SMM для продвижения бизнеса, анализ проблем применения возможностей SMM и направлений совершенствования.

Для достижения цели исследования решены следующие задачи:

- 1) рассмотрено внедрение социальных сетей в процессы ведения бизнеса;
- 2) изучены преимущества и недостатки SMM в продвижении бизнеса;
- 3) проанализированы использование инструментов SMM в деятельности предприятия;
- 4) представлены проблемы применения возможностей SMM и направлений совершенствования.

ООО «Туранское» является крупнейшим и занимает лидирующее положение в Республике Тыва. Продукция ООО «Туранское» не содержит консервантов, стабилизаторов и красителей, производится только из натурального сырья, вся кисломолочная продукция на основе натуральной молочных смесей и заквасок.

Целью деятельности ООО «Туранское» является рост экономического развития его членов на основе организации совместного производства, переработки молочной продукции.

ООО «Туранское» осуществляет согласованные действия членов предприятия по выполнению поставленных целей. Предприятие находится в ведомственном подчинении министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Тыва.

Основной вид деятельности предприятия – организация приема молока от населения и предприятий, его переработка и производство молочной продукции. Сырье на переработку поставляют местные сельхозпредприятия: МУП «Каа-Хемское», СПК «Нива», ООО АПК «Тывахолдинг», СПОК «Аржаан» и другие частные местные сельхозтоваропроизводители. Ассортимент выпускаемой на сегодня молочной продукции ООО «Туранское» следующее: молоко пастеризованное питьевое, кефир, снежок, ряженка, творог и т. п. Вся продукция вырабатывается по ГОСТам. ООО «Туранское»

планирует расширить объемы и ассортимент продукции, начав производство традиционных национальных молочных продуктов: кисломолочный напиток «Хойтпак», сыр тувинский «Быштпак», сыворотку пастеризованную питьевую.

Изучение конкурентов, поставщиков, потребителей и окружающих условий позволяет определить возможности фирмы для достижения маркетинговых целей. На основе анализа производства, финансов, кадров фирма определяет, какие ресурсы у нее есть в наличии, какие требуется приобрести, а также сможет ли производство обеспечить надлежащее количество и качество товара. Изучение возможностей организации направлено на раскрытие ее потенциала, сильных и слабых сторон деятельности. Данные, полученные при исследовании, используются в дальнейшем при разработке стратегии.

Рассмотрим существующих и потенциальных конкурентов предприятия:

1. ООО «Алтайская буренка» – одно из крупнейших в Сибири специализированных предприятий с многолетним опытом работы.

2. ООО «Данон Россия» – российская продовольственная компания, один из лидеров рынка молочных продуктов страны.

3. ООО «Молоко» (Минусинск) является одним из старейших перерабатывающих предприятий молочной промышленности Красноярского края.

Анализ потенциала предприятия является одной из наиболее важных составляющих анализа сильных и слабых сторон предприятия.

Сильные стороны ООО «Туранское». Предприятие систематически обновляет оборудование, выходит на рынок с новой продукцией, планирует получить наибольшую прибыль и удовлетворить потребности покупателей. Высокое качество продукции. ООО «Туранское» ежегодно участвует в выставках. По всем видам выпускаемой продукции имеет дипломы первой степени. Продукция предприятия выпускается в упаковке с применением элементов фирменного стиля. Предприятие внедрило новые технологии переработки молока и изготовление молочных продуктов. Одной из таких машин многофункционального назначения является роторно-пульсационный аппарат, осуществляющий процессы интенсивного перемешивания и диспергирования компонентов при производстве десертных продуктов. Работники предприятия имеют высокую квалификацию. Текучесть кадров не высока, так как работники молокозавода регулярно получают зарплату.

Слабые стороны предприятия ООО «Туранское». Организационно-управленческая структура предприятия показывает несовершенство управления производством. Происходит так, что один и тот же работник может быть подчинен нескольким руководителям, что приводит к неточному, неполному выполнению управленческих решений, либо к тому, что работник получает от различных начальников подразделений несколько указаний прямо противоположных друг другу.

Оценка степени известности предприятия. Известность не высока, так как рекламу своему предприятию дают по необходимости. Однако регулярно проводят опросы потребителей при дегустации своей продукции в магазинах города и республики.

Производственные мощности используются не полностью, так как не хватает сырья. В настоящий момент составляют 40 тонн, хотя завод рассчитан на 80 тонн.

Гибкость молочно-перерабатывающего производства не высока. Предприятие рассчитано на переработку молока и производства молочной продукции. В связи с этим переориентировать свое производство на другой вид деятельности будет очень сложно.

Доставка продукции осуществляется самовывозом и силами предприятия. Предприятие имеет свой автопарк, занимается доставкой продукции в магазины и молочные отделы крупных торговых точек. Оптовые покупатели грузятся сами. Случаев срыва поставок продукции, а также поставок некачественной продукции зарегистрировано не было. Покупательский потенциал в ближайшие несколько лет не изменился, хотя на платежеспособный спрос покупателей влияют происходящие в экономике страны из-

менения. Но на продукты первой необходимости: молоко, кефир, сметану снижение спроса не ожидается.

Эффективность деятельности предприятия заключается в осознании новой маркетинговой деятельности. Основа прибыли данного предприятия – удовлетворение покупательских нужд. Успех зависит от соответствия деловых возможностей основным требованиям целевого рынка, от превосходства над потенциалом конкурентов.

Проанализировав сильные и слабые стороны конкурентов и самого предприятия, можно сделать некоторые выводы: ООО «Туранское» – предприятие, конкурентоспособность которого на среднем уровне, анализ внутренней среды показал, что у предприятия больше слабых сторон, нежели сильных. Положение фирмы считается средним, так как к ее слабым сторонам относятся: слабая маркетинговая политика, обновляющаяся клиентская база, текучесть кадров ИТР. Большим минусом для организации является отсутствие самостоятельно функционирующего отдела маркетинга, отсутствие рекламной компании.

Для построения эффективной модели маркетинговой деятельности предприятия в интернет-среде необходима корректная сегментация клиентов компании.

Новые клиенты – потенциальная целевая аудитория. Еще не взаимодействовали с компанией, но могут стать ее клиентами. Текущие активные – те клиенты, которые периодически совершают покупки. Наиболее лояльная аудитория. Текущие неактивные – когда-то совершали целевые действия, но давно не совершали повторных. Возможно, пользуются услугами конкурентов. Бывшие клиенты – потерянные клиенты, которые ранее совершали целевое действие, но отказываются от дальнейшего сотрудничества по каким-то причинам. Необходимо определиться, работа с какими категориями клиентов принесет наибольший результат и сосредоточить свои маркетинговые активности на развитии выбранных сегментов. С аудиторией новых клиентов эффективно показала себя классическая воронка. Рассмотрим ее инструменты на примере интернет-маркетинга и его возможностей.

Первый и самый широкий этап воронки – осведомленность. Для него прекрасно подойдет охватная баннерная и видеореклама по аудитории, чьи интересы совпадают с предполагаемыми интересами целевой. Это может быть кампания с таргетингом.

Второй этап – заинтересованность. Сюда попадают клиенты с ярко выраженным спросом, они активно ищут интересующий продукт или услугу. Для них подойдет поисковая реклама.

Третий этап – желание купить. Сюда попадают клиенты, которые взаимодействовали с сайтом компании, перейдя по рекламе или напрямую.

Четвертый этап – покупка. Он очень важен с точки зрения превращения клиента в лояльного или нелояльного. На этом этапе важно показать ценность клиента для компании с помощью e-mail рассылки.

И, наконец, пятый этап – повторная покупка. Это уже наши клиенты, спрос которых уже был идентифицирован, его нужно поддерживать всеми возможными способами.

Итак, с помощью такого персонализированного подхода к каждому клиенту возможно построение длительных отношений с ними. Об этом нам говорит избранная маркетинговая стратегия. Эволюция интернета как среды общения – двусторонний процесс. С одной стороны, он обусловлен уровнем развития технологий, с другой – развитием социальных потребностей пользователей в их новом качестве: не только потребителя, но и создателя контента.

Новый революционный «входящий маркетинг» основывается на применении следующих инструментов:

1) активное использование методов поискового продвижения сайтов и маркетинга в социальных сетях. Поисковая оптимизация (SEO) – ключевой элемент в про-

движении сайта, определяющий его положение в поисковых системах, на основе ранжирования внутренних и внешних факторов [2]. Чем выше позиция сайта компании в поиске, тем гарантированно больше клиентов узнает и обратится на сайт;

2) ведение блога для привлечения внимания к своей целевой странице или сайту в целом. Блог – это форма электронного ведения записей, интернет-дневник.

3) широкое использование социальных сетей («ВКонтакте», «Одноклассники») для продвижения нового продукта или услуги. Социальная сеть – интерактивный многопользовательский сайт, контент которого наполняется посетителями [3].

Для того чтобы получить представление о том, почему интернет-маркетинг так популярен в последние годы, необходимо для начала получить представление о тех преимуществах, которые этот цифровой инструмент маркетинга предоставляет для предприятий любого размера и формы бизнеса:

- более эффективное воздействие на целевую аудиторию с помощью современных маркетинговых инструментов в электронно-информационном пространстве;
- более дешевое воздействие по сравнению с продвижением, например, в печатных СМИ и на телевидении;
- возможность дистанционного управления бизнесом;
- получение персонализированных и измеримых результатов на основе анализа профиля целевой аудитории и модели ее поведения;
- использование социальных сетей формирует благоприятные отношения с потребителями в режиме реального времени, а также установление доверительных отношений и с поставщиками;
- маркетинговая деятельность в электронно-информационном пространстве, доступная 24 часа, 7 дней в неделю, 365 дней в году, может стабилизировать положение компаний одинаково, как малого, так и большого размера.

Но у интернет-маркетинга есть свои минусы:

- интернет-пространство переполнено различной информацией, люди не в состоянии воспринимать такой большой объем данных, из-за чего предприятия конечно же теряют часть дохода;
- большая часть маркетинговой деятельности, осуществляемой в Интернете, не воспринимается потребителями всерьез, если это не сделано профессионально;
- недостаток профессиональных и опытных интернет-маркетологов, что ведет к снижению эффективности воздействия на аудиторию в сети;
- из-за перенасыщения предложения Интернет переполнен различной рекламой, конкуренция в сети очень высока, а чем больше конкуренция, тем сложнее и дороже получить внимание целевой аудитории.

На современном этапе развития экономики успешное функционирование предприятия стало практически невозможным без хорошо организованной комплексной маркетинговой деятельности.

Продвижение продукции – это одна из главных составляющих комплекса маркетинга, которая позволяет значительно повысить объемы реализации продукции. В связи с этим ООО «Туранское» были предложены следующие мероприятия:

- 1) составление совместно с дистрибьюторами планов рекламных мероприятий в регионах;
- 2) организация акций, розыгрышей и пр.;
- 3) распространение коммерчески значимых новостей о продукции в социальных сетях. С появлением SMM всё большее значение в экономике стала приобретать электронная коммерция – форма поставки продукции, при которой выбор и заказ товаров осуществляется через компьютерные сети.

Список литературы

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации : Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.12.2021).
2. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля : Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.12.2021).
3. Агзамов Р. З. Маркетинг, ориентированный на создание компетенций : учеб. пособие. Уфа. 2017. 220 с.

УДК 637.52

ПРИМЕНЕНИЕ ПОРОШКА *RIBES RUBRUM* ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПИЩЕВОЙ ЦЕННОСТИ МЯСНОЙ СНЕКОВОЙ ПРОДУКЦИИ

А. Н. Тюхтина, Л. П. Шароглазова*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье показаны результаты исследования пищевой ценности мясной снековой продукции с применением ягодного сырья Сибири. В качестве растительного компонента используется порошок ягод *Ribes rubrum*.

Ключевые слова: *Ribes rubrum*; пищевая ценность; красная смородина; ягодный порошок; мясные снеки

На территории Красноярского края актуальна проблема ухудшения экологической обстановки. В связи с чем для производителей пищевой продукции актуальна задача повысить ее пищевую и биологическую ценность.

В последние годы стремительно растет производство мясных продуктов питания для перекуса, не требующих особых условий хранения, за счет пониженной влажности изделия. Основной процесс при производстве таких продуктов – вяление. Это одна из древнейших технологий сохранения пищи, в т. ч. их химических веществ (аминокислот, минеральных веществ, жирных кислот).

Сыровяленые мясные продукты имеют высокую биологическую ценность благодаря отсутствию термической обработки [1], но недостаточно сбалансированы по химическому составу. Введение в рецептуру растительных компонентов позволит обогатить продукт функционально значимыми ингредиентами, а также повысить его пищевую ценность.

Одним из перспективных ингредиентов растительного происхождения является порошок *Ribes rubrum* (красной смородины). Порошок ягод *Ribes rubrum* богат органическими кислотами, сахарами, витаминами, макро- и микроэлементами [2].

Ягодные порошки имеют ряд преимуществ перед замороженным ягодным сырьем – не требуют особых условий хранения, занимают меньшие площади, а также имеют длительный период хранения.

* © Тюхтина А. Н., Шароглазова Л. П., 2023

В ходе исследования ягоды *Ribes rubrum* сушили методом конвективной сушки при температуре 40 °С до влажности 8–10 %. Измельчение в порошок – механическим способом в измельчителе [3; 4].

Порошок *Ribes rubrum* добавляли в гидратированном виде в соотношении 1 : 3 на стадии составления фарша сверх рецептуры мясной снековой продукции «Кнуты».

Опытным путем установлено, что наилучшими органолептическими показателями обладают образцы «Кнутов» с содержанием порошка ягод *Ribes rubrum* в количестве 2 %.

Влажность готового продукта составила: контрольный образец – 22,4 %, опытный с содержанием порошка *Ribes rubrum* 22,6 %.

По справочным данным [5] была рассчитана пищевая ценность полученной мясной снековой продукции в 100 г:

– контрольный образец: белки – 18,6 г; жиры – 16,0 г; углеводы – 1,6 г; магний – 34,7 мг; калий – 514,7 мг; кальций – 14,2 мг; натрий – 102,6 мг; энергетическая ценность – 224,8 ккал / 940,6 кДж;

– опытный образец с содержанием порошка *Ribes rubrum*: белки – 18,6 г; жиры – 16,0 г; углеводы – 2,1 г; витамин А – 2,9 мкг; витамин В₄ – 0,66 мг; витамин В₉ – 0,26 мкг; витамин К – 0,99 мкг; витамин С – 2,17 мг; калий – 538,6 мг; кальций – 17,3 мг; кремний – 6,1 мг; магний – 36,2 мг; натрий – 104,4 мг; энергетическая ценность – 226,8 ккал / 948,9 кДж.

Таким образом, внесение в рецептуру мясной снековой продукции «Кнуты» порошка ягод *Ribes rubrum* повышает пищевую ценность готовой продукции.

Список литературы

1. Ковалева О. А., Здрабова Е. М. Целесообразность употребления сыровяленых продуктов из говядины : методические рекомендации. Орел : Орел ГАУ, 2014. 20 с.
2. Кох Ж. А. Биологически активные вещества ягод *Ribes rubrum* в получении концентрированного экстракта // Дальневосточный аграрный вестник. 2017. № 2. С. 126–132.
3. Невзоров В. Н., Кирко В. И., Копцева Н. П. [и др.] Рекомендации по внедрению инновационных технологий и оборудования при переработке продукции традиционных промыслов малых коренных народов Севера. Красноярск : Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева, 2017. 136 с.
4. Parshukov D. V., Nevzorov V. N., Yanova M. A. [et al.] Perspectives of natural biological resources development of the arctic and northern territories of krasnoyarsk krai // Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. 9, No 1(25). P. 187–199.
5. Скурихин И. М. Химический состав российских пищевых продуктов : справочник. М. : ДеЛи принт, 2002. 236 с.

ВЛИЯНИЕ УЛЬТРАЗВУКОВОЙ ГОМОГЕНИЗАЦИИ НА МИКРОБИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭМУЛЬСИОННЫХ СОУСОВ

О. В. Феофилактова, В. В. Лабцкий*

Уральский государственный экономический, г. Екатеринбург

Аннотация. Проблема обеспечения безопасности пищевой продукции в настоящее время не утрачивает актуальности. Имеющийся на сегодняшний день опыт позволяет рассматривать методы ультразвукового воздействия в качестве перспективной технологии для инактивации микроорганизмов. В статье представлены результаты исследования по микробиологическим показателям эмульсионного соуса, полученного традиционным способом, и эмульсионного соуса, гомогенизированного ультразвуком. Показано благоприятное влияние ультразвуковой гомогенизации на микробиологические показатели безопасности эмульсионных соусов. Экспериментально доказано, что использование ультразвуковой гомогенизации в технологии эмульсионных соусов оказывает инактивирующее действие на санитарно значимый показатель КМАФАнМ и показатель порчи – количество дрожжей.

Ключевые слова: безопасность; эмульсионные соусы; ультразвук; инактивация микроорганизмов; микробиологические показатели

На безопасность пищевой продукции влияет множество факторов, наиболее значимыми среди них являются качество используемого сырья; квалификация персонала; условия хранения и реализации продукции.

Объединенные для решения данного вопроса сфера производства и наука стремятся найти решения, обеспечивающие соблюдение требований к безопасности пищевой продукции.

Пищевые продукты представляют собой сложные биологические объекты, содержащие множество органических соединений различной природы и состава, что способствует активному развитию микроорганизмов, приводящему к утрате безопасности. Одной из основных задач, которая стоит перед пищевой промышленностью, является поиск эффективных средств инактивации микроорганизмов.

Актуальным направлением исследований на сегодняшний день является поиск нетепловых методов инактивации микроорганизмов. Низкотемпературная обработка пищевых продуктов выгодно отличается от термических методов минимальным воздействием, приводящим к снижению качества пищевых продуктов: разрушение БАВ, ухудшение органолептических свойств (появление нежелательных привкусов, запахов, изменение текстуры и т. д.), изменения, происходящие на молекулярном уровне, приводящие к снижению пищевой ценности и др.

Одним из инструментов в рамках инновационного развития технологий пищевой промышленности является ультразвуковое воздействие. Эта технология является универсальной благодаря широкому спектру ее применения. Ультразвук является инструментом анализа, средством для выполнения различных технологических операций, таких как замораживание, резка, сушка, гомогенизация, дегазация, пенообразование, фильтрация, экстракция и т. д. [1–3]

Ультразвуковое воздействие можно также отнести к популярным на сегодняшний день «зеленым технологиям», характеризующимся способностью не наносить вред окружающей среде.

* © Феофилактова О. В., Лабцкий В. В., 2023

Кроме этого, применение ультразвука имеет ряд преимуществ в сравнении с традиционными технологиями. Например, более эффективное перемешивание, снижение энергопотребления, снижение температуры и увеличение производительности предприятия. Ультразвук также может быть использован в качестве альтернативного метода термической обработки в пищевом производстве, способствующего, в сравнении с традиционными способами, снижению изменений химической и физической природы продукта [4].

Существует три способа применения ультразвука в технологии пищевых продуктов для инактивации микроорганизмов: непосредственная обработка поверхности уже готового изделия с целью снижения воздействия общего микробного фона; включение стадии обработки продукта ультразвуковыми волнами в технологическую цепочку; погружение продукта в ультразвуковую ванну.

Антимикробный эффект ультразвука объясняется схлопыванием пузырьков, образованных ультразвуковыми волнами в среде, – кавитацией. В процессе кавитации локальные изменения давления и температуры вызывают разрушение клеточных стенок и мембранных структур микроорганизмов [5].

Одним из важных критериев при настройке ультразвукового оборудования является тип бактерий, предположительно находящихся в продукте. Например, грамположительные и грамотрицательные бактерии имеют различную толщину мембранных клеточных стенок. Следовательно, для инактивации каждого вида бактерии требуются различные настройки оборудования.

Целью настоящего исследования являлся сравнительный анализ значений микробиологических показателей эмульсионных соусов, изготовленных с применением ультразвуковой гомогенизации, и эмульсионных соусов, приготовленных традиционным способом.

Для приготовления эмульсионных соусов использовали оливковое масло промышленного производства (производитель Filippo Berio Extra Virgin, «Виа Монтрамино», Массароса, Италия), поверхностно-активное вещество Tween 80 (Polysorbate 80) производства ООО «Сибтехнофарм», Новосибирск, Россия, свежесжатый сок лимона, горчицу столовую по ТУ 9169-005-53904500-04, чеснок по ГОСТ 33562–2015 и соль поваренную пищевую по ГОСТ Р 51574–2018.

Приготовление эмульсионного соуса осуществляли в несколько этапов. Первоначально готовили эмульсии, содержащие ПАВ – Tween 80, 0,5 %, сок лимона и оливковое масло, полученные эмульсии подвергали ультразвуковой обработке на ультразвуковом гомогенизаторе «Sonic», модель VCX 750 (Sonic & Materials, Inc., USA). мощностью 750 Вт, оснащенный зондом диаметром 13 мм при рабочей частоте 20 кГц и амплитуде 40 % в течение 10 минут. Затем в подготовленные эмульсии вводились вкусо-ароматические ингредиенты (чеснок, горчица, соль). Контрольный образец эмульсионного соуса готовили с помощью погружного блендера.

Полученные образцы помещали в стерильные полимерные банки с закручивающимися крышками. Образцы хранили в холодильнике при температуре 0–4 °С в течение 7, 14 и 21 суток.

Количество микроорганизмов определяли стандартными методами по ГОСТ 10444.12–2013 «Микробиология пищевых продуктов и кормов для животных. Методы выявления и подсчета количества дрожжей и плесневых грибов», ГОСТ 31659–2012 (ISO 6579:2002) «Продукты пищевые. Метод выявления бактерий рода Salmonella», ГОСТ 31747–2012 «Продукты пищевые. Методы выявления и определения количества бактерий группы кишечных палочек (колиформных бактерий)», ГОСТ 10444.15–94 «Продукты пищевые. Методы определения количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов», МУК 4.2.1847–04 «Методы контроля. Биологические

и микробиологические факторы. Санитарно-эпидемиологическая оценка обоснования сроков годности и условий хранения пищевых продуктов. Методические указания».

Результаты микробиологических исследований эмульсионных соусов по санитарно значимым (КМАФАнМ, БГКП), патогенным (*Salmonella*) и микроорганизмам порчи (плесневые грибы и дрожжи) показателям безопасности представлены в табл. 1.

Результаты исследования показали, что роста неспорообразующих бактерий группы кишечных палочек, в т. ч. патогенных бактерий рода *Salmonella* и плесневых грибов, в процессе хранения не происходило как в контрольном образце эмульсионного соуса, так и в эмульсионном соусе, гомогенизированном с помощью ультразвука. В процессе хранения установлен рост количества мезофильных аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов, причем в эмульсионном соусе, полученном традиционным способом, их рост происходил более интенсивно. Так, на 14 сутки хранения по данному показателю уже было выявлено несоответствие полученного значения требованиям технического регламента. Эмульсионный соус, гомогенизированный ультразвуком, за весь период хранения имел значения по показателю КМАФАнМ, не превышающие регламентируемых.

Таблица 1

Значения микробиологических показателей эмульсионного соуса, гомогенизированного ультразвуком, и эмульсионного соуса, приготовленного традиционным способом в процессе хранения

Показатель	Требования ГР ТС 021/201	Эмульсионный соус, приготовленный традиционным способом			Эмульсионный соус, гомогенизированный ультразвуком		
		7 суток	14 суток	21 сутки	7 суток	14 суток	21 сутки
КМАФАнМ, КОЕ/г, не более	1×10^4	$1,52 \times 10^3$	$12,4 \times 10^4$	$49,8 \times 10^4$	$1,13 \times 10^3$	$1,64 \times 10^3$	$2,15 \times 10^3$
БГКП, не допускаются в массе продукта, (г)	0,1	-			-		
<i>Salmonella</i> , масса продукта (г), в которой не допускается	25	не выявлено			не выявлено		
Пл. грибы, КОЕ/г, не более	50	нет роста			нет роста		
Дрожжи, КОЕ/г, не более	50×10^2	нет роста	$0,94 \times 10^3$	$8,54 \times 10^4$	нет роста	нет роста	$1,02 \times 10^2$

У эмульсионного соуса, полученного традиционным способом, рост дрожжей произошел на 14 сутки хранения, а на 21 сутки их количество значительно увеличилось. По данному показателю выявлено несоответствие фактических значений требованиям технического регламента на 14 и 21 сутки хранения. Тогда как у соуса, гомогенизированного ультразвуком, рост дрожжей наблюдался только на 21 сутки, а значения, полученные в ходе исследования, соответствовали установленным требованиям.

Таким образом в ходе исследования установлено, что использование ультразвуковой гомогенизации в технологии эмульсионных соусов оказывает инактивирующее действие на санитарно значимый показатель КМАФАнМ и показатель порчи – количество дрожжей. Интенсивность роста данной микрофлоры в эмульсионном соусе, гомогенизированном с помощью ультразвука, сдерживается в сравнении с эмульсионным соусом, приготовленным по традиционной технологии без использования ультразвуковой гомогенизации.

Список литературы

1. Mulet A., Carcel J., Benedito C., Rossello C. and Simal S. (2003) Ultrasonic mass transfer enhancement in food processing. In: J. Welti-Chanes, F. Véllez-Ruiz and Barbosa-Cánovas, G.V., Eds., Transport Phenomena of Food Processing, Chapter 18, Boca Raton.
2. Zheng L. and Sun D.W. (2006) Innovative applications of power ultrasound during food freezing processes - A review. Trends in Food Science and Technology, 17, 16-23.
3. Ercan, S. and Soysal, Ç. (2013) Use of ultrasound in food preservation. Natural Science, 5, 5-13. doi: 10.4236/ns.2013.58A2002.
4. Горбунова Н. А. Альтернативные технологии – ультразвук в мясной промышленности (по материалам зарубежной литературы) // Все о мясе. 2016. № 2. С. 37–41. EDN VTFQET.
5. Инновационные подходы в технологии молочных продуктов на основе эффектов кавитации / О. Н. Красуля, И. Ю. Потороко, О. Кочубей-Литвиненко, А. К. Мухаметдинова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. 2015. Т. 3, № 2. С. 55–63. EDN TOEERD.

УДК 664.66

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ КОНФЕТ КЛАССА ПРЕМИУМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПЛОДОВ РЯБИНЫ СИБИРСКОЙ

Т. А. Худых, Г. Г. Первышина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрены возможности использования плодов рябины сибирской для приготовления конфет класса премиум. Разработаны технологические схемы приготовления как начинки для конфет, так и самих сахарных кондитерских изделий (конфет).

Ключевые слова: сахарные кондитерские изделия; конфеты класса премиум; обогащение; плоды рябины сибирской; технологическая схема

В последнее время экологическая ситуация, сложившаяся как на территории Красноярского края, так и самого города Красноярска, приводит к появлению новых требований к продуктам питания, в частности необходимо не только удовлетворение всех физиологических потребностей в соответствии с требованиями, изложенными в Распоряжении Правительства РФ от 29.06.2016 № 1364-р «Стратегии повышения качества пищевой продукции в Российской Федерации до 2030 года», но и положительное функциональное воздействие на организм человека.

Все большее значение приобретают продукты на основе натурального растительного сырья регионального происхождения вследствие высокого содержания в них витаминов, пищевых волокон, минеральных и других биологически активных веществ. В качестве традиционного продукта питания в данном исследовании нами были выбраны конфеты класса премиум, являющиеся достаточно широко распространенным продуктом питания среди различных групп населения [1].

* © Худых Т. А., Первышина Г. Г., 2023

Целью работы явилась разработка технологической схемы производства конфет класса премиум с использованием регионального дикорастущего сырья – плодов рябины сибирской.

Предлагаемая технологическая схема получения конфет включает в себя следующие процессы:

1. Приготовление полуфабриката «начинка для конфет» (рис. 1):

- предварительную подготовку сырья в виде первичной мойки и очистки. При этом плод рябины сибирской дополнительно подвергаются сортировке, которая заключается в очистке плодов от примесей с дальнейшим отбором плодов типичного для сорта размера;

- плоды подвергаются шоковой заморозке с целью удаления присущей им горечи вследствие наличия *n*-сорбиновой кислоты. При необходимости перед шоковой заморозкой сырье подвергается вторичной мойке;

- подготовленное сырье отправляют в соковыжиматель. Полученный сок уваривают при температуре 70–80 °С, охлаждают до 40 °С и соединяют с смесью сахара и пектина;

- охлаждение полученной начинки.

2. Приготовление конфет класса премиум с добавлением плодов рябины сибирской (рис. 2):

- нагрев темного шоколада до 50 °С на водяной бане с последующим охлаждением и соединением с какао-маслом;

- перемешивание полученной массы до полного растворения какао-масла,

- охлаждение шоколада до 32°С с последующим заливом в предварительно натертые поликарбонатные формы до краев;

- слив излишков шоколада путем переворачивания формы;

- охлаждение корпуса конфет;

- распределение начинки в формах и заливка подготовленным шоколадом с последующей уборкой излишков из формы;

- охлаждение конфет;

- упаковка готового продукта.

При разработке рецептуры конфет принимали во внимание основные положения теории сбалансированного питания [2], в соответствии с которой оптимальное функционирование организма человека обусловлено снабжением его не только необходимо энергией, но и соблюдением определенных соотношений между незаменимыми факторами питания.

Рецептура конфет класса премиум с добавлением плодов рябины обыкновенной представлена в табл. 1.

Таблица 1

Рецептура конфет класса премиум с добавлением плодов рябины обыкновенной

Сырье	Брутто, г	Нетто, г
<i>Корпус</i>	200	200
шоколад темный	220	220
какао-масло	3	3
<i>Начинка для конфет</i>	105	105
плоды рябины сибирской	300	300
пектин	3	3
сахар-песок	23	23
<i>Выход</i>	305	305

Апробация разработанных технологических схем и рецептов конфет позволила получить органолептические характеристики, приведенные в табл. 2.

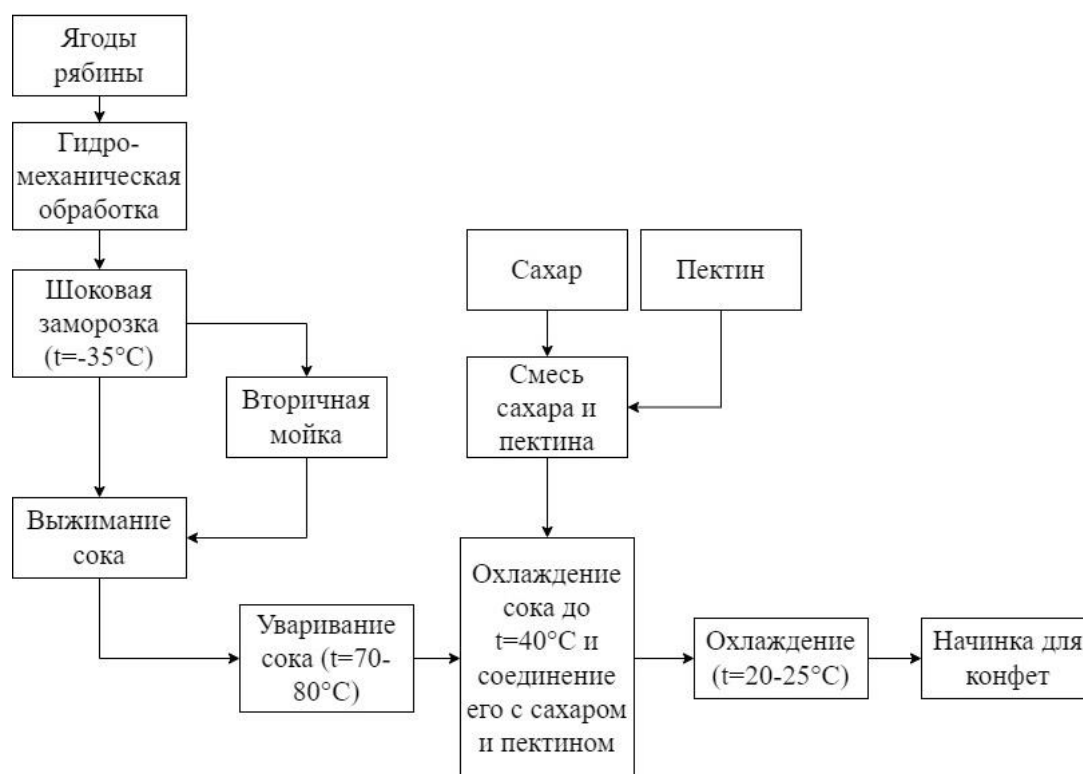


Рис. 1. Технология приготовления полуфабриката «начинка для конфет»

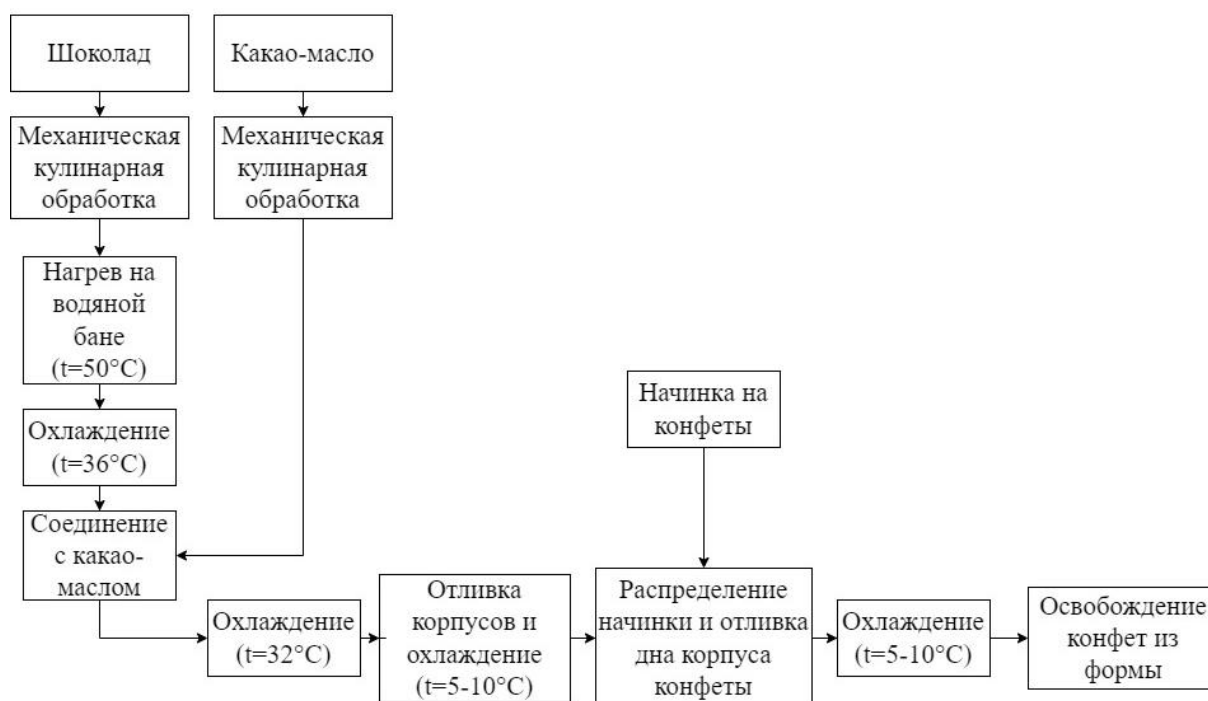


Рис. 2. Технология приготовления конфет класса премиум с добавлением плодово-ягодного сырья

Таким образом, с технологической точки зрения и точки зрения обогащения сахарных кондитерских изделий биологически активными веществами возможно использование дикорастущего плодово-ягодного сырья Красноярского края, в частности плодов рябины сибирской, в производстве конфет класса премиум.

Таблица 2

Органолептические характеристики конфет класса премиум с использованием плодов рябины сибирской

Показатель	Характеристика
Вкус и запах	Вкус – сладкий с горчинкой, свойственный плодам рябины обыкновенной. Запах свойственный шоколаду и продуктам его переработки. Не допускаются посторонние вкусы и запахи. Конфеты не должны иметь салитое, прогорклое или иное неприятное послевкусие
Цвет	Цвет корпуса – свойственный шоколаду. Цвет начинки – от ярко- до темно-оранжевого
Внешний вид	Конфеты не должны иметь на лицевой поверхности «поседения» или повреждения. Допускаются незначительные повреждения поверхности при выработке конфет на механизированных линиях и при машинном упаковывании
Консистенция	Корпус не ломкий, начинка густая, однородная, без комков

Список литературы

1. Красноярский краевой статистический ежегодник. 2020 : стат. сб. / Красноярскстат. Красноярск, 2021. 516 с.
2. Покровский А. А. Беседы о питании. М. : Экономика, 1968. 353 с.

УДК 637.52

ЧЕРЕМША КАК ИСТОЧНИК ОБОГАЩЕНИЯ РУБЛЕННЫХ ПОЛУФАБРИКАТОВ ИЗ МЯСА ПТИЦЫ РАСТИТЕЛЬНЫМИ КОМПОНЕНТАМИ

Н. В. Чижмотря, Л. П. Шароглазова*

Красноярский государственный аграрный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрена возможность использования черемши для обогащения рубленых полуфабрикатов из мяса птицы.

Ключевые слова: черемша; мясо птицы; полуфабрикаты; растительные компоненты

Рубленые полуфабрикаты из мяса птицы, обогащённые функциональными ингредиентами растительного происхождения, – актуальное направление развития пищевой промышленности в концепции здорового питания населения [1]. Комбинированный состав продуктов питания позволяет повысить качество пищи за счет внесения нутриентов [2].

* © Чижмотря Н. В., Шароглазова Л. П., 2023

Красноярский край обладает значительными запасами полезного растительного сырья. Одним из перспективных дикоросов Сибири является черемша. Черемша – это многолетнее травянистое растение, относящееся к семейству Амариллисовых. Достигает в высоту 40-см, имеет чуть удлиненную прикорневую луковицу. Произрастает в Сибири, Приморье и других частях России. В настоящее время черемшу культивируют и выращивают на приусадебных участках.

Состав черемши характеризуется высоким содержанием белка – 2,4 г/100 г, углеводов – 6,1 г/100 г, клетчатки – 1 г/100 г, золы – 1,1 г/100 г, витаминов (А – 700 мкг/100 г, В9 – 40 мкг/100 г, С – 100 мг/100 г), макро- (кальций 120 мг/100 г, магний 21 мг/100 г, калий 330 мг/100 г, фосфор 60 мг/100 г) и микроэлементов (марганец – 0,1 мг/100 г, кобальт – 3,9 мкг/100 г, фтор – 30 мкг/100 г, медь – 60 мкг/100 г) [3; 4].

Перспективным направлением применения черемши в комбинированных продуктах являются рубленые полуфабрикаты из мяса птицы.

Мясо птицы универсальное и относительно недорогое сырье для производства рубленых полуфабрикатов. Его включают в сбалансированный и здоровый рацион питания.

При разработке рецептов использовали филе белое и филе окорочка цыплят-бройлеров. Данное мясное сырье содержит в своем составе значительное количество натуральных жиров и ценных белков, которые очень легко усваиваются организмом. Оно богато минеральными веществами – магнием, кальцием, медью, железом и йодом, витаминами группы В, а также витаминами А, С, Е, Н и РР [2].

Для исследования применяли измельченную замороженную черемшу, в связи с сезонностью заготовки.

Технологический процесс осуществляли следующим образом: мясо птицы измельчали на волчке с диаметром решеток 5 мм; черемшу размораживали при комнатной температуре 1,5–2 часа; далее измельченное мясное сырье перемешивали в мешалке с ингредиентами, предусмотренными рецептурой, на этом же этапе добавляли замороженную черемшу; полученный фарш формовали в котлеты массой 110 г.

Опытным путем (по органолептическим показателям) установлена дозировка черемши в количестве 8 % сверх рецептуры, обеспечивающая высокие органолептические показатели: внешний вид соответствовал данному виду продукта, цвет был бледно-розовым, запах приятный, вкус оригинальный с послевкусием черемши, консистенция плотная.

Таким образом, разработанные рубленые полуфабрикаты из мяса птицы с черемшой в количестве 8 % к общей фаршевой массе позволяют расширить ассортимент выпускаемой продукции, а также обогатить продукт функционально значимыми для человека биологически активными веществами, содержащимися в черемше. Продукт имеет приятный вкус, нежную, сочную консистенцию с гармоничным ароматом черемши.

Список литературы

1. Величко Н. А., Машанов А. И., Буянова И. В. Возможность использования капусты брокколи для обогащения мясных рубленых полуфабрикатов // Вестник КрасГАУ. 2018. № 3 (138). С. 160–164.

2. Миллер Ж. Е., Речкина Е. А. Разработка рецептуры рубленых полуфабрикатов из индейки с использованием льняной муки // Инновационные тенденции развития российской науки : материалы X Международной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной Году экологии и 65-летию Красноярского ГАУ. Красноярск, 2017. С. 20–22.

3. Речкина Е. А., Никонорова М. В., Замесина Я. А. Технологические аспекты производства мясных изделий с использованием черемши // Научно-практические аспекты развития АПК : материалы национальной научной конференции, Красноярск, 12 ноября 2021 г. Красноярск, 2021. С. 52–57.

4. Никонорова М. В. Разработка рецептуры рубленых полуфабрикатов, обогащенных черемшой // Студенческая наука – взгляд в будущее : материалы XVI Всероссийской студенческой научной конференции, Красноярск, 26 марта 2021 г. Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2021. С. 347–351.

УДК 543.6:634.743:664.2

РАЗРАБОТКА ФУНКЦИОНАЛЬНОГО СОУСА ИЗ ОБЛЕПИХИ

Е. И. Шаламова, Л. В. Наймушина, И. Д. Зыкова,
Н. М. Микова, К. А. Лукьянова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Проведено изучение химического состава плодов облепихи сибирского сорта Жемчужница. Выявлено, что плоды облепихи богаты витамином С, каротиноидами, жирным маслом, сахарами, органическими кислотами, пищевыми волокнами. Предложена рецептура изделия «Соус из облепихи повышенной пищевой ценности» из ягодного пюре облепихи с добавками янтарной кислоты. Проведена органолептическая и дегустационная оценка изделия. Определены органолептические характеристики и химический состав готового изделия. Изделие по содержанию витамина С, каротиноидам и янтарной кислоте в сравнении с рекомендуемыми суточными нормами может быть отнесено к функциональным продуктам питания в соответствии с требованиями ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Энергетическая ценность изделия составила 80 ккал/100 г.

Ключевые слова: облепиха; соус; химический состав; функциональный продукт; рецептура; органолептические показатели; органолептическая и дегустационная оценка

Многочисленные научные исследования подтверждают, что ряд заболеваний и патологических состояний населения во многом определяется культурой питания. В связи с этим сегодня пищевая индустрия является зоной социальной ответственности государства. В России принят ряд законодательных документов, новейшим из которых является постановление «О реализации доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» от 19.10.2022 [1]. В документах отражено, что важным направлением для специалистов пищевой индустрии было и остается повышение пищевой ценности продуктов питания за счет их обогащения физиологически значимыми нутриентами: витаминами, минералами и биологически активными веществами [1; 2].

В России производство функциональных и обогащенных продуктов постепенно год от года нарастает. Однако статистические данные относительно насыщения меню обогащенными блюдами на предприятиях общественного питания пока надежд не оправдывают. В связи с этим исследования, направленные на разработку и внедрение

* © Шаламова Е. И., Наймушина Л. В., Зыкова И. Д., Микова Н. М., Лукьянова К. А., 2023

в меню кафе и ресторанов блюд повышенной пищевой ценности, являются необходимыми и актуальными.

В сферу нашего внимания попали популярные и востребованные на предприятиях общепита дополняющие продукты – соусы, которые, не являясь самостоятельным блюдом, делают еду более разнообразной по вкусо-ароматическому сочетанию. Полезный ингредиентный состав соуса может являться основой для обогащения основного блюда физиологически значимыми нутриентами, пищевыми волокнами, витаминами, минералами и антиоксидантами [4-6].

Отмечается, что в последнее время наметился тренд применения кисло-сладких ягодных и фруктовых соусов, нетрадиционно и оригинально и дополняющих мясные и рыбные блюда [5-6]. Прогнозируемо, что биологически активные вещества плодово-ягодных культур внесут весомый вклад в повышение пищевой ценности как соуса, так и, в целом, готового блюда.

В Сибири очень популярна ценная и полезная плодово-ягодная культура – облепиха (*Hippophae*). Для сибирского региона выведено несколько культурных морозоустойчивых сортов этой культуры, характеризующихся высокой урожайностью, крупными овальными ягодами и маленькой внутриплодной косточкой. Для создания соуса нами выбран один из сибирских сортов облепихи – Жемчужница.

Появился ряд исследований, в которых ученые для обогащения и придания функциональных свойств пищевому продукту, вводят суточную дозу янтарной кислоты, объясняя тем, что янтарная кислота и ее соли (сукцинаты) физиологически необходимы для организма человека [7]. Данные вещества участвуют в клеточном дыхании, высвобождении энергии, проявляют высокую антиоксидантную и антирадикальную активность. Также янтарная кислота является пищевой добавкой (E 363), т.е. регулятором кислотных свойств. Суточная норма потребления E363 установлена 200 мг янтарная кислота как добавка считается безвредной и её разрешено давать детям.

Целью данного исследования являлось разработка рецептуры функционального облепихового соуса для белой рыбы из р. Енисей (голец, чир, пелядь), дополнительного обогащенного янтарной кислотой. Задачами исследования являлись: изучение химического состава плодов облепихи сорта Жемчужница, разработка рецептуры функционального соуса из облепихи с введением янтарной кислоты, проведение органолептической и дегустационной оценки соуса, определение физико-химических показателей соуса в соответствии с ГОСТ 18077–2013 – Консервы. Соусы фруктовые. Технические условия.

Для исследования брали свежие замороженные ягоды облепихи сорта Жемчужница, собранные в конце сентября 2022 г. в Емельяновском районе, в 70 км от г. Красноярска. Химический состав, как плодов облепихи, так и разработанного соуса с применением этой культуры изучали с применением традиционных методик, а также методик, рекомендуемых ГОСТ 18077–2013 [8].

В качестве ингредиентов для приготовления соуса брали свежий перец болгарский, приобретенный в супермаркете, сахар (ГОСТ 33222–2015), крахмал кукурузный (ГОСТ 32159–2013), пектин (ГОСТ 29181–91), рисовую муку (ГОСТ Р 31645–2012), специи: «Карри» (ГОСТ ISO 2253–2015), куркуму (ГОСТ ISO 5562–2017), паприка (ГОСТ Р ИСО 7540–2008), кислота янтарная (C₄H₆O₄ – E 363), приобретенная как фармацевтический таблетированный препарат, содержащий в одной таблетке 400 мг янтарной кислоты, отпускаемый без рецепта.

Органолептическую и дегустационную оценку проводили среди студентов и преподавателей кафедры технологии и организации общественного питания (ТООП ИТиСУ СФУ).

В табл. 1 представлены данные по содержанию определяемых компонентов в составе ягод облепихи сорта Жемчужница. Показано, что плоды богаты флавоноидами

(58% от рекомендуемой суточной нормы – РСН), каротиноидами (136% от РСН), дубильными веществами - катехинами (58% от РСН), витамином С (311% от РСН) [9].

Таблица 1

Химический состав плодов облепихи сорта «Жемчужница»

Компоненты, единицы измерения содержания	Содержание в свежих ягодах	В пересчете на сухое вещество	Для свежих ягод – % от рекомендуемой суточной нормы (РСН)
Вода, г/100 г	79,5	-	-
Жирное масло, г/100 г	2,1	10,24	3
Сахара, г/100 г	2,7	13,17	2,0
Пектин, г/100 г	1,8	8,78	12
Пищевые волокна, г/100 г	1,8	8,8	9
Органические кислоты, г/100 г	4,2	20,5	21
Флавоноиды, мг/100 г	580	2829,3	58
Каротиноиды, мг/100 г	6,8	33,17	136
Дубильные вещества, мг/100 г	192	936,5	-
Витамин С, мг/100 г	280	1368,8	311
Витамин РР, мг/100 г	1	4,8	5

Уникальный химический состав, присутствие в плодах множества биологически активных нутриентов, суточные нормы потребления которых нормативно закреплены [9], явились мотивацией для разработки обогащенного соуса на основе облепихи.

Важным этапом исследования являлся выбор загустителя для разрабатываемого соуса. После предварительного изучения литературы и патентной базы остановились на трёх видах загустителей углеводной природы: кукурузном крахмале, пектине и рисовой муке. На рис. 1 представлены данные органолептического дегустационного анализа облепихового соуса, приготовленного с использованием трех разных загустителей. Выявлено, что эксперты отдали предпочтение наиболее нейтральному загустителю – кукурузному крахмалу.

В табл. 2 представлена рецептура разработанного соуса повышенной пищевой ценности с применением плодов облепихи и введением 50 % дозы от РСН янтарной кислоты [9].

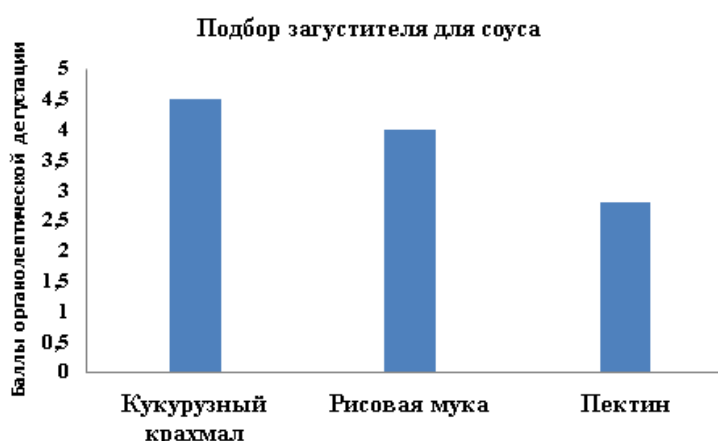


Рис. 1. Данные органолептической оценки облепихового соуса с разными загустителями

Приготовление. 100 мг янтарной кислоты на 100 г соуса растирали и смешивали с крахмалом. Крахмал заливали холодной водой для образования суспензии; заморо-

женные плоды облепихи 10 мин припускали при 40-50°C и далее протирали через сито для отделения косточек и частично кожицы – получали пюреобразную однородную по консистенции ягодную мякоть. Также через сито протирали мякоть бланшированного свежего болгарского перца. Облепиховое пюре соединяли с пюре из болгарского перца, вводили разведенный в воде крахмалом, добавляли сахар и специи. Хорошо перемешивали и доводили до кипения на медленном огне; проваривали 2 мин до формирования требуемой консистенции.

Таблица 2

Рецептура изделия «Соус из облепихи повышенной пищевой ценности»

Сырье	Нормы закладки сырья	
	Масса брутто, кг	Масса нетто, кг
Свежемороженые плоды облепихи	1	0,7
перец болгарский свежий	0,25	0,2
кукурузный крахмал	0,6	0,6
вода	0,3	0,3
кислота янтарная	0,01	0,01
сахар-песок	0,15	0,15
Специи:		
карри	0,05	0,05
или куркума	0,05	0,05
или паприка	0,4	0,4
Выход	–	1,00

Дискуссионным моментом оказался вид применяемых специй. Как оказалось, в соответствии с проведенным органолептическим и дегустационным анализом введение этого ингредиента вовсе необязательно, так как немало предпочтений отдано соусу из облепихи без специй. И почти равное количество голосов получили соусы с введением приправ карри, паприки и куркумы (рис. 2).

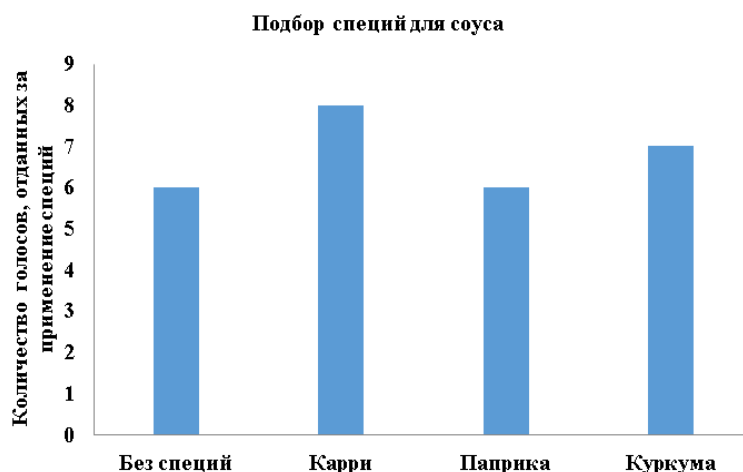


Рис. 2. Данные органолептической и дегустационной оценки облепиховых соусов с разными видами специй

Органолептические показатели облепихового соуса в соответствии с требованиями ГОСТ 18077–2013 «Консервы. Соусы фруктовые. Технические условия», а также химический состав представлены в табл. 3 и 4.

**Органолептические показатели изделия
«Соус из облепихи повышенной пищевой ценности»**

Показатели	Характеристики
Вкус и запах	Ягодный, кисло-сладкий, немного маслянистый, свойственный данному наименованию продукта с учетом вводимой ягодной основы – облепихи, без постороннего привкуса
Запах	Запах облепихи, без посторонних ароматов
Цвет	Желто-оранжевый, окраска равномерная по всей объему
Консистенция	Однородная, пюреобразная

Рассчитанное значение энергетической ценности изделия «Соус из облепихи повышенной пищевой ценности» составило 80 ккал/100 г.

Результаты исследования показывают, что 100 г готового соуса содержат такое количество витамина С, каротина – провитамина А и янтарной кислоты, которое в сравнение с рекомендуемыми суточными нормами позволяет отнести разработанное изделие к функциональным продуктам [10].

Проведено изучение химического состава плодов облепихи сорта Жемчужница. Выявлено, что плоды облепихи богаты витаминами С и каротиноидами, жирным маслом, сахарами, органическими кислотами, пищевыми волокнами. Предложена рецептура изделия «Соус из облепихи повышенной пищевой ценности» из ягодного пюре облепихи с добавками янтарной кислоты. Проведена органолептическая и дегустационная оценка изделия. Определены органолептические характеристики и химический состав соуса. Показано, что изделие по содержанию витамина С, каротиноидов и янтарной кислоты в сравнении с рекомендуемыми суточными нормами может быть отнесено к функциональным продуктам питания в соответствии с требованиями ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

Таблица 4

Химический состав изделия «Соус из облепихи повышенной пищевой ценности»

Показатель	Значение	Суточная норма [9]	Процент от суточной нормы
Вода, %	42	–	–
Содержание сухих веществ, %	58	–	–
Белки, %	1,7	90	1,9
Жиры, %	2,7	70	3,9
Углеводы (крахмал, сахара), %	12,38	–	–
Органические кислоты (в пересчете на яблочную), %	1,6	–	–
Янтарная кислота, мг%	100	200	50
Каротиноиды, мг%	6	5	120
Пищевые волокна, %	1,8	20	9
Витамин С, мг%	95	100	95

Список литературы

1. О реализации доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации : Постановление Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации от 19.10.2022 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://council.gov.ru/activity/documents/139304> (дата обращения: 20.10.2022).

2. Законодательное обеспечение государственной политики в области производства функциональных и специализированных пищевых продуктов питания в Россий-

ской Федерации : круглый стол при Совете Федерации Федерального собрания Российской Федерации от 25.01.2018 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://council.gov.ru/activity/activities/roundtables/88318> (дата обращения: 20.10.2022).

3. Тутельян В. А., Никитюк Д. Б., Батулин А. К. [и др.] Нутриом как направление «главного удара»: определение физиологических потребностей в макро и микро-нутриентах, минорных биологически активных веществах пищи // Вопросы питания. 2020. № 4. С. 24–34. DOI: <https://doi.org/10.24411/0042-8833-2020-10039>.

4. Обзор российского рынка соусов, приправ и специй: информационный портал межрегионального делового сотрудничества [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.marketcenter.ru/content/doc-2-7874.html> (дата обращения: 15.11.2022).

5. Алтуньян М. К. Новые рецептуры кулинарных соусов для функционального питания // Известия вузов. Пищевая технология. 2006. № 1. С. 52–53.

6. Добрыдина Е. С. [и др.] Разработка новых рецептур соусов и дрессингов функционального назначения // Пищевая промышленность. 2010. № 8. С. 12–13.

7. Табаторович А. Н., Резниченко И. Ю. Разработка и оценка качества диабетического желеиноного мармелада «Каркаде», обогащенного янтарной кислотой // Техника и технология пищевых производств. 2019. Т. 49. № 2. С. 320–329.

8. Государственная фармакопея СССР: Вып. 2. Общие методы анализа. Лекарственное растительное сырье. Изд. XI, доп. Москва: Медицина, 1990. 440 с.

9. Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации : методические рекомендации. М. : Федеральный центр гигиены и эпидемиологии Роспотребнадзора, 2021. 72 с.

10. ТР ТС 027/2013: Технический регламент Таможенного союза «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания» [Электронный ресурс]: принят решением Совета Евразийской экономической комиссии от 15.06.2012 № 34. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/902352823>.

УКД 64.65

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЕ НАПИТКИ: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

А. А. Шушаков¹, В. Н. Оробинская¹, И. Н. Пушмина^{2*}

¹Пятигорский институт (филиал) Северо-Кавказского федерального университета, г. Пятигорск

²Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы полезности и вредности энергетических напитков. Раскрываются последствия их употребления и влияние напитков на организм.

Ключевые слова: энергетические напитки; вред; польза; влияние; опасные факторы

Актуальность данного исследования состоит в том, что на сегодняшний день энергетические напитки являются популярными среди различных групп населения. После прихода в 1990-х гг. на российский рынок энергетиков, их рыночная сегментация

* © Шушаков А. А., Оробинская В. Н., Пушмина И. Н., 2023

растет в геометрической прогрессии. В основном это связано с большим количеством эффективной рекламы, направленной на нас с телевизоров, радио и рекламных щитов. Эта реклама говорит о том, что пить их модно, самочувствие будет прекрасным, пропадет сонливость. Рост продаж данной продукции также связан с все большим омоложением категории людей, употребляющих энергетические напитки.

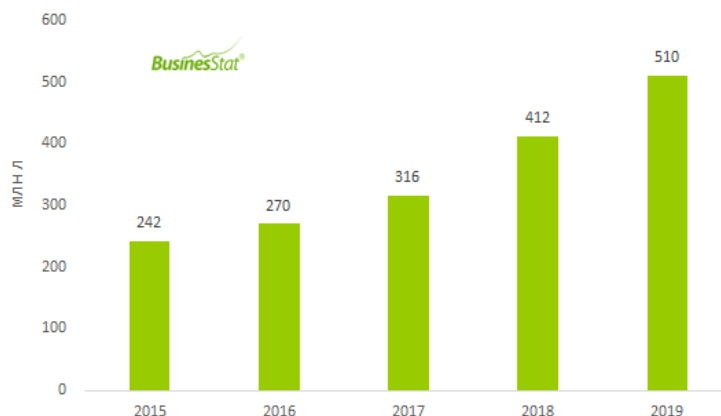


Рис. 1. Динамика продаж энергетических напитков за 2015–2019 гг. [1]

Представленные на рис. 1 результаты демонстрируют динамику продаж энергетических напитков. С каждым годом продажи растут. Сегодня энергетики пьют даже подростки, поскольку в России их продают во всех магазинах, и даже ребенок без проблем может купить его, хотя вопрос безопасности данной продукции остается открытым. Данные напитки употребляют и работники профессий, связанных с повышенным вниманием, и занятые интеллектуальным трудом с целью восполнения энергетических затрат, повышения порога усталости.

После выпитого энергетического напитка, и правда, уходит чувство сонливости, усталости из-за входящих в его состав веществ, их пользу и вред проанализируем далее [2].

Рынок и доля потребления энергетических напитков растет с каждым годом, в то время как исследований, оценивающих их психофизические и психологические эффекты и влияние на качество жизни индивида, крайне мало. В статье представлены аналитические исследования на основе изучения и критической проработки данных, отраженных в источниках научной литературы, направленные на формирование понимания влияния энергетических напитков на общее самочувствие человека, их психофизическое и психологическое воздействие на организм.

Объект исследования: энергетические напитки.

Предмет исследования: целесообразность употребления энергетических напитков, воздействие на организм человека.

История возникновения энергетических напитков. Человечество с незапамятных времен старается найти и использовать ингредиенты, которые повышают физическую и психологическую активность. Все вещества этой группы всегда были одним из важных и неотъемлемых элементов «профессиональной тайны» жрецов и шаманов. Также имеются данные о том, что викинги перед сражением принимали настой из мухоморов, влияющий на скорость прохождения нервных импульсов, что давало больше силы, быстроту реакции и нечувствительность к боли.

Обычные люди для увеличения физического интеллектуального тонуса давно привыкли применять чай или кофе. Самым распространённым во все времена был кофеин, но в истории известны более сильные стимуляторы, такие как куст кока в Южной Америки, эфедрин и ката в Азии.

Сегодня люди перешли на более удобное повышение физического тонуса при помощи энергетических напитков.

Энергетические напитки – это особый тип газированных напитков, особенностью которых является повышение сосредоточенности, внимательности, стимулирование физической и умственной активности за счет содержащихся в составе веществ. Они могут поддерживать тонус человека 3–4 часа, тогда как, например, чашка кофе – 20–30 минут [3].

Первым энергетическим напитком стал напиток Lucozade, созданный англичанином Смит-Кляйн Бичамоном в 1938 г. Этот напиток был приготовлен для британских спортсменов, однако его употребление вызвало отравление у спортсменов, связанное с гипервитаминозом. В 1962 г. в Японии был создан новый бренд Lipovitan, основой которого служил напиток Lucozade.

В 1982 г. напитком Lukozade заинтересовался австралиец Дитрих Матешци, и в 1984 г. открыл завод по производству нового, известного на сегодня по всему миру энергетического напитка «Red Bull». После завоевания рынка продуктом «Red Bull» в торговых сетях стали появляться десятки других напитков со схожими свойствами. «Питьевые» промышленные гиганты «Кока-кола» и «Пепси-кола» зашли на рынок со своими энергетическими напитками «Burn» и «Adrenaline Rush» соответственно [2].

Состав энергетических напитков. Проведенные множественные анализы показали, что, несмотря на огромное разнообразие названий напитков и их производителей, рецептура и их состав во многом очень схожи и содержат одни и те же компоненты, основными являются кофеин, таурин, женьшень, сахароза, аскорбиновая кислота.

Кофеин считается наиболее распространенным психоактивным компонентом энергетических напитков. В энергетических напитках кофеин располагается в виде синтетического алкалоида, в отличие от чая или кофе. В высоких дозах может вызывать аномальную стимуляцию нервной системы, а также побочные эффекты в сердечно-сосудистой, гематологической и желудочно-кишечной системах.

Кофеин в разы уменьшает сонливость, усталость, ускоряет пульс и стимулирует умственную активность. Он быстро и полностью всасывается после приема внутрь, обычно достигая максимальной концентрации в течение 30–120 минут.

Рекомендуемый уровень потребления кофеина в день – 150 мг в сутки, а его содержание в энергетических напитках колеблется от 150 до 350 мг/л.

Таурин представляет собой серосодержащую аминокислоту в свободной форме, которая содержится в пищевых продуктах и вырабатывается организмом из аминокислоты цистеин. Таурин синтезируется и содержится в больших количествах в мышцах, печени, присутствует во многих тканях и желчи. Таурин также является нейромедиатором в мозге, он участвует в передаче нервных импульсов и обладает противосудорожной активностью. Таурин используют для повышения иммунитета, улучшения работы сердца, при лечении сетчатки глаз, он обладает противосклеротическим действием.

Организм получает таурин при употреблении мяса, морепродуктов, молока. Негативных последствий от его употребления не было отмечено, однако имеются данные, указывающие на негативные побочные эффекты от передозировки таурином.

Аскорбиновая кислота (витамин С) – органическое соединение, одно из важнейших веществ в рационе человека, необходимое для нормального функционирования соединительной и костной ткани, участвующее во многих функциях организма, включая образование коллагена, усвоение железа, правильную работу иммунной системы, заживление ран, восстановление хрящей, костей и зубов.

Женьшень и гуарана – природные стимуляторы, которые обладают полезными свойствами только в малых дозах. В энергетических напитках они встречаются в различных дозировках. Гуарана – тропическое растение, ввозимое в основном из Брази-

лии, является природным психостимулятором и носителем многих органических веществ, которые оказывают стимулирующее действие. Женьшень является тоже природным стимулятором, но его основная функция заключается в усилении стимулирующего влияния энергетиков. При передозировке гуараной и женьшенем возникает бессонница, тревожность и повышается артериальное давление. Но в обычных дозах эффект заключается в поднятии физической и психической активности, а также в снижении чувства усталости.

Сахароза, глюкоза, фруктоза – компоненты, добавляемые в энергетические напитки для сладости. В банке объемом 250 мл их может содержаться вплоть до 35 г в чистом виде. Количество сахара в одной банке превышает суточную норму в два-три раза, принимая во внимание то, что суточные рекомендации по потреблению 32 г на 2000 ккал рациона.

Никотиновая кислота – витамин, участвующий во многих окислительных реакциях, а также в обмене липидов, углеводов и образовании ферментов.

Пиридоксин – одна из форм витамина В₆, участвует в производстве гемоглобина и стимуляции обмена веществ, применяется в медицине для поддержания нервной и иммунной системы.

Фолиевая кислота – водорастворимый витамин В₉, который необходим для роста и развития кровеносной и иммунной систем, восстановления иммунитета, участвует в формировании органов и тканей.

Энергетические напитки на российском рынке. На сегодняшний день 90 % всех энергетических напитков производятся за рубежом. Основные поставки энергетиков в Россию приходят из Австрии, Швейцарии, Нидерландов и Германии. Российские бренды, по данным «Анализа рынка энергетических напитков в России», подготовленного BusinessStat в 2021 г., просто не выдерживают конкуренции (рис. 2).

Влияние на организм человека. В состав энергетических напитков входит кофеин, который в большой концентрации вызывает привыкание, а это отрицательным образом сказывается на работе всех органов и систем.

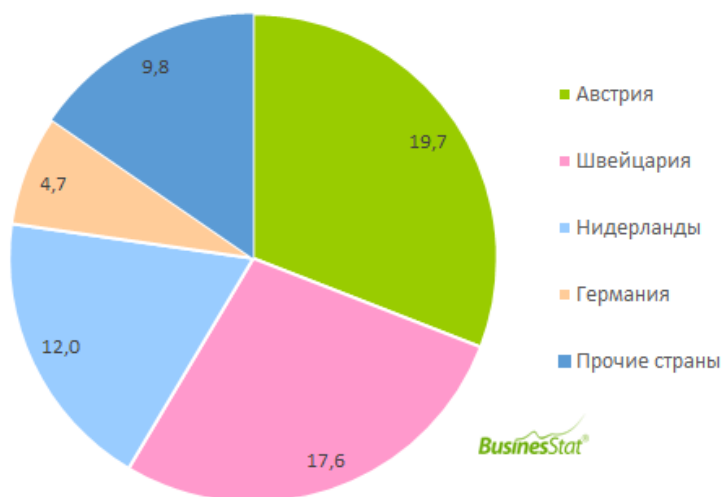


Рис. 2. Импорт энергетических напитков в Россию [4]

Австралийский токсикологический центр собирал сведения семь лет (2011–2018) и выявил, что, помимо прочих симптомов, расстройство желудочно-кишечного тракта, учащённое сердцебиение и нервное возбуждение чаще всего встречаются у тех, кто злоупотребляет энергетическими напитками.

Центр по контролю отравлений США, ведущий статистику за 2000–2012 г., сообщил, что за 12 лет было выявлено 5 103 негативных последствий после употребления энергетических напитков. В них входит 1 смерть, 24 серьезных и 527 умеренных расстройств сердечнососудистой системы и 552 ухудшения общего самочувствия, при этом больные были младше 16 лет в 44,7 % случаев. В меньшей степени негативные эффекты от энергетических напитков выявляются со стороны почек и пищеварительной системы, а в большей – со стороны сердечно-сосудистой и нервной систем. Это воздействие в основном вызывается кофеином, особенно если он в больших дозах. В этом случае он повышает артериальное давление, может вызвать аритмию и ускорить сердечную деятельность. Во многих случаях зафиксирована фибрилляция предсердий, у пациентов, которые поступают в больницу после «передозировки» энергетическими напитками или при употреблении такого напитка при физических нагрузках.

При злоупотреблении указанными напитками наиболее частым нарушением сердечной деятельности, кроме аритмии (в 35 % случаях), являются кардиомиопатия, коронарораспазм, синдром удлиненного интервала QT, острый тромбоз венечных сосудов. Также отмечено увеличение частоты сердечных сокращений на 20 ударов в минуту, из-за чего может возникнуть остановка сердца, синдром постуральной ортостатической тахикардии, замедление скорости мозгового кровотока на 7 см/с, повышение систолического давления на 10 мм рт. ст. и диастолического – на 7 мм рт. ст., расслоение аневризмы аорты. Кроме того, фиксируют гиперинсулинемию и снижение чувствительности тканей к инсулину примерно на 30 % [5].

Энергетические напитки: влияние на нервную систему и высшую нервную деятельность. Долгое употребление энергетических напитков способно модернизировать нейротрансмиссию. Это происходит из-за кофеина и таурина, являющихся психоактивными веществами. Хроническое злоупотребление этими напитками негативно отражается на психоэмоциональном состоянии человека, часто проявляется в агрессивном поведении, апатии, увеличении асоциальных поступков, расстройстве сна и аппетита [6].

Задokumentированы многочисленные прецеденты обострения психиатрических болезней у лиц, злоупотребивших энергетическими напитками. В ряде случаев напитки провоцировали припадки у людей, страдающих эпилепсией.

У людей с низкой физической активностью употребление энергетиков в большом объеме может приводить к ожирению из-за высокого содержания фруктозы и прочих углеводных подсластителей.

Употребление в больших количествах энергетических напитков приводит к головным болям. Причем на частоту головных болей влияет резкое изменение дозировки, а не ее величина (например, после привыкания резко бросить употребление). Это явление называется «синдром отмены кофеина» и похоже на похмелье после приема алкоголя.

У людей могут возникать панические атаки после употребления большой дозы, так как это является побочным действием кофеина. Также злоупотребление этими напитками может вызывать состояние стресса. Эта причина – гормональная: ученые обнаружили, что при их употреблении увеличивается уровень гормона стресса норэпинефрина на 74 %.

Согласно научным исследованиям, риск развития диабета второго типа имеют на 26 % больше те, кто выпивает 1–2 сладких напитка в день. Причина этого – «изнашивание» панкреатической железы, которая выделяет инсулин и контролирует уровень сахара в крови. Это, в свою очередь, может привести к невосприимчивости к инсулину при диабете второго типа из-за постоянного «подслащения» организма [5].

Влияние энергетических напитков на печень. Самым чувствительным органом пищеварительной системы является печень. Впервые в научной литературе были упомянуты случаи поражения печени после употребления энергетических напитков еще

в 2011 г. Так, 22-летняя девушка пила около 10 банок в день энергетических напитков на протяжении двух недель, что привело к острому гепатиту (случай описан в Vivekanandarajah A. et al) [7]. В этом же году Apestegui C.A. et al. [8] описывают случай пациента с пересаженной печенью, у которого развился холестатический гепатит после выпитых 15 банок «Red Bull» в течение трех дней. Зарубежные ученые связывают гепатотоксичность таких напитков с высоким содержанием в них витамина В₃.



Рис. 3. Опасные факторы при употреблении энергетических напитков [11]

Влияние энергетических напитков на другие органы и системы. Употребление энергетических напитков людьми с низкой физической активностью ведет к развитию ожирения из-за большого содержания в напитках подсластителей и фруктозы [9]. Кроме того, эти напитки могут спровоцировать гиперинсулинемию и привести к снижению чувствительности тканей к инсулину примерно на 30 % [10]. На рис. 3 представлен перечень опасных факторов при употреблении энергетических напитков [11]. В этот список вошли обезвоживание, тахикардия, возбуждение, трудности в обучении, снижение концентрации внимания, эмоциональная возбудимость, тревога (вплоть до панических

атак), бессонница, головная боль, повышение артериального давления, повреждение желудка, риск развития диабета второго типа, аллергия, стоматологические проблемы, кариес зубов, сердцебиение, тошнота, диарея, повреждение печени и нервной системы, негативное влияние при беременности, привыкание, а при одновременном приеме с лекарственным средством ингредиенты энергетических напитков и лекарства могут вступать в отрицательные взаимодействия.

Проанализировав источники научной литературы, можно заключить, что чрезмерное употребление энергетических напитков может крайне неблагоприятно отражаться на всем функционировании организма человека, приводить к различным патологиям, начиная с повышения артериального давления и заканчивая нарушением работы нервной системы, патологиям беременных.

Необходимы дополнительные исследования и повышение уровня информированности, осведомленности потребителей и общественности для формирования и увеличения понимания последствий употребления энергетиков. Необходим более строгий подход к маркировке энергетических напитков, чтобы потребитель знал точное количество каждого ингредиента, что особенно важно, поскольку психофизические эффекты воздействия энергетических напитков напрямую могут зависеть от дозы.

Список литературы

1. Магазин исследований телеканала «РБК» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/11869> (дата обращения: 30.04.2022).
2. Столыпина П. А., Ефимова Е. Ф. III Открытый региональный конкурс исследовательских и проектных работ «Высший пилотаж – Пенза 2021». Тема: «Энергетические напитки – вред или польза?».
3. Штерман С. В., Андреев Г. И. Энергетические напитки сегодня: за и против. Часть I.
4. Магазин исследований телеканала «РБК» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/13027> (дата обращения: 30.04.2022).
5. Трофимов Н. С., Кутя С. А., Кривенцов М. А. и др. Влияние энергетических напитков на здоровье человека. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-energeticheskikh-napitkov-na-zdorovie-cheloveka/pdf> (дата обращения: 30.04.2022).
6. Toblin R. L., Adrian A. L., Hoge C. W. et al. Energy Drink Use in U.S. Service Members After Deployment: Associations With Mental Health Problems, Aggression, and Fatigue. *Military Medicine*. 2018.
7. Vivekanandarajah A., Ni S., Waked A. Acute hepatitis in a woman following excessive ingestion of an energy drink: a case report. *J Med Case Rep*. 2011 Jun 22; 5:227. doi: 10.1186/1752-1947-5-227. DOI: 10.1186/1752-1947-5-227.
8. Apestegui C. A., Julliard O., Ciccarelli O. et al. Energy drinks: another red flag for the liver allograft. *Liver Transpl*. 2011 Sep; 17(9):1117-8. DOI: 10.1002/LT.22360.
9. Higgins J. P., Tuttle T. D., Higgins C. L. Energy beverages: content and safety. *Mayo Clin. Proc*. 2010; (85): 1033–1041. DOI: 10.4065/MCP.2010.0381.
10. Shearer J., Graham T. E. Performance effects and metabolic consequences of caffeine and caffeinated energy drink consumption on glucose disposal. *Nutr. Rev*. 2014.
11. Шалыгин Л. Д., Еганян Р. А. Энергетические напитки – реальная опасность для здоровья детей, подростков, молодежи и взрослого населения. Ч. 2. Риски, связанные с потреблением алкогольсодержащих энергетических напитков. Рекомендации Всемирной организации здравоохранения // Профилактическая медицина. 2016. № 2.

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ
**«Роль таможенной деятельности
и межкультурных коммуникаций
в обеспечении национальных
приоритетов и потребностей
региональных товарных рынков»**

СООТНОШЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ

Е. А. Андерсон, А. В. Ильина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Для комплексного анализа деятельности таможенных органов используются понятия «результативность» и «эффективность». Данные показатели выступают конечным итогом для оценки и анализа деятельности таможенных органов в самых разных аспектах, а изучение их содержания позволяет выявлять резервы совершенствования деятельности. На примере принятия решений о классификации товаров показаны связи и отличия индикаторов результативности и эффективности деятельности таможенных органов в данной области.

Ключевые слова: результативность; эффективность; экономическая деятельность таможенных органов; классификация товаров

Для комплексного анализа деятельности таможенных органов используются такие синонимичные понятия, как результативность и эффективность. Данные показатели выступают в качестве конечного результата в ходе оценивания и аналитического изучения работы таможенных органов.

Необходимость оценивать работу таможенных органов обусловлена перечнем основных задач, которые ставятся руководством таможенной службы. Для решения таких задач ФТС России в разные годы утверждает методические правила расчета показателей результативности и показателей эффективности исполнения своих функций таможенными органами. При этом у исследователей часто возникает вопрос о возможности и целесообразности объединения данных понятий или все-таки названные понятия подразумевают дифференцированные подходы к оценке? Между понятиями существует очень тесная связь, поэтому очень часто они могут быть взаимозаменяемы. На сегодняшний день необходимо проанализировать, действительно ли данные понятия могут быть соотнесены, а также нужно установить, имеется ли необходимость разграничения понятий для комплексного анализа деятельности таможенных органов.

В работе [1] В. Ю. Медведев приводит пример определений результативности и эффективности. Результативность понимается автором как уровень достижения целей, заявленных в текущей версии таможенной политики; таким образом, показатели результативности отражают меру приближения полученных результатов к декларируемым целям. В свою очередь, эффективность характеризует соотношение между расходами на реализацию политических ориентиров и достигнутыми результатами; данное соотношение можно измерить в натуральных показателях или в стоимостных индикаторах, если имеются адекватные варианты денежного измерения всех понесенных затрат и полученных результатов.

Рассмотренные положения приводят к выводу о том, что результативность отражает итоги, достигаемые в ходе непосредственной реализации разных аспектов деятельности таможенных органов. Эффективность характеризует результаты работы таможенных структур в сравнении с использованными ресурсами: материальными, финансовыми и трудовыми. Только сочетание названных индикаторов позволяет получить всестороннюю оценку функционирования таможенных органов в системе показателей, что представлено на рис. 1.

* © Андерсон Е. А., Ильина А. В., 2023



Рис. 1. Комплекс индикаторов оценки деятельности таможенных органов

Также стоит отметить, что в работе А. В. Ключева [2] понятия рассматриваются с точки зрения трактовки англоязычных аналогов.

Результативность (effectiveness) подразумевает отношение «фактического результата» и «планируемой величины» по заданному показателю деятельности; при расчете и оценке этого отношения главное внимание уделяется принципиальному достижению целей, раскрываемых через данный показатель.

Эффективность (efficiency) сопоставляет «полученные результаты» и затраченные для их достижения «ресурсы» или понесенные «расходы»; в применении термина «эффективность» заложено стремление к минимизации затрачиваемых ресурсов при достижении заданного уровня результатов [2].

Очевидно, что рассмотренные понятия совершенно разные, но при этом полностью взаимодополняют друг друга. Результативность не существует без эффективности, а эффективность без результативности.

В Приказе ФТС России от 29.12.2020 № 1159 «Об утверждении показателей результативности деятельности и показателей эффективности деятельности региональных таможенных управлений и таможен» [3] были прописаны показатели результативности и эффективности функционирования двух уровней таможенных органов Российской Федерации. На примере показателя «решение о классификации товара» можно рассмотреть разницу между результативностью и эффективностью.

От того, насколько правильно классифицирован товар, во многом зависит успех внешнеторговой сделки: тарифные и нетарифные меры регулирования, таможенная стоимость, скорость совершения таможенных операций и попадание участника ВЭД в ту или иную категорию риска [4]. Поэтому в ряде случаев участники ВЭД обращаются в таможенные органы для получения услуги по классификации товаров. В методике расчета показателей результативности данный показатель именуется «качество предоставления государственной услуги по принятию предварительных решений о классификации товаров», фактическое значение показателя будет рассчитываться как:

$$Q = (1 - ((P_{\Pi} + P_{И} + P_{С}) / P) \times 100, \quad (1)$$

где P_{Π} – количество прекращенных в отчетном периоде решений; $P_{И}$ – количество измененных в отчетном периоде решений; $P_{С}$ – количество решений, отмененных по решению суда; P – количество принятых решений в отчетном периоде.

В данном случае показатель будет характеризовать качество услуги, предоставляемой таможенным органом при принятии предварительных решений о классификации товаров в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС.

Рассмотрим данный показатель в методике расчета показателей эффективности. В методике расчета эффективности он именуется «доля эффективных решений о классификации товаров», фактическое значение показателя является комплексным и состоит из двух подпоказателей. Первый из них отражает результативность принятых классификационных решений по товарам с позиции неизменности назначаемых нетарифных мер воздействия:

$$D_1 = ((P_p - P_B - P_O) / P) \times 100, \quad (2)$$

где D_1 – доля принятых классификационных решений по товарам, не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования; P_p – число вынесенных решений, не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования; P_B – число вынесенных и не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования решений, в результате которых сделаны возвраты внесенных таможенных платежей; P_O – число вынесенных решений, не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования и суммы требуемых к оплате таможенных платежей.

Второй подпоказатель, напротив, характеризует результативность как корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования:

$$D_2 = ((P_H - P_{HB} - P_{HO}) / P) \times 100, \quad (3)$$

где D_2 – доля принятых классификационных решений по товарам, вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования; P_H – число вынесенных решений, не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования; P_{HB} – число вынесенных и не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования решений, в результате которых сделаны возвраты внесенных таможенных платежей; P_{HO} – число вынесенных решений, не вызвавших корректировки назначаемых нетарифных мер регулирования и суммы требуемых к оплате таможенных платежей.

Показатель характеризует результаты работы таможенных органов при достижении целей таможенной политики, связанных с правильной классификацией товаров по ТН ВЭД ЕАЭС.

Таким образом, показатели результативности и показатели эффективности в полной мере очень важны при оценке деятельности таможенных органов в целях полного отражения результатов их функционирования, индикаторы эффективности характеризуют комплекс социально-экономических взаимодействий, направленных на улучшение преобразования ограниченных ресурсов для извлечения максимальных результатов. В свою очередь, показатели результативности функционирования таможенных структур отражают, прежде всего, уровень исполнения заданных национальной таможенной политикой целей. Однако суть дифференцирования эффективности от результативности заключается в том, что эффективность выступает относительной величиной, преимущественно характеризующей взаимосвязь достигаемого результата с затратами на его реализацию.

Также можно сказать, что под индикаторами результативности функционирования понимаются измерители итоговых результатов, имеющих общественное значение и достигаемых при непосредственной участии таможенных органов при выполнении их функций. К индикаторам эффективности работы относятся измерители, отражаю-

шие полученные итоги при исполнении служебных функций таможенных органов по отношению к преобразуемым трудовым, финансовым и материальным ресурсам.

Список литературы

1. Медведева М. В., Сафонова Е. А. Организация государственных закупок в таможенных органах РФ // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской Таможенной Академии. 2008. № 1 (30). С. 144–162.

2. Ключев А. В. Сущность, отношения и возможности совместного использования понятий «результативность» и «эффективность» // Вестник УрФУ. Серия «Экономика и управление». 2017. Т. 16. № 4. С. 532–555. DOI: 10.15826/vestnik.2017.16.4.026.

3. Приказ ФТС России от 29.12.2020 № 1159 «Об утверждении показателей результативности деятельности и показателей эффективности деятельности региональных таможенных управлений и таможен» [Электронный ресурс] // Таможенный портал для участников ВЭД «Альта–Софт». Режим доступа: <https://www.alt.ru/> (дата обращения: 18.11.2022).

4. Демакова Е. А., Андерсон Е. А. Состояние внешней торговли изделиями из меха и проблемы их классификации для таможенных целей // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (14–16 мая 2020 г.). Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2020. С. 631–635.

УДК 339.5

ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ ПРИ ЭКСПОРТЕ РЫБЫ И МОРЕПРОДУКТОВ ИЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ФЕДЕРАТИВНУЮ РЕСПУБЛИКУ ГЕРМАНИЯ

К. Д. Белан*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной статье представлен обзор наиболее важных требований, предъявляемых к ввозимой на территорию ЕС рыбе и морепродуктам, а также описано взаимодействие государственных служб Российской Федерации и Федеративной Республики Германия при обеспечении контроля за безопасностью рыбы при экспорте.

Ключевые слова: экспорт рыбы; экспорт морепродуктов; требования безопасности продукции; сертификация; региональные рынки

Неотъемлемую часть в структуре экспорта Сибирского федерального округа занимает продажа в другие страны продовольственных товаров. Экспорт из Сибирского федерального округа товаров из группы 03 «Рыба и ракообразные, моллюски и прочие водные беспозвоночные» за период 2020–2021 гг. составил 23,4 млн долл. США, общим весом 12,2 тыс. т. По данным Федеральной таможенной службы, в 2021 г. из Сибирского федерального округа было экспортировано рыбы и ракообразных в Германию на сумму 3 761 860 долл. США, что составляет 16 % от экспорта всей группы [1].

* © Белан К. Д., 2023

В Красноярском крае есть уникальные продукты арктического происхождения, в т. ч. и рыба, которые также отправляются на экспорт и имеют спрос у потребителей.

Во второй половине XIX в. Германия оставалась одним из ключевых партнеров нашей страны для сбыта российского продовольствия: как сырья, так и готовой продукции. Тем не менее несмотря на учреждение в 1873 г. Союза трех императоров (Россия, Германия, Австро-Венгрия), в 1878 г., после Берлинского конгресса, отношения России и Германии резко ухудшились [2]. Россия значительно повысила пошлины на ввоз германского угля, металла, машин, а Германия не выдала России займа и подняла пошлины на продукты питания, в то же время были созданы благоприятные условия для импорта в Германию зерна из США. Развернувшийся таким образом таможенный конфликт принес существенный ущерб экономике обеих стран, но в большей мере пострадала Германия, которой требовался российский рынок сбыта продуктов своей промышленности. В те времена давление таможенного противостояния не вынесла Германия. Она инициировала переговоры, в итоге которых 29 января 1894 г. был подписан русско-германский договор о торговле сроком на десять лет. В рамках договора был согласован и ратифицирован Конвенционный тариф. Новые пошлины на российское продовольствие были значительно снижены по сравнению с прежними, предусмотренными Общим Германским тарифом.

После января 2022 г. поставки рыбы из Сибирского федерального округа также приостановились по политическим причинам, но при этом экспортируемая рыба из России занимала значительную часть в структуре продовольственного товарооборота Германии.

Каждый экспортер рыбы и морепродуктов должен знать и соблюдать требования к этим продуктам, которые становятся все более жесткими с каждым годом.

Растущее число требований в Германии является реакцией Европейской комиссии на неправильную маркировку и мошенничество, а также на экологические проблемы [2]. Предприятия и потребители хотят больше гарантий в отношении приобретаемых товаров. Продукция должна иметь правильную маркировку, подтверждение происхождения и все необходимые сертификаты.

В исследовании спроса потребителей на товары арктического происхождения в Красноярском крае была выявлена проблема регионального рынка – фальсификация происхождения северной рыбы. Она проявилась в том, что информации о происхождении рыбы даже в магазинах, специализирующихся на продаже северных продуктов, доверяют всего от 6 до 38 % покупателей разных половозрастных сегментов. Поэтому очень важным элементом регионального брендинга северной рыбы, а также контроля за качеством и безопасностью ввозимой и вывозимой продукции должна стать сертификация арктического происхождения сырья, в т. ч. входящего в состав многокомпонентных продуктов [3].

Прежде чем компания сможет экспортировать свою продукцию в Европу, в частности в Германию, она должна быть аккредитована европейскими властями. Список аккредитованных предприятий представлен, как на сайте Европейской комиссии в разделе «Контроль торговли и экспертных систем», так и на сайте Россельхознадзора [4; 5]. Всего из Сибирского федерального округа аккредитовано 10 компаний, уполномоченных осуществлять экспорт в Германию рыбы и морепродуктов.

Импорт рыбной продукции из стран, не входящих в ЕС, должен осуществляться через уполномоченный пограничный инспекционный пост под руководством официальной ветеринарной службы, в соответствующем государстве-члене ЕС. В Германии это Федеральное управление сельского хозяйства и продовольствия [5].

Каждая партия товара подвергается систематической документальной проверке и при необходимости фактическому таможенному досмотру. Частота физических про-

верок зависит от профиля риска, а также от результатов предыдущих проверок. Грузы, которые признаны не соответствующими законодательству ЕС, должны быть либо уничтожены, либо повторно отправлены в течение 60 дней.

Экспортер из России предъявляет сертификат о здоровье биологических водных ресурсов и получаемых из них продуктов, предназначенных для экспорта в страны ЕС, форма сертификата утверждена Европейской и Евразийской экономической комиссией и размещена на сайте Россельхознадзора [6].

Для оформления сертификата о здоровье биологических водных ресурсов и получаемых из них продуктов, предназначенных для экспорта в страны ЕС, в т. ч. Германию, в территориальное управление Россельхознадзора должны быть предоставлены:

- заявка от экспортера;
- товаротранспортный документ;
- копия сопроводительного ветеринарного документа;
- копия контракта на экспорт;
- качественное удостоверение;
- информация о предприятии-изготовителе подлежащих контролю товаров из перечня хозяйствующих субъектов РФ, имеющих требуемые производственные условия для выпуска, хранения и/или переработки согласно приказу Минсельхоза России от 06.10.2008 № 453;
- заключение о ветеринарно-санитарном соответствии, полученное у подчиненного Россельхознадзору федерального бюджетного учреждения, имеющего в своем уставе полномочия по оценке соответствия рыбоперерабатывающего комплекса ветеринарно-санитарным нормативам, требованиям законов и стандартов государств-импортеров, а также об итогах обследования функционирования систем качества, основанных на принципах ХАССП [7].

Европейский союз имеет строгие и сложные правила в отношении максимального содержания остатков ветеринарных и лекарственных препаратов (MRL) в рыбе и морепродуктах. В зависимости от вида и источника (рыболовство или аквакультура), при каждой отправке экспортеру необходимо подтверждать, что содержание в продукции не превышает соответствующих максимальных уровней остаточных количеств, предоставляя вместе с отправкой сертификат о состоянии здоровья, выданный аккредитованной лабораторией.

В указании Россельхознадзора от 07.02.2020 № ФС-КС-7/3595 сказано, что заключения о соответствии продукции из рыбного сырья нормативам ЕС должны быть выданы по результатам лабораторных испытаний, верифицирующих соблюдение требований ЕС.

В конце 2019 г. власти Германии обнаружили высокий уровень хлората в импортируемых продуктах из рыбы и морепродуктов, что вызвало обеспокоенность по поводу безопасности этих продуктов для потребления человеком. Вскоре после этого произошло ужесточение норм MRL.

Перерабатывающие предприятия, не имеющие доступа к чистой воде, используют хлорат для очистки воды перед ее использованием на перерабатывающих предприятиях. В результате опасений, высказанных в Германии, начались дебаты о том, какие уровни хлората являются разумными. В 2020 г. было решено не менять уровни содержания хлоратов в продуктах питания, экспортируемых в Европу, но пересматривать их каждые пять лет. Таким образом, обновление можно ожидать в 2025 г. Пестициды на основе хлората уже были запрещены.

В Российской Федерации микробиологические требования безопасности продукции пищевой из рыбного сырья прописаны в Решении Совета Евразийской экономической комиссии от 18.10.2016 № 162 «О техническом регламенте Евразийского

экономического союза «О безопасности рыбы и рыбной продукции», а также в Решении Коллегии Евразийской Экономической Комиссии от 13.02.2018 № 28 «О максимально допустимых уровнях остатков ветеринарных лекарственных средств (фармакологически активных веществ), которые могут содержаться в пищевой продукции».

По мере развития рыбной промышленности власти стран все больше осознают влияющие на торговлю импортной рыбой и морепродуктами проблемы, такие как уровни определенных веществ, содержащихся в продуктах, и маркировка этих веществ. Хлорат, использование антибиотиков в выращиваемых морепродуктах, правила для которых регулярно меняются. Эти и другие проблемы всё чаще возникают при контроле качества и безопасности продукции. Межкультурные коммуникации между странами помогут унифицировать подходы к надзору за исполнением всех требований, предъявляемых к экспортируемой и импортируемой рыбе и морепродуктам.

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной таможенной службы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stat.customs.gov.ru/analysis> (дата обращения: 24.11.2022).
2. Жильцова Ю. В., Жильцова А. В. Русско-германская таможенная война и торговые договоры 1893 и 1904 годов // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. Нижний Новгород, 2018. С. 29–30.
3. Саммит Всемирной ассоциации экомаркировки прошел с участием Федерального министра охраны окружающей среды, охраны природы и ядерной безопасности Германии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ecounion.ru/sammit-vsemirnoj-associazcii-ekomarkirovki-proshel-s-uchastiem-federalnogo-ministra-ohrany-okruzhayushhej-sredy-ohrany-prirody-i-yadernoj-bezopasnosti-germanii> (дата обращения: 24.11.2022).
4. Demakova E. A., Butova T. G., Bukharova E. B. et al. 2020 The role of regional industry standardization in the regional product branding system J. Phys.: Conf. Ser. 1515 052055 doi:10.1088/1742-6596/1515/5/052055.
5. Официальный сайт Европейской комиссии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://webgate.ec.europa.eu/tracesnt/directory/publication/establishment/> (дата обращения: 24.11.2022).
6. Официальный сайт Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fsvps.gov.ru/ru> (дата обращения: 24.11.2022).
7. Официальный сайт Федерального управление сельского хозяйства и продовольствия [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.bmel.de/EN/Home/home_node.html (дата обращения: 24.11.2022).
8. Об оформлении ветеринарных сопроводительных документов на водные биологические ресурсы и продукты их переработки, экспортируемые в ЕС, КНР и Республику Корея : письмо Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору Министерства сельского хозяйства РФ от 15.05.2012 № ФС-ЕН-7/6132 [Электронный ресурс] // Таможенный портал для участников ВЭД «Альта-Софт». Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/12a06132> (дата обращения: 24.11.2022).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОГРАММ ПО УПРОЩЕНИЮ ТАМОЖЕННЫХ ФОРМАЛЬНОСТЕЙ ДЛЯ ДОБРОСОВЕСТНЫХ УЧАСТНИКОВ ВЭД В КАНАДЕ И РОССИИ

Е. А. Бердникова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье проанализированы существующие программы по созданию преимуществ для добросовестных участников ВЭД в России и Канаде. Целью исследования является анализ зарубежного опыта по упрощению таможенных формальностей для определенной категории лиц и стимулированию при помощи данного метода трансграничной торговли, а также оценка возможности внедрения аналогичных методов для развития торговых отношений в России.

Ключевые слова: упрощение таможенных формальностей; стимулирование внешней торговли; добросовестные участники ВЭД; таможенный контроль

Для современного мира характерна все большая глобализация и интеграция стран мира. В связи с современными тенденциями развития международной торговли встает необходимость пересмотра и обновления принципов таможенных органов и таможенных процедур. Стратегией развития ФТС России установлены определенные ориентиры модернизации таможенных органов для содействия развитию международной торговли, а также для ускорения и упрощения прохождения таможенных формальностей. Одним из ориентиров является «создание конкурентных преимуществ для добросовестных участников внешнеэкономической деятельности» [1]. Данное направление развития таможенных органов имеет большое значение в настоящее время, так как в условиях санкций важно обеспечить ускоренное и упрощенное документальное оформление товаров в пунктах пропуска через государственную границу законопослушным участникам ВЭД в целях минимизации затрат зарубежных поставщиков. Данные меры поддержки импортеров позволят привлечь новые иностранные компании на российский рынок, тем самым компенсировав дефицит товаров.

Одной из стран, в которой активно поддерживают добросовестных участников ВЭД, является Канада. Таможенная служба Канады начала реализовывать проекты по созданию конкурентных преимуществ для участников ВЭД с низким уровнем риска в конце XX в., поэтому можно утверждать, что исследуемая страна имеет значительный опыт в упрощении таможенных процедур для категории лиц, участвующих в международной торговле товарами и услугами.

Деятельность в области таможенного дела в Канаде осуществляет Агентство пограничных служб, которое является федеральным правоохранительным органом. Агентство пограничных служб Канады было создано в 2003 г. Оно объединило в себе три ранее существовавших органа в области таможенного регулирования: Таможенные и налоговые органы Канады; Министерство Гражданства и иммиграции Канады; Агентство по инспекции пищевых продуктов [2].

Основными задачами модернизации пограничной службы Канады являются: ликвидация технических барьеров в торговле, сокращение бюрократических процедур при импорте и экспорте товаров, автоматизация таможенных процедур. Направления совершенствования пограничной службы Канады во многом схожи с ориентирами развития ФТС России.

* © Бердникова Е. А., 2023

Программой Канады, созданной для упрощения процедур торговли в отношении добросовестных участников ВЭД, является «Partners in Protection» (PIP), что переводится как «Партнеры по защите». PIP существует с 1995 г. Изначально данная программа была создана с целью обеспечения соблюдения таможенных требований, а в 2008 г. была модернизирована для содействия развитию торговли. Также в 2008 г. государственная программа Канады была объединена с таким государственным органом США, как Таможенно-торговое партнерство по борьбе с терроризмом (С-ТРАТ), которое аналогично PIP [3]. Таким образом, благодаря сотрудничеству пограничных служб государств существенно ускоряется процесс прохождения таможенного контроля на границах для членов программы PIP или С-ТРАТ.

Программа PIP открыта для производителей, экспортеров, импортеров, перевозчиков (автомобильным, воздушным, железнодорожным или морским видами транспорта), экспедиторов, транспортных агентов, таможенных брокеров, операторов складов и т. д.

Основными критериями для членства в «Partners in Protection» являются отсутствие судимостей и существенных нарушений в соответствии с Законом о таможене Канады, соблюдение минимальных требований безопасности, отсутствие задолженностей перед государством и неспящего банкротства, наличие истории трансграничной торговли более чем за 12 месяцев [4]. Из вышеизложенных требований можно сделать вывод, что критериев для регистрации в данной программе немного, поэтому большинство участников ВЭД имеют возможность подать заявку на членство и проходить таможенный контроль на границе в упрощенном виде.

Преимущества членства в программе «Партнеры по защите»:

- 1) получение доступа к оценкам безопасности товаров Агентства пограничной службы Канады;
- 2) признание компании доверенным трейдером;
- 3) присвоение компании низкого уровня риска;
- 4) получение доступа к специализированному portalу Агентства для быстрого внесения изменений в документы;
- 5) возможность подачи заявки на получение льгот и участия в льготных программах;
- 6) участие в программе Свободная и безопасная торговля (FAST);
- 7) ускорение прохождения таможенного контроля на границе Канады и США;
- 8) повышение репутации компании.

Говоря про преимущества участия в программе «Партнеры по защите», необходимо упомянуть и другой проект Агентства пограничных служб Канады, который называется «Free and Secure Trade» (FAST) и переводится как «Свободная и безопасная торговля». Участие в этом проекте доступно при членстве в PIP.

Суть программы FAST заключается в том, что для законопослушных участников ВЭД выделяются отдельные полосы движения для быстрого пограничного оформления. Помимо этого преимущества, участники ВЭД, являющиеся гражданами Канады или США, могут использовать членскую карту FAST в качестве удостоверения личности при въезде в Канаду на автомобильном транспорте [5]. Исходя из вышесказанного, можно заключить, что программа «Свободная и безопасная торговля» позволяет сократить количество документов, необходимых для проведения таможенного контроля.

В рамках программы «Партнеры по защите» реализуется гармонизация в области автомобильных перевозок с С-ТРАТ (США). Гармонизация позволяет компаниям, имеющим право подавать заявки на обе программы, используя один процесс подачи заявок, проходить только одну проверку и иметь единый контактный пункт для адми-

нистрирования своего членства в обеих программах, тем самым упрощая требования к поддержанию статуса членства [4].

Подводя итог, можно отметить, что программа «Partners in Protection» позволяет уменьшить временные затраты участников ВЭД не только при прохождении таможенного контроля в Канаде, но и в США. Помимо этого, сотрудничая вместе, Агентство пограничных служб Канады и компания-партнер разрабатывают совместный план действий, проводят оценки безопасности, участвуют в информационных сессиях и регулярно консультируются [4]. Таможенная служба также рассматривает меры безопасности члена РІР и предоставляет рекомендации, советы или предложения по устранению любых потенциальных проблем.

В России стимулирование торговли путем введения конкурентных преимуществ для законопослушных участников ВЭД только начинает набирать популярность. Так, в 2017 г. была подписана декларация об одобрении и поддержке Хартии добросовестных участников ВЭД [6]. Хартия является документом, в котором установлены формы осуществления внешнеэкономической деятельности, которые признаны добросовестными. Лица, подписавшие Хартию, должны:

- 1) обеспечивать добросовестную оплату всех установленных законом платежей;
- 2) уважать право на интеллектуальную собственность;
- 3) не допускать проявления любых форм коррупции;
- 4) обеспечивать достоверность декларирования;
- 5) выступать против участников ВЭД, которые при ведении бизнеса используют недобросовестные методы.

Таким образом, дано достаточно ясное и подробное описание участников ВЭД, которые могут считаться добросовестными, а также определены их обязанности. Однако на сегодняшний день участие в Хартии не имеет практической пользы для участников ВЭД в части прохождения таможенного контроля, в отличие от ранее проанализированной программы «Партнеры по защите». Вступление в Хартию может лишь повысить репутацию компании и помочь решить спорные вопросы в таможенном законодательстве путем проведения различных мероприятий, упрощения прохождения форм контроля для законопослушных участников ВЭД Хартия не предусматривает, также в документе отсутствуют какие-либо поощрения для подписавших декларацию участников.

Помимо Хартии при оценке добросовестности участников ВЭД необходимо упомянуть приказ Минфина России от 21.02.2020 № 29н, который утверждает порядок проведения категорирования лиц. Данный нормативно-правовой акт разделяет лиц, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, на три категории, а именно категории высокого, среднего и низкого уровней риска. Для оценки используется 31 критерий, с помощью которых оцениваются различные аспекты деятельности участника ВЭД [7]. Категорирование лиц происходит автоматически. В зависимости от группы риска применяются различные меры таможенного контроля [8]. В Приказе лицами, в отношении которых осуществляется категорирование, являются декларанты товаров.

Под категорией низкого уровня риска предполагаются добросовестные участники ВЭД, которые не нарушают таможенное и налоговое законодательство. К примеру, на 01.01.2022 в категорию с низким уровнем риска Федеральной таможенной службой было включено 1 1792 организации, на долю которых пришлось 76 % от всех оформленных в 2021 г. деклараций на товары и 87 % от общей суммы уплаченных таможенных платежей [9].

Таким образом, приказ Минфина № 29н устанавливает требования для участников ВЭД, чтобы сократить количество таможенных формальностей при пересечении границы товарами законопослушных декларантов.

Несмотря на то, что категорирование способствует снижению таможенной нагрузки на добросовестных участников, существуют некоторые недоработки в приказе Минфина № 29н. Например, в соответствии с критерием № 7 «размер уставного капитала лица» устанавливается его принадлежность к высокому, среднему или низкому уровню риска. Однако не прописывается, каким должен быть минимальный размер уставного капитала для отнесения декларанта к низкому уровню риска.

Зарубежный опыт сотрудничества стран в области унификации программ по безопасности и упрощению торговли возможно применить и в рамках Евразийского экономического союза, так как взаимная торговля между странами Союза с каждым годом увеличивается. Например, единообразие применения категорирования лиц в России и Беларуси значительно ускорит прохождение таможенного контроля на границах обоих государств.

В заключение хотелось бы сказать, что в России активно развивается взаимодействие между таможенными органами и бизнесом. Существующие программы по созданию конкурентных преимуществ для участников ВЭД с низким уровнем риска постоянно совершенствуются и обновляются, чтобы повысить скорость совершения таможенных операций.

Список литературы

1. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года : утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 23.05.2020 № 1388-р // Официальный сайт Федеральной таможенной службы. Режим доступа: <https://customs.gov.ru/activity/programmy-razvitiya/strategiya-razvitiya-fts-rossii-do-2030-goda> (дата обращения: 23.11.2022).
2. The (Relatively Short) History Of The CBSA // Clearit Canada. 2022. Режим доступа: <https://clearit.ca/canadian-customs-broker-blog/history-of-the-cbsa> (дата обращения: 23.11.2022).
3. Partners in Protection – Fact Sheet // Canadian Society of Customs Brokers. 2022. Режим доступа: <https://cscb.ca/article/partners-protection-fact-sheet> (дата обращения: 22.11.2022).
4. About Partners in Protection // Canada Border Services Agency. 2022. Режим доступа: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/security-securite/pip-pep/about-apropos-eng.html#a5> (дата обращения: 22.11.2022).
5. Free and Secure Trade // Canada Border Services Agency. 2022. Режим доступа: <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/prog/fast-expres/menu-eng.html> (дата обращения: 22.11.2022).
6. Хартия добросовестных участников внешнеэкономической деятельности // Общественный совет при ФТС России : официальный сайт. 2022. Режим доступа: <https://www.dobro-ved.ru/charter/> (дата обращения: 23.11.2022).
7. Об утверждении порядка проведения категорирования лиц, совершающих таможенные операции, периодичности и формы его проведения, перечня критериев, характеризующих деятельность лиц, совершающих таможенные операции, условий отнесения лиц, совершающих таможенные операции, к категории низкого, среднего или высокого уровня риска, условий дифференцированного применения к ним мер по минимизации рисков, а также порядка проведения контроля за соблюдением критериев лицами, совершающими таможенные операции, отнесенными к категории низкого уровня риска : приказ Минфина России от 21.02.2020 № 29н (ред. от 20.05.2022) // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_352994/?ysclid=laybx2bxow122346455 (дата обращения: 21.11.2022).

8. Смирнов В. В. Оценка добросовестности участника внешнеэкономической деятельности в контексте концепции корпоративной социальной ответственности // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала РТА. 2021. № 2 (78). С. 100–103. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46198401> (дата обращения: 23.11.2022).

9. Демакова Е. А., Демина Л. Н., Меньшикова В. К. и др. Проблемы таможенного контроля объектов интеллектуальной собственности в условиях легализации параллельного импорта // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2022. № 7. С. 104–109 (дата обращения: 26.11.2022).

УДК 339.5

РОЛЬ ТАМОЖЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПЕЙ

Е. Д. Буковец, Т. В. Комарницкая, В. А. Прокудина*

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н. Н. Еронкевич

Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал Иркутского государственного университета путей сообщения, г. Красноярск

Аннотация. В статье представлены ключевые проблемы, с которыми сталкивается таможенная служба в результате изменения грузопотоков с Запада на Восток. Даны проектные решения, помогающие адаптироваться к новым условиям участникам логистических цепей.

Ключевые слова: грузопоток; экспорт; импорт; таможенная служба

В современных условиях экономика России претерпевает большое количество изменений благодаря введенным санкциям ряда стран устойчивые деловые связи разрываются в бизнес-среде. В связи с чем бизнесу приходится искать новых партнеров, а значит, как правило, и менять направления грузопотоков, что в свою очередь ведет и к изменению интенсивности работы различных таможенных органов.

Итак, за 2021 г. российский внешнеторговый оборот достиг 789,4 млрд долл. (вырос на 37,9 % год к году, 2020), или 59,2 трлн руб. Экспорт России в 2021 г. вырос на 45,7 % год к предыдущему году и составил 493,3 млрд долл. США [1]. Рост экспорта был обеспечен в основном за счёт увеличения стоимости топливно-энергетических товаров. Рост российского импорта в 2021 г. в стоимостном выражении составил 26,5 %. Импортировались преимущественно машины, оборудование и аппаратура, продукция химической промышленности, транспорт, металлы и изделия из них, пластмассы, каучук и резина. Таким образом, намечалось восстановление экономики после ковидного периода. При этом стоит обратить внимание на структуру импорта по странам в процентном соотношении (рис. 1): около 30 % импортеров являются недружественными для РФ на данный момент, их страны ввели ряд санкций, ограничивающих торговое сотрудничество по разным отраслям.

* © Буковец Е. Д., Комарницкая Т. В., Прокудина В. А., 2023

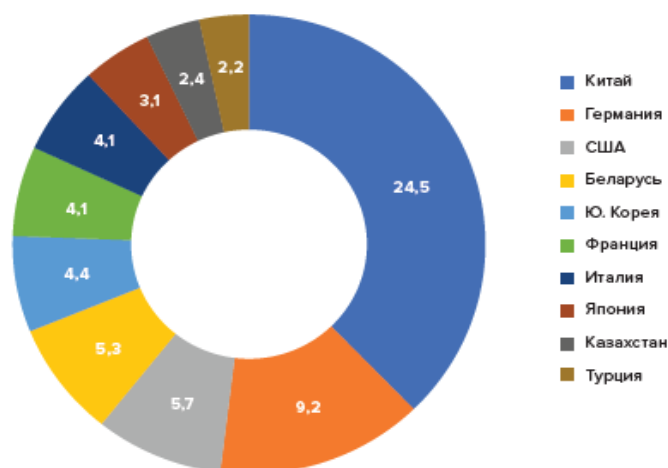


Рис. 1. Структура импорта России в 2021 г. в стоимостном выражении по странам (% соотношение) [2]

Резкое снижение взаимодействия Европейского союза с Российской Федерацией в сфере торговли и производства привело к развороту грузопотоков с северо-западного направления на юг и восток. В связи с чем можно наблюдать увеличение контейнерных перевозок из Китая в Россию на 177 %. Однако разворот грузов привел к оголению слабых мест, таких как недостаточность инфраструктуры и на восточном, и на южном направлениях, неразвитость погранпереходов, нехватка российского парка контейнеров, а также финансовые сложности.

Рассмотрим более подробно ключевые проблемы, которые можно выделить.

1. Неразвитость инфраструктуры пограничных таможен на восточном направлении. В связи с увеличением грузопотока возникло несоответствие у восточных и южных пограничных таможен пропускной способности запросу современной экономики (рис. 2), что также усугубляется периодическими локдаунами с китайской стороны. Так, перевозки со странами ЕС снижаются, в частности, число заявок на перевозки из Литвы сократилось на 41 %, а из Финляндии – на 57 % [2], кратное снижение наблюдается и по другим странам.

Товарооборот с Европейскими странами обслуживался в основном Северо-Западным, Центральным таможенными управлениями, а также таможенными, непосредственно подчиненными ФТС России, что в совокупности включало 255 таможенных постов [3], где равномерно были распределены грузопотоки, а значит скорость обработки заявок и пропускная способность их была на достаточно высоком уровне, что позволяло предприятиям успешно вести предпринимательскую деятельность не снижая свою деловую активность, и обеспечивая бюджет РФ ритмичными поступлениями, в виде таможенных пошлин и сборов. Но из-за перестройки логистических цепей почти весь данный поток был перенаправлен на другие таможенные управления, такие как Дальневосточное, Сибирское и Южное, включающие в себя 173 таможенных пункта, которые и так работали ритмично, обслуживая стандартные грузопотоки. Таким образом, достаточно большой грузопоток хлынул на таможенные посты, которых по количеству на 33 % меньше, тех постов, которые ранее обслуживали данный грузопоток, не говоря уже о пропускной способности, наличия современных технологий и самого размера штата работников таможенных управлений. В связи с чем на сегодняшний день можно наблюдать сложности при въезде в Китай, где возникают очереди, которые оказывают существенное влияние на транзитные сроки и формирование тарифов. При этом локальные локдауны в Китае приводят к серьезным задержкам в отгрузках това-

ров и таможенном оформлении, что впоследствии формирует заторы на железнодорожных станциях, погранпереходах и в портах РФ.

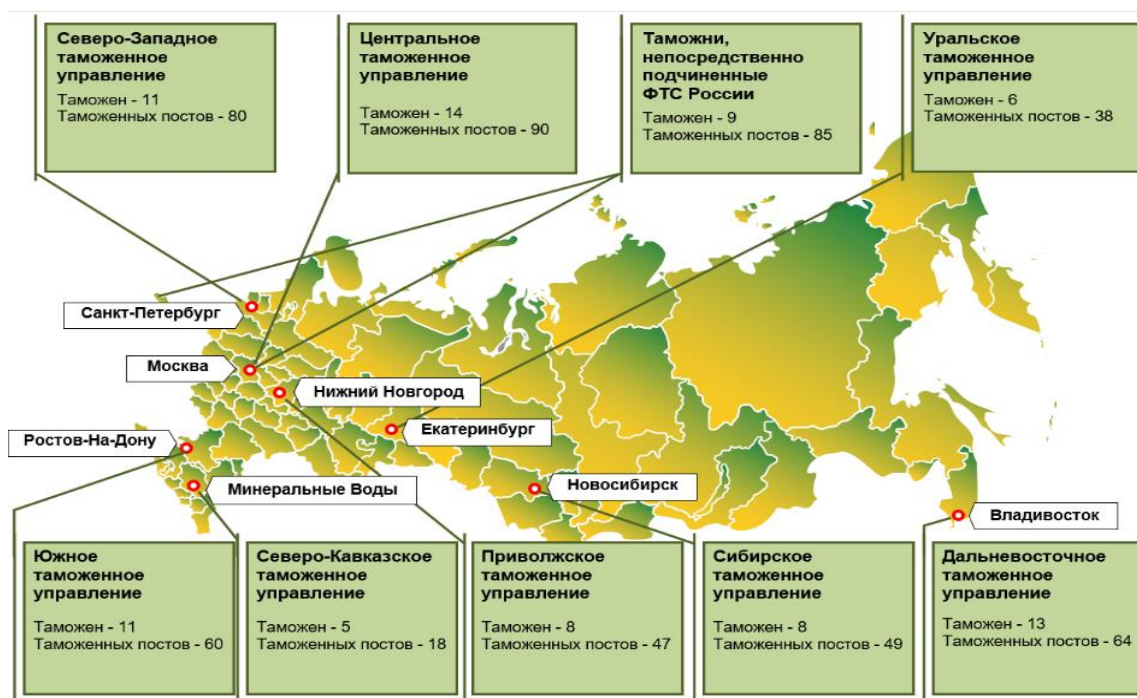


Рис. 2. Схема размещения региональных таможенных управлений [3]

Так, функционирование таможенного поста МАПП «Забайкальск» осуществляется с различными сложностями из-за мер противопандемической безопасности в КНР, а также из-за различных сбоев в связи с внедрением пропуска по электронной очереди.

Также напряженная ситуация наблюдается в морских портах Дальнего Востока, где рост грузопотока увеличился вдвое. Стоит отметить, что Дальневосточное таможенное управление в большей степени взаимодействует с морскими портами. Помимо этого, вместе с грузопотоком увеличилось количество новых участников как российских, китайских, так и корейских судоходных компаний, которые организуют регулярные морские международные сервисы, фрахтуя контейнеровозы на спотовом рынке или приобретая их в собственность. Из-за того, что направления грузопотоков переориентировались и высокой нагрузки на дальневосточные порты, ожидание разгрузки в любом из дальневосточных портов занимает до 30 дней. Но мало разгрузить, для таможенных досмотров не хватает открытых площадок, кроме того, недостаточно железнодорожных платформ, чтобы вывести груз из порта, что как раз и указывает на неразвитость и не готовность к такой ситуации Дальневосточного таможенного управления. В итоге только срок морской перевозки из Китая в Россию может достигать 60 дней [1]. Если отправлять груз по суше, то ему придется преодолеть девять пограничных таможен между Россией и Китаем, в которых пропускная способность каждого не более 40 грузовиков в сутки, что негативно влияет на экономику страны в целом.

2. Несбалансированность контейнерной логистики в стране. Так в Северо-Западном бассейне контейнерная логистика снизилась на 61 % за 10 месяцев 2022 г. И напротив, значительное увеличение можно наблюдать в рамках Дальневосточного бассейна, где рост составил 19 % за последние 10 месяцев этого года, включая возрастание на 33 % контейнерной логистики в октябре 2022 г. по сравнению с сентябрем [1].

Представленный поворот контейнерной логистики на восточное направление спровоцировал возникновение различного рода технических и технологических проблем на Восточном полигоне. Анализируя, общий объем грузопотока из/в направлении Восточного полигона, стоит отметить, что он увеличился на 7,2 % к прошлому году. При этом отмечается тенденция повышения несбалансированности исходящих и входящих грузовых потоков страны. Так, на сегодняшний день импортный поток из стран АТР превышает экспортный поток на 23 %. Вследствие данного дисбаланса можно выделить целый ряд проблем. В первую очередь, стоит отметить такую негативную тенденцию, как резкое увеличение количества брошенных поездов, из-за невозможности своевременно пройти таможенный контроль, так как загрузка терминальных мощностей на Дальнем Востоке превышена на 90 % [2]. За счет дисбаланса растет сток контейнеров в дальневосточные порты, что крайне негативно влияет на предпринимательскую активность предприятий и организаций, а значит, как следствие, снизятся потенциальные доходы федерального бюджета России.

Таким образом, можно заключить, что самым важным и продуктивным решением всех этих проблем станет:

- обеспечение современным оборудованием и программным обеспечением Восточного полигона для ускорения согласования заявок. Помимо этого, можно сформировать единое цифровое пространство с нашими ключевыми зарубежными партнерами с целью ускорения согласования заявок, которое в первую очередь будет включать утверждение правил согласования заявок на перевозку грузов как в направлении дальневосточных портов и сухопутных пограничных таможен, так и в обратном направлении;

- балансировка экспортно-импортных потоков через рост количества отправляемых в экспорте поездов на Дальний Восток. При этом дополнительным решением будет являться разрешение на погрузку контейнеров в полувагоны, что увеличит скорость разгрузки;

- диверсификация экспортно-импортных потоков через территорию РФ, т. е. необходимо развивать порты Дальнего Востока, но и другие таможенные посты, в частности, речь идет о таможенном poste Забайкальск. Также важной новой точкой в организации продвижения контейнеропотоков является пост Нижнеленинское – Тунцзян.

Подытоживая, следует отметить, какую важную роль играют таможенные органы, благодаря которым не только может улучшаться деловая активность предприятий, за счет увеличения пропускной скорости грузопотока, но и, как следствие, они влияют на размер и частоту поступлений потенциальных доходов бюджета страны, что указывает на важность и оперативность устранения рассмотренных проблем.

Список литературы

1. Внешняя торговля России : сайт. Режим доступа: <https://russian-trade.com>.
2. Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации. Режим доступа: <https://mintrans.gov.ru>.
3. Официальный сайт Федеральной таможенной службы. Режим доступа: <https://customs.gov.ru>.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ И МЕТАЛЛОВ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС

К. И. Войтович, В. К. Меньшикова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной статье проведено исследование особенностей перемещения драгоценных камней и металлов через таможенную границу Евразийского экономического союза. Оценена динамика изменения объемов ввоза и вывоза драгоценных камней и металлов в Российской Федерации за период с 2017 по 2021 г.

Ключевые слова: драгоценные камни; драгоценные металлы; таможенная граница; Евразийский экономический союз; порядок перемещения

Драгоценные камни и металлы являются особой категорией товаров, имеющей особый порядок перемещения через таможенную границу Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС). С точки зрения таможенного дела, камни и металлы, отнесенные законодательством к категории драгоценных, имеют свои отличительные особенности, которые обусловлены уникальностью данных товаров, их высокой ценностью и стоимостью, необходимостью обеспечения особого контроля за их перемещение и сохранностью.

На данный момент дефиниции терминов «драгоценные камни» и «драгоценные металлы» закреплены Федеральным законом Российской Федерации «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» от 26.03.1998 № 41-ФЗ [1]. Термин «драгоценные камни» включает в себя минералы природного происхождения, под термином «драгоценные металлы» понимаются золото, серебро, а также некоторые металлы из платиновой группы, в числе которых рутений, иридий, осмий, палладий и родий [1].

Последние годы изменение объемов камней и металлов, относящихся к драгоценным и перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС, имеет исключительно положительную тенденцию. Объемы ввоза драгоценных камней и металлов в Российскую Федерацию в натуральном выражении за 2017–2021 гг. продемонстрированы на рис. 1.

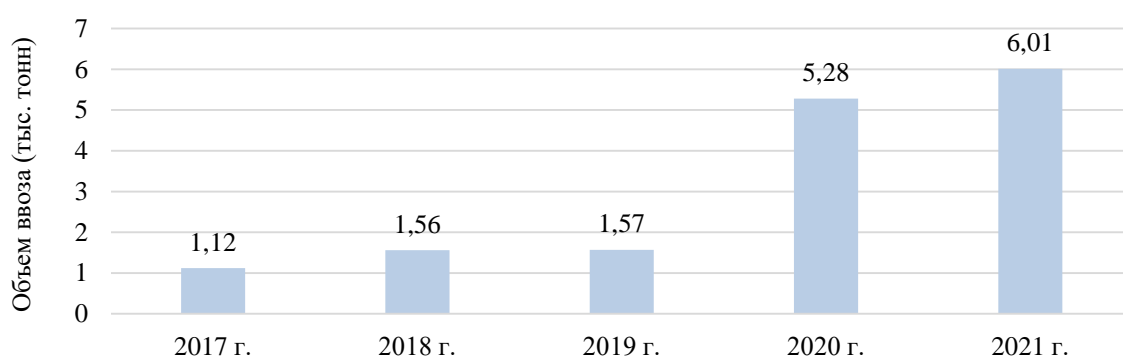


Рис. 1. Объемы ввоза драгоценных камней и металлов в Российскую Федерацию в натуральном выражении за 2017–2021 гг. [2]

За выбранный временной интервал объём ввоза в Российскую Федерацию камней и металлов, относящихся к драгоценным, в натуральном выражении увеличился

* © Войтович К. И., Меньшикова В. К., 2023

с 1,12 тыс. до 6,01 тыс. тонн. При этом необходимо отметить, что в 2020 г. пандемия коронавирусной инфекции существенно затормозила экономику Российской Федерации и мира в целом, однако наиболее существенное увеличение объема ввоза драгоценных камней и металлов произошло именно в данный временной интервал.

Объемы вывоза драгоценных камней и металлов из Российской Федерации в стоимостном выражении в 2017–2021 гг. стабильно увеличивались. За рассмотренный промежуток времени данный показатель вырос на 22,29 %.

Объемы вывоза драгоценных камней и металлов из Российской Федерации в натуральном выражении за 2017–2021 гг. наглядно представлены на рис. 2.

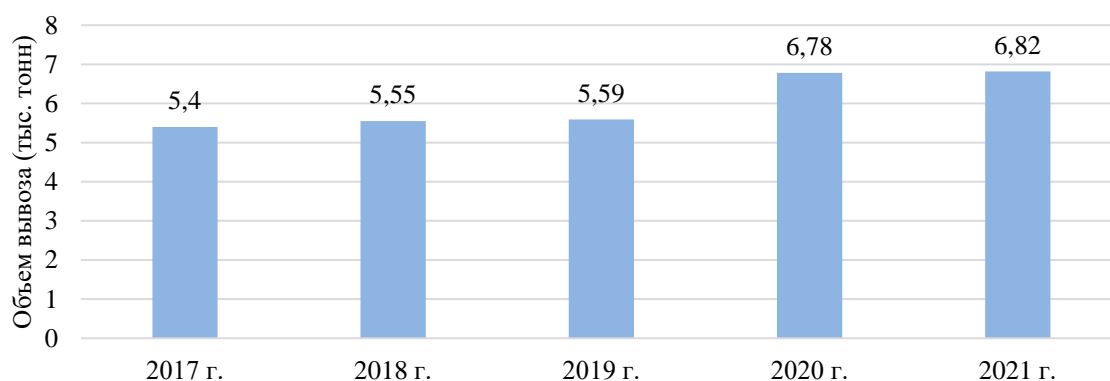


Рис. 2. Объемы вывоза драгоценных камней и металлов из Российской Федерации в натуральном выражении за 2017–2021 гг. [2]

Вместе с увеличением объемов ввоза и вывоза драгоценных камней и металлов планомерно увеличивается и частота случаев незаконного перемещения данных товаров через границу Российской Федерации. На рис. 3 изображена динамика незаконного перемещения драгоценных камней и металлов за 2017–2021 гг. в натуральном выражении. Представленная динамика свидетельствуют о том, что объем незаконного перемещения камней и металлов, относящихся к драгоценным, за период с 2017 по 2021 г. возрос на 31,25 %.

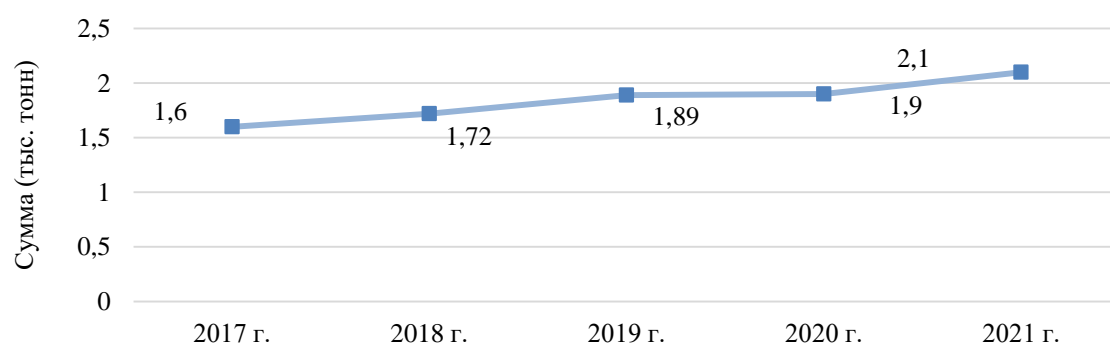


Рис. 3. Динамика незаконного перемещения драгоценных камней и металлов за 2017–2021 гг. в натуральном выражении [3]

Таможенные органы Российской Федерации осуществляют достаточно эффективную деятельность по пресечению преступлений, связанных с незаконным перемещением драгоценных камней и металлов. Например, в 2022 г. должностными лицами Московской областной таможни был своевременно предотвращён факт незаконного

вывоза с территории Российской Федерации сплавов золота и палладия. Сотрудниками таможенного органа было установлено, что правонарушитель пытался незаконно вывезти в Турцию драгоценные металлы, сокрытые в блоках питания для компьютеров. Общий вес обнаруженных сплавов драгоценных металлов составил порядка 4 кг [3].

В связи с тем, что драгоценные камни и металлы являются частым предметом правонарушений, перемещение их через таможенную границу сопряжено с рядом достаточно строгих требований.

В настоящее время порядок перемещения камней и металлов, относящихся к драгоценным, через таможенную границу ЕАЭС определяется Решением Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21.04.2015 № 30 «О мерах нетарифного регулирования» [4].

Перемещение драгоценных камней и металлов через таможенную границу ЕАЭС имеет свои характерные особенности, которые отличают данную категорию товаров от других.

Первой особенностью перевозки драгоценных камней и металлов является то, что законодательством на данный момент ограничен перечень лиц, которые имеют право на перемещение данных товаров через таможенную границу ЕАЭС. Указанным правом обладают юридические и физические лица – индивидуальные предприниматели. При этом важным условием является то, что данные лица должны стоять на специальном учете в Федеральной пробирной палате.

На текущий момент законодательством не ограничивается вид транспорта, с помощью которого драгоценные камни и металлы могут быть перемещены через таможенную границу. Перемещение данного вида товаров возможно путем использования следующих видов транспорта: железнодорожного, водного, воздушного или с помощью специализированных бронированных автомобилей. При этом достаточно строгие требования выдвигаются касательно оснащения транспорта, предназначенного для перемещения драгоценных камней и металлов. В частности, перемещение рассматриваемых товаров через таможенную границу возможно при наличии вооруженной охраны. Помимо этого, транспортные средства, предназначенные для перемещения драгоценных камней и металлов через таможенную границу, должны быть оснащены таким образом, чтобы обеспечивалась безопасность данных товаров и исключалась возможность их утраты, кражи или порчи. Транспортные средства, служащие для перевозки драгоценных камней и металлов, должны быть обеспечены специальными техническими средствами защиты (например, средствами охраны, связи и сигнализации). Однако необходимо подчеркнуть, что действующее законодательство предусматривает отсутствие вооруженной охраны и технических средств защиты при условии, что собственником были приняты все необходимые меры по обеспечению сохранности данных товаров.

Перевозка камней и металлов, относящихся к драгоценным, через границу осуществляется при предъявлении акта государственного контроля, что также является отличительной особенностью перемещения данной категории товаров. Государственный контроль ввозимых драгоценных камней и металлов осуществляется непосредственно при проведении таможенного контроля. В случае вывоза данных товаров государственный контроль может быть проведен при проведении таможенного контроля или же до предъявления драгоценных камней и металлов таможенному органу. При проведении государственного контроля камней и металлов, являющихся драгоценными, определяется законность происхождения данных товаров; устанавливается наличие права экспорта данных товаров у участника ВЭД; проверяется соответствие товара данным, указанным в сопроводительной документации; проверяется стоимость товаров при вывозе [2].

Результаты государственного контроля, проведенного в отношении драгоценных камней и металлов, подтверждаются соответствующим актом. Акт государственного контроля содержит важные сведения о драгоценных камнях и металлах, в числе которых наименование товара, количество, масса в чистоте драгоценных металлов, контрактная стоимость. Указанный акт выдается Федеральной пробирной палатой.

Ещё одной особенностью перемещения камней и металлов, относящихся к драгоценным, через таможенную границу ЕАЭС является то, что данные товары помещаются под таможенные процедуры исключительно на таможенных постах, обладающих соответствующей компетенцией. Данные таможенные посты именуются специализированными (категоризованными). Исключением являются лишь таможенные процедуры транзита и реэкспорта. Перечень специализированных таможенных постов определен приказом ФТС России от 12.05.2011 № 971 «О компетенции таможенных органов по совершению таможенных операций в отношении драгоценных металлов и драгоценных камней» [5].

Следующей особенностью перемещения изучаемой категории товаров через таможенную территорию ЕАЭС является то, что должностные лица специализированных постов таможенных органов осуществляют помещение данных товаров под различные таможенные процедуры при обязательном участии государственных контролеров Федеральной пробирной палаты.

После выпуска драгоценных камней и металлов в обязательном порядке осуществляется их клеймение, что является еще одной особенностью перемещения данных товаров. Под клеймением в данном случае понимается нанесение государственного клейма уполномоченным органом [2]. Клеймение драгоценных камней и металлов на текущий момент относится к компетенции Пробирной палаты Российской Федерации.

При вывозе драгоценных камней и металлов с таможенной территории ЕАЭС предусмотрен аналогичный порядок. Единственным отличием в данном случае будет являться то, что при осуществлении вывоза драгоценных камней и металлов не требуется помещение данных товаров на склад временного хранения.

Перемещение драгоценных камней и металлов через таможенную границу ЕАЭС сопряжено с рядом проблем, в числе которых:

- 1) целенаправленное занижение участником ВЭД таможенной стоимости камней и металлов, относящихся к драгоценным, для снижения величины ставки таможенной пошлины; Возможным решением данной проблемы на текущий момент является модернизация и развитие различных методик оценки стоимости драгоценных камней и металлов;

- 2) перемещение через таможенную границу контрафактных ювелирных изделий, содержащих драгоценные камни и металлы. Недобросовестные участники ВЭД зачастую осуществляют перемещение контрафактных ювелирных изделий через таможенную границу с целью получения прибыли. Решение данной проблемы видится в более активном взаимодействии между правообладателями и таможенными органами.

Подводя итог проведенному исследованию, хотелось бы сказать, что перемещение камней и металлов, относящихся к категории драгоценных, через таможенную границу на сегодняшний день имеет важное значение. Особенности перемещения драгоценных камней и металлов связаны в том, что данные товары обладают значительной ценностью и имеют высокую стоимость, что предопределяет необходимость применения в отношении них особо порядка перемещения через таможенную границу. Ввозу и вывозу данных товаров уделяется пристальное внимание со стороны таможенных органов Российской Федерации, поскольку данные товары представляют особую значимость для экономики государства.

Список литературы

1. О драгоценных металлах и драгоценных камнях : Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/901704628> (дата обращения: 22.11.2022).
2. Афонин Д. Н. Особенности таможенного контроля при перемещении через таможенную границу ЕАЭС драгоценных камней и драгоценных металлов // БИТ. 2022. № 2. С. 78–86.
3. Тимошенко В. И. К вопросу о нелегальном перемещении драгоценных металлов и камней через границу // Таможенный вестник. 2022. № 2. С. 110–119.
4. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 21.04.2015 № 30 «О мерах нетарифного регулирования» // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_178556 (дата обращения: 21.11.22).
5. О компетенции таможенных органов по совершению таможенных операций в отношении драгоценных металлов и драгоценных камней : приказ ФТС России от 12.05.2011 № 971 // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/901704628> (дата обращения: 22.11.2022).

УДК 339.543

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СИБИРСКОГО ТАМОЖЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ РОССИИ

А. А. Горнасталева, Е. А. Зайченко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье проанализированы результаты правоохранительной деятельности Сибирского таможенного управления Федеральной таможенной службы России. Выявлены проблемы и причины снижения возбуждаемых дел в отдельных таможнях управления. Дана всесторонняя характеристика выявленных правонарушений и преступлений.

Ключевые слова: Федеральная таможенная служба России; Сибирское таможенное управление; правоохранительная деятельность; административные правонарушения; уголовные преступления

Таможенные органы Российской Федерации, являясь субъектом правоохранительной деятельности на основании ст. 354 Таможенного кодекса Евразийского экономического союза, противодействуют преступлениям в сфере таможенного дела и способствуют выполнению задач по формированию бюджета страны, возложенных на Федеральную таможенную службу, выявляют и пресекают контрабанду наркотических средств, оружия и продукции военного назначения, предметов художественного, исторического и археологического достояния.

Правоохранительная деятельность ФТС России – это каждодневная кропотливая трудоемкая работа по выявлению и предотвращению угроз экономической безопасно-

* © Горнасталева А. А., Зайченко Е. А., 2023

сти страны, выполнение которой возложено на специализированные подразделения таможенных органов. Основными их задачами являются выявление, предупреждение, пресечение и раскрытие противоправных деяний, отнесенных к компетенции ведомства.

Реализуются они в форме осуществления оперативно-розыскной деятельности, производства дознания и неотложных следственных действий по уголовным делам, отнесенным к компетенции таможенных органов, производства по делам об административных правонарушениях. Таможенные органы осуществляют предварительное следствие по пяти статьям УК РФ на основании ст. 151 УПК РФ (ч. 1 ст. 193, ч. 1 ст. 193.1, ч. 1, ч. 2 ст. 194, ч. 1 ст. 200.1, ч. 1 ст. 200.2) и неотложных следственных действий по 13 статьям УК РФ на основании п. 3 ч. 2 ст. 157 УПК РФ.

Данная тема является актуальной, поскольку вопросы оценки эффективности правоохранительной деятельности таможенных органов обусловлены их значением в определении целей, направлений и средств для дальнейшего выполнения возложенных на таможенные органы функций как можно эффективнее. Переходя к анализу правоохранительной деятельности Сибирского таможенного управления, в первую очередь следует обратиться к общей статистике возбужденных дел. Итак, с января по сентябрь 2022 г. таможенными органами региона возбуждено 192 уголовных дела (далее – УД) и 11 174 дела об административных правонарушениях (далее – дела об АП). За аналогичный период прошлого года (далее – АППГ) 10 326 дел об АП и 184 уголовных дела. Количество возбужденных дел об АП в сравнении с АППГ увеличилось на 848 дел или на 8 %, а количество УД в сравнении с АППГ уменьшилось на 4,2 % [1; 2]. Распределение дел об АП по таможенным органам региона представлено в табл. 1.

Снижение количества возбужденных дел об АП отмечается в Кемеровской (на 35 %, или 491 дело), Иркутской (на 17 %, или 358 дел) и Омской (на 7 %, или 75 дел) таможнях. Основными причинами спада количества возбужденных дел об АП в указанных таможенных органах являются объективные обстоятельства: возбуждение за 9 месяцев 2021 г. ряда серийных дел в Кемеровской, Иркутской и Омской таможнях.

Таблица 1

Количество возбужденных дел об АП с распределением по таможням региона

Таможня	Возбуждено дел об АП за 9 мес. 2021 г.	Возбуждено дел об АП за 9 мес. 2022 г.	Динамика
Алтайская	1 901	1 927	+26 (+1 %)
Иркутская	2 071	1 713	-358 (-17 %)
Кемеровская	1 414	923	-491 (-35 %)
Красноярская	1 658	2 934	+1 276 (+77 %)
Новосибирская	1 850	1 973	+123 (+7 %)
Омская	1 078	1 003	-75 (-7 %)
СЭТ	279	652	+373 (+134 %)
СОТ	75	49	-26 (-35 %)
Итого:	10 326	11 174	+848 (+8 %)

Кроме того, в Иркутской таможне в рассматриваемом периоде снизилось количество дел об АП, предметом правонарушения по которым являются товары товарной позиции 4403 ТН ВЭД ЕАЭС (в т. ч. грубо окантованные лесоматериалы). Данное обстоятельство обусловлено тем, что с 01.01.2022 вступило в силу Постановление Правительства Российской Федерации «О ставках вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза» от 27.11.2021 № 2068, в соответствии с которым в отношении товара брус толщиной не менее 100 мм и шириной не менее 100 мм установлена

ставка вывозной таможенной пошлины в размере 200 евро за 1 м³. В связи с установлением высокой вывозной таможенной пошлины снизился экспорт указанной категории товаров, что привело к снижению количества объектов таможенного контроля и, как следствие, снижению количества возбужденных дел об АП в отношении грубо брусованных лесоматериалов по ст. 16.2 КоАП РФ [3].

Также с 01.01.2022 вступило в силу Постановление Правительства РФ от 20.06.2021 № 1225, в соответствии с которым определены пункты пропуска через государственную границу Российской Федерации для убытия с территории Российской Федерации товаров, классифицируемых в товарной позиции 4403 ТН ВЭД ЕАЭС. Данные изменения являются причиной снижения в Иркутской таможне дел об АП по ч. 1 ст. 19.4 КоАП РФ, поскольку произошло уменьшение количества назначенных форм таможенного контроля (таможенный осмотр/досмотр) в отношении товаров группы 4403 ТН ВЭД ЕАЭС [4; 5].

Товарный аспект административных правонарушений, представленный на рис. 1, позволяет сказать, что за 9 месяцев 2022 г. основными предметами административных правонарушений, как и за 9 месяцев 2021 г., продолжают оставаться товары 44 группы ТН ВЭД ЕАЭС (древесина и изделия из нее) – 1 502 дела об АП (АППГ – 1 868 дел об АП) и группы 24 (табак и промышленные заменители табака) – 1 318 дел об АП (АППГ – 894 дела об АП), поскольку древесина является основой всего экспортного потенциала Сибирского федерального округа и России в целом.

Что касается УД, то нужно сказать, что наиболее часто уголовные дела в регионе возбуждались в связи с контрабандой древесины и уклонением от уплаты таможенных платежей при экспорте леса – всего 58 дел, это на треть меньше уровня прошлого года, причина та же, что и по делам об АП [6].

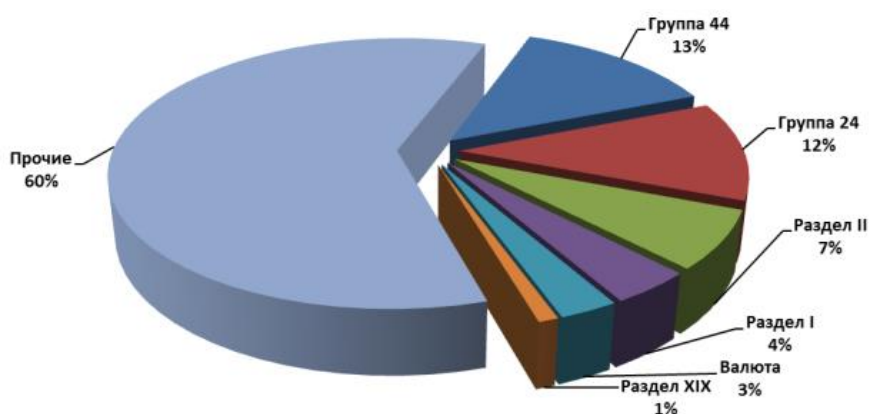


Рис. 1. Товарный аспект административных правонарушений

Большая часть уголовных дел, связанных с контрабандой древесины, приходится на Красноярскую (17), Иркутскую (14) и Алтайскую таможни (13). В отношении участников организованных преступных групп возбуждено 7 уголовных дел, при этом все – Иркутской таможней. Правоохранительные подразделения и мобильные группы сибирских таможен предотвратили контрабанду свыше 12 тысяч кубометров древесины стоимостью более 150 млн руб. [1; 2]

Помимо древесины таможенники предотвратили вывоз почти 160 тонн дизельного топлива и более 18 тонн цист артемии. Уголовные дела возбуждены Омской и Алтайской таможнями.

С начала 2022 г. таможенными органами Сибири возбуждено 12 уголовных дел в связи с незаконным выводом за рубеж валюты. Выявлен нелегальный перевод на сче-

та нерезидентов свыше 245 млн руб. По фактам незаконного образования фирм-однодневок, связанных с такими преступлениями, возбуждены еще 63 уголовных дела.

По фактам валютных нарушений возбуждено 1,2 тыс. дел об административных правонарушениях. Из них 78 дел приходится на нарушения правил перемещения валюты пассажирами международных авиарейсов. Количество таких дел возросло в полтора раза в связи с введением с 1 марта 2022 г. запрета на вывоз из России валюты свыше 10 тыс. долл. [7]

С начала года таможами Сибири возбуждено 29 уголовных дел, связанных с контрабандой наркотиков, психотропных и сильнодействующих веществ, в т. ч. по фактам задержания более 1,1 тонны сушеной травы гармалы, содержащей наркотик гармин. Предотвращены ввоз и распространение около 6 кг запрещенных веществ. Наиболее часто их контрабанда пресекалась в Омской (8) и Новосибирской (6), Кемеровской (4) областях и в Красноярском крае (5) [5].

Еще одним важным фактором при оценке эффективности правоохранительной деятельности является количество дел об АП, которые были прекращены производством по определенным статьям КоАП. Так, в рассматриваемом периоде 2022 г. в два раза снизилось количество дел об АП, прекращенных производством в порядке ст. 28.9, 29.9 КоАП РФ (44 дела об АП, в АППГ – 90). Доля дел об АП указанной категории от общего количества рассмотренных дел составила 0,4 %. Наибольшее количество прекращенных дел об АП за 9 месяцев 2022 г. наблюдается в Красноярской (12), Кемеровской (8), и Новосибирской (7) таможах, что хорошо видно в табл. 2.

По результатам сбора и анализа статистических показателей правоохранительной деятельности СТУ ФТС России можно сделать вывод о том, что приоритетным направлением правоохранительной деятельности, учитывая специфику региона, является борьба с контрабандой из леса и лесоматериалов, и управление достигает определенных высоких показателей. Причины снижения некоторых показателей по отдельным таможам являются вполне адекватными, а количество прекращенных дел наоборот уменьшилось, что показывает положительную динамику, поэтому правоохранительная деятельность не снижает своих показателей в целом по управлению и является эффективной.

Таблица 2

Анализ прекращенных дел об АП с распределением по таможам региона

Таможня	Всего принято решений по делам об АП		Всего прекращено дел об АП		В % к общему количеству принятых решений		Прекращено в порядке ст. 28.9 КоАП РФ, % к общему количеству прекращенных		Прекращено в порядке ст. 29.9 КоАП РФ, % к общему количеству прекращенных	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Алтайская	1775	1767	3	4	0,2	0,2	1/33	3/75	2/67	1/25
Иркутская	1650	1522	21	4	1,3	0,3	7/33	0	14/67	4/100
Кемеровская	1278	944	26	8	2,0	0,8	9/35	5/63	17/65	3/37
Красноярская	1490	2937	14	12	0,9	0,4	5/36	5/42	9/64	7/58
Новосибирская	1480	1837	11	7	0,7	0,4	1/9	2/29	10/91	5/71
Омская	1072	980	12	4	1,1	0,4	0	1/25	12/100	3/75
СЭТ	419	843	3	4	0,7	0,5	1/33	1/25	2/67	3/75
СОТ	69	42	0	1	0	2,4	0	0	0	1/100
Итого:	9233	10872	90	44	1,0	0,4	24/27	17/39	66/73	27/61

Список литературы

1. Сибирское таможенное управление. Результаты правоохранительной деятельности Сибирской оперативной таможни и таможен региона за 9 месяцев 2022 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stu.customs.gov.ru> (дата обращения: 25.11.2022).
2. Зайченко Е. А., Бондарева А. В., Петренко Е. В. Применение мобильных групп таможенных органов в целях предотвращения незаконного ввоза товаров на территорию Российской Федерации // *Логистические системы в глобальной экономике*, 2021. № 11. С. 151–155.
3. О ставках вывозных таможенных пошлин на товары, вывозимые из Российской Федерации за пределы таможенной территории Евразийского экономического союза : Постановление Правительства РФ от 27.11.2021 № 2068 (ред. от 08.09.2022) // СПС «Альта-Софт». Режим доступа: <https://www.alt.ru> (дата обращения: 25.11.2022).
4. Об определении пунктов пропуска через государственную границу Российской Федерации для убытия с территории Российской Федерации товаров, классифицируемых в товарной позиции 4403 Единой товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза, и о внесении изменения в постановление Правительства Российской Федерации от 15.07.2010 № 52 : Постановление Правительства РФ от 20.06.2021 № 1225 // СПС «Альта-Софт». Режим доступа: <https://www.alt.ru> (дата обращения: 25.11.2022).
5. Уголовный кодекс Российской Федерации : Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 24.09.2022) // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.11.2022).
6. О дополнительных временных мерах экономического характера по обеспечению финансовой стабильности Российской Федерации : Указ Президента Российской Федерации от 01.03.2022 № 811225 // СПС «Альта-Софт». Режим доступа: <https://www.alt.ru> (дата обращения: 25.11.2022).
7. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : Федеральный закон от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 04.11.2022, с изм. от 24.11.2022) // СПС «КонсультантПлюс». Режим доступа: <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.11.2022).

УДК 339.5

ЭВОЛЮЦИЯ ПАРАЛЛЕЛЬНОГО ИМПОРТА КАК ИНСТРУМЕНТА ЗАЩИТЫ ИНТЕРЕСОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Г. Н. Григальчик, Е. А. Демакова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. История легализации параллельного импорта, т. е. ввоза продукции на территорию страны сбыта без разрешения правообладателя, длится в России уже более 10 лет. В статье рассмотрена эволюция параллельного импорта в России с точки зрения национального законодательства. Рассмотрены возможные полезные эффекты параллельного импорта после его легализации.

* © Григальчик Г. Н., Демакова Е. А., 2023

Ключевые слова: товарный знак; параллельный импорт; защита национальной экономики

Информационными представителями называют распространителей продукции промышленных предприятий в других странах. Им поручено продавать продукцию, обособленную товарным знаком владельца, на установленной территории. Во многих случаях дистрибьюторы выступают доверенным лицом правообладателя.

Параллельный импорт – это перемещение оригинальных продуктов, маркированных товарным знаком с позволения и одобрения правообладателя, декларантами, не имеющими разрешительных документов правообладателя относительно ввоза товаров в данную страну. Параллельный импорт осуществляется через альтернативные каналы, не подразумевающие взаимодействия с официальными дистрибьюторами компании [1]. По сути, параллельный импорт реализуется на основе принципа исчерпания исключительного права товарного знака, т. е. потере владельцем своего права контролировать оборот маркированных товарным знаком товаров в другой стране или объединении стран. При этом в международном праве существуют три принципа (режима) исчерпания права (рис. 1).

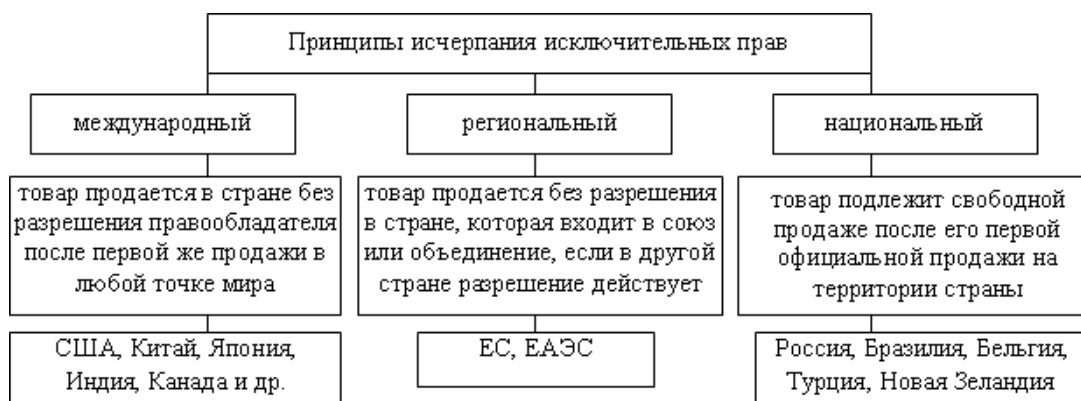


Рис. 1. Принципы исчерпания исключительного права

Роль параллельных поставок заключается в том, что оригинальные товары поставляются на территорию страны без разрешения правообладателей. Дело в том, что речь идет не обо всех товарах, а лишь об определенных товарных знаках. Это только те товары, которые защищены товарными знаками, зарегистрированными в России. Таким образом, параллельный импорт – это не ввоз подделки или контрафактной продукции. Это «оригинальный» товар со всеми необходимыми документами и сертификатами качества. Следовательно, параллельный импорт – это реализация и выражение международного принципа исчерпания прав, который состоит в том, что без согласия правообладателя и без выплаты вознаграждения можно свободно реализовывать товар [1].

Главная цель синхронизации поставок состоит в том, что она помогает избежать дефицита определенных групп товаров. В условиях прекращения деятельности ряда иностранных компаний внедрение параллельного импорта будет способствовать увеличению товарооборота, а также сокращению роста цен в экономике.

Согласно международным правилам торговли, параллельный импорт разрешён [2]. В 2002 г. в РФ был введен термин «параллельный импорт» и принцип национального исчерпания прав [3]. С этого момента и началось противодействие параллельному импорту, которое продолжалась до 2009 г. Главным отличием в этом периоде стало применение к нарушителям прав на товарный знак норм как гражданско-правовой, так и административной ответственности. В России с 2009 г. началась новая эпоха в исто-

рии параллельного импорта. С этого момента к правонарушителям стали применяться только гражданско-правовые санкции, например, запрет на запуск товара в продажу или требование об утилизации товаров. Так было в 2009 г., пока не сложилась однозначная юридическая практика. По-разному интерпретировались нормы законов и постановления Верховного суда, трактовавшие возможность параллельного импорта. В 2011 г. судами было установлено, что административные и уголовно-правовые санкции импортеров недопустимы, а гражданско-правовая ответственность возможна. В 2017 г. появилось понимание, что в случае параллельного импорта товаров на получателя будет возлагаться гражданская ответственность: обязанность заплатить компенсацию или требование о запрете использования товарного знака. В 2017 г. Конституционный суд рассмотрел конкретный кейс и принял решение для формирования новой практики: российским судам была открыта возможность считать легальным ввоз товаров без согласия правообладателя в ситуации «недобросовестности его поведения». Данная возможность применяется в случаях, когда правообладатель завышает цены или монополизировывает рынок, а также если требования правообладателя способствуют ограничению доступа к жизненно важным товарам.

В 2022 г. своим постановлением от 29.03.2022 № 506 Правительство РФ разрешило ввоз на территорию страны оригинальных товаров иностранного производства без согласия правообладателей. Минпромторгом был утвержден первый список разрешенных к ввозу товаров весной 2022 г., а затем этот список был обновлен в июне. Все необходимые таможенные и контрольные процедуры будут проводиться для товаров, ввозимых в Россию в рамках параллельного импорта [4]. Помимо этого, вся продукция, поступающая по параллельному импорту, будет проходить гарантийное обслуживание.

По мнению правительства, разрешение параллельного импорта – это ответная мера для обеспечения населения в востребованных категориях товаров. Для того чтобы избежать проблем с законом, необходимо знать, что это не легализация контрабандиста или ввоза контрафактного товара. До изменений законодательства ввоз зарегистрированных товарных знаков в Россию был возможен только с письменного согласия правообладателя. Таможенный контроль товаров проводился после проверки выданного импортёру письменного разрешения от владельца товарных знаков. Цепочка поставок была выстроена по схеме, представленной на рис. 2.

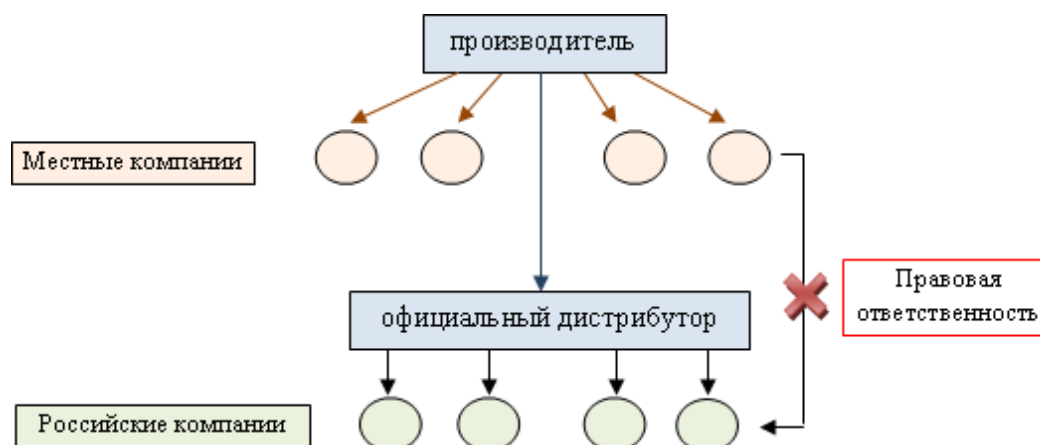


Рис. 2. Схема импорта товаров через официального дистрибьютора

Федеральная антимонопольная служба и ранее не раз выдвигала инициативы о разрешении параллельного импорта, объясняя свое мнение часто фиксируемыми случаями недобросовестного поведении обладателей прав на товарные знаки. Эти случаи

связаны с искусственным завышением цен для России, сокращением ассортимента или перечня дистрибьюторов до единственного дилера, в конечном итоге отмечалось ущемление конкуренции. В новых условиях любая компания в России самостоятельно или посредством представителя может приобретать внесённые в особый перечень товары за границей и продавать их внутри РФ.

Государства, обозначенные правительством России недружественными, в 2021 г. обеспечили около 45 % общего товарооборота. Как показывает статистика стран-партнеров России в области торговли, импорт из ряда государств сейчас значительно сокращается. К примеру, по стоимости импорт из ФРГ в марте 2022 г. снизился на 58,7 % к уровню марта 2021 г., а из Франции и США сокращение достигло 60,4 и 78,8 % соответственно. В структуре импорта машины, оборудование и транспортные средства в 2021 г. занимали 49,2 % общего объема зарубежных поставок.

Федеральная таможенная служба фиксирует ежемесячный рост количества товаров, поступающих в Россию по схеме параллельного импорта. По весу таких товаров заметен постоянный рост в среднем на 18 % в месяц, а по статистической стоимости прирост импорта достигает 20 %. К примеру, в августе в рамках параллельных поставок ввезено 383 тыс. тонн товаров, а с начала применения (март 2022 г.) этого механизма уже поставлено более 1,3 млн тонн на сумму в 9,3 млрд долл. Суммарный импорт (включая параллельный), по информации Центрального банка, в первом полугодии 2022 г. составил 161,1 млрд долл., упав на 6,5 % по сравнению с первым полугодием 2021 г. Около половины (49,2 %) в первом полугодии 2022 г. заняли закупки автомобилей, оборудования и продукции химической промышленности, преимущественно из КНР, Франции, Италии и Польши.

Важно отметить, что ФТС России не констатирует увеличения объемов импорта контрафактных товаров в 2022 г. С января по сентябрь 2022 г. служащими таможен задержано около 7 млн единиц контрафакта и заведено 432 дела об административном правонарушении в области интеллектуальной собственности. Эти цифры сопоставимы с итогами работы таможенных структур в прошлые годы (за 9 месяцев 2021 г. было задержано 4,9 млн единиц контрафакта, а за 9 месяцев 2020 г. – 7,9 млн).

Параллельные поставки из-за рубежа в сложившейся ситуации дают определенные преимущества, рассмотренные на рис. 3.

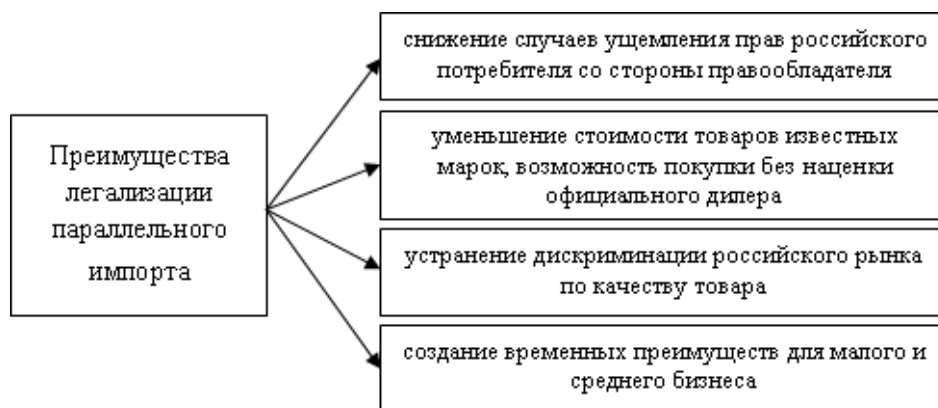


Рис. 3. Преимущества параллельного импорта при его легализации [5]

Отмечается, что параллельный импорт – вынужденная мера, обусловленная сложившимися экономическими трудностями, и не рассматривается как полноценная замена официальных поставок. Однако в практике некоторых стран легализации параллельного импорта помогла вывести рынок на новый уровень. Например, в Китае была

реализована идея о том, что если бизнес-компания может привезти из-за границы товар, который уже присутствует на территории КНР, и реализовать его дешевле, чем у дистрибьютора, значит, этот дистрибьютор получает сверхприбыль. Китайское правительство поставило себе задачу минимизировать цены на иностранные товары в своей стране для китайских потребителей, не защищая при этом сверхприбыль иностранных компаний. Таким образом была решена задача обеспечения минимальных цен на национальном рынке, не помогая иностранцам обогащаться на населении КНР.

Параллельный импорт призван сократить дефицит в условиях снижения запасов, хотя и ожидается снижение его объемов по сравнению с традиционным импортом. Также возможен рост цен из-за роста транзакционных издержек (в т. ч. цен на транспорт). В среднесрочной перспективе увеличение параллельного импорта может способствовать снижению темпов роста цен в экономике, ограничению укрепления рубля, а также увеличению товарооборота со странами, через которые будет осуществляться параллельный импорт. В зависимости от скорости адаптации к новым условиям потенциальными бенефициарами такого импорта могут стать Турция, Казахстан, Китай и Армения (рис. 4). При этом, например, для Армении эффект от параллельного импорта может быть значительным из-за низкой базы: в 2021 г. на нее приходилось лишь 0,2 % совокупного импорта России.

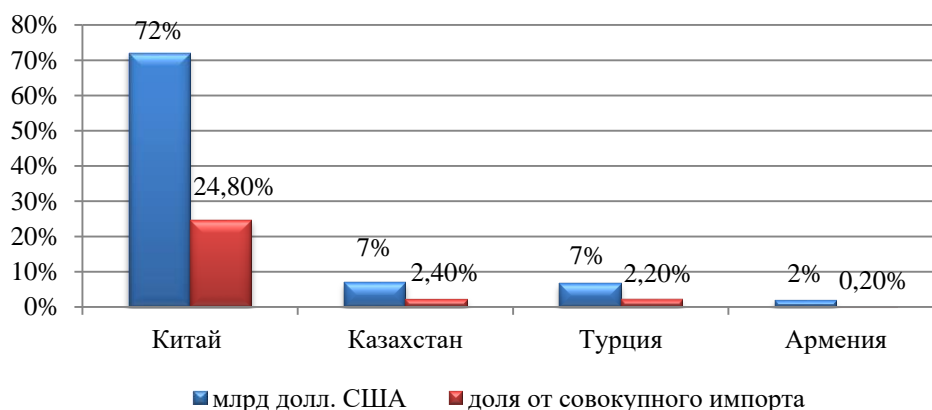


Рис. 4. Объем импорта в 2021 г. из стран, которые могут стать потенциальными бенефициарами параллельного импорта

Возможны и негативные результаты ввоза оригинальных товаров через параллельные каналы: отказ от поддержки официальных сервисных центров, непредсказуемые цены, рост числа мошеннических схем. Тем не менее параллельный импорт подразумевает, что покупатель всё также получает качественный оригинальный товар с сохранением гарантий потребителям, поскольку гарантийное обслуживание товаров в данном случае возлагается на импортера или продавца. Что же касается стоимости, то, возможно, конкуренция среди продавцов будет сдерживать цены, а для потребителя будут представлены вполне комфортные предложения.

Список литературы

1. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс] : официальный сайт. Режим доступа: <https://customs.gov.ru>.
2. Генеральное соглашение по тарифам и торговле от 30.10.1947 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/94bn0004>.

3. О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» : Федеральный закон от 11.12.2002 № 166–ФЗ.

4. Демакова Е. А., Демина Л. Н., Меньшикова В. К. и др. Проблемы таможенного контроля объектов интеллектуальной собственности в условиях легализации параллельного импорта // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2022. № 7. С. 104–109.

5. Сонич А. А. Потенциальные последствия легализации параллельного импорта в России в 2022 году // Вопросы российского и международного права. 2022. Т. 12, № 3А. С. 98–104.

УДК 656.025

ОРГАНИЗАЦИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВ

П. А. Жданов, Л. Н. Демина*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной статье описано исследование автомобильных перевозок международных грузов на материалах предприятия «ООО Север-Транс» (Красноярск). В условиях применения антироссийских санкций транспортная логистика приобретает важное значение, так как повышаются требования к эффективности и мобильности доставки грузов.

Ключевые слова: автомобильные перевозки; международные грузы; транспортно-логистическая компания

Международная автомобильная перевозка – это перевозка транспортным средством грузов или пассажиров по территориям двух и более государств.

Нормативно-правовое регулирование автомобильных перевозок международных грузов представляет собой комплекс различных по юридической природе нормативных актов, направленных на правовое покрытие и взаимную увязку всех аспектов отношений в рамках международных автомобильных перевозок между их субъектами (рис. 1).

Международные перевозки автомобильным транспортом имеют важные особенности, связанные, прежде всего, с правовым режимом международного транспорта. Регулирование международных автомобильных перевозок осуществляется в соответствии с правилами международных соглашений. В настоящее время разработано огромное количество международных договоров [1; 2], направленных на регулирование перевозок и этими вопросами занимаются около 40 международных организаций. Таможенное законодательство в ТК ЕАЭС в гл. 38 и ст. 364 уделяет внимание международным перевозкам [3].

Целью исследования – изучение автомобильных перевозок международных грузов на материалах предприятия «ООО Север-Транс» (Красноярск).

* © Жданов П. А., Демина Л. Н., 2023

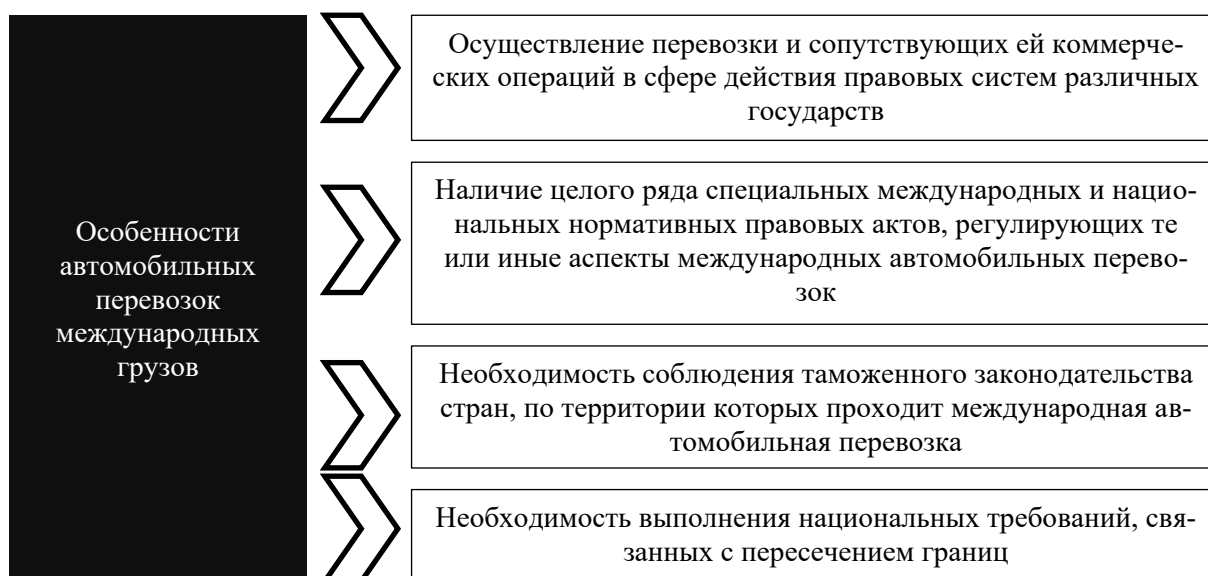


Рис. 1. Особенности автомобильных перевозок международных грузов

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в условиях применения антироссийских санкций транспортная логистика приобретает важное значение, повышаются требования к эффективности и мобильности доставки грузов.

В работе проводился анализ практики организации автомобильных перевозок международных грузов на примере транспортно-логистической компании ООО «Север-Транс», расположенной по адресу: в г. Красноярск, Северное шоссе, д. 17к, помещение 14. Транспортная компания «Север-Транс» организует перевозку, хранение, экспедирование груза. Деятельность ее связана преимущественно с международной перевозкой овощей и фруктов грузовым транспортом. На текущий момент ООО «Север-Транс» оказывает полный комплекс логистических и транспортных услуг, необходимых для осуществления международных перевозок (табл. 1).

Таблица 1

Виды деятельности ООО «Север-Транс» в соответствии с ОКВЭД

Код ОКВЭД	Вид деятельности
Основной вид деятельности	
49.41	Деятельность автомобильного грузового транспорта
Дополнительные виды деятельности	
45.20	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств
55.29	Деятельность вспомогательная прочая, связанная с перевозками

Автопарк транспортной компании ООО «Север-Транс» на данный момент насчитывает 27 автотранспортных средства различной тоннажности и вида. Использование транспортной компанией «Север-Транс» различных видов автомобильного транспорта обеспечивает широкую специализацию и позволяет доставлять партии товаров объемом от одного поддона до многотонных грузов.

Транспортная компания «Север-Транс» специализируется на перевозках грузов в экспортно-импортных сообщениях. ООО «Север-Тренд» в рамках импортного сообщения предлагает автоперевозки из Китая в Красноярск. Автомобильные перевозки из Китая были одной из наиболее востребованных услуг компании. В 2019–2020 гг. перевозки из КНР сократились в связи с пандемией, в 2021 г. приостановлены, в связи с новой вспышкой корона вирусной инфекции. Кроме того, китайские перевозчики сами

стали выходить на рынок г. Красноярска, создавая при этом высокую конкуренцию. В рамках автомобильного сообщения ООО «Север-Транс» осуществляет международные перевозки из России в Киргизию, Казахстан, Узбекистан, Азербайджан, Кабардино-Балкарскую республику и обратно.

Для гарантии оперативности международной перевозки овощей и фруктов в транспортной компании «Север-Транс» для работы привлекают команду из двух водителей, которые сменяют друг друга, благодаря этому транспортировка осуществляется практически круглосуточно и без остановок. Данная особенность работы транспортной компании «Север-Транс» позволяет осуществлять международную перевозку в довольно быстрые сроки, что особенно важно для овощей и фруктов, которые являются скоропортящимися товарами.

Характеристика транспортных средств, применяемых ООО «Север-Транс» для международной перевозки грузов, представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Транспортные средства, применяемые ООО «Север-Транс»
для международной перевозки грузов**

Торговая марка автомобиля, категория транспортного средства	Описание	Максимальный вес, тонн	Количество в автопарке ООО «Север-Транс»
О Двухэтажный прицеп	Рефрижераторный трейлер с двумя секциями, где можно установить два разных температурных режима от +25 до -25 °С	20	11
О Прицеп с регулируемой температурой / рефрижератор	Похож на трейлер изотерму, при этом оборудован холодильным оборудованием. Предназначен для перевозки скоропортящихся грузов. Диапазон температур от +25 до -25 °С может поддерживаться постоянно. Загрузка возможна только сзади	20	9
О Тент или штормо-бортовой прицеп	Предназначен для транспортировки большинства видов грузов. Погрузки и выгрузки возможны сверху, по бокам и сзади	22	6
Volvo Trucks N	Универсальное транспортное средство (тягач) позволяющее перевозить как стандартные товары, так и товары, которые отличаются большим объемом (легковесные)	22	20
Fuso (Mitsubishi) Canter N	Грузовик, фургон	5	2
Hino N	Грузовик	10	5

Отдел логистики, разрабатывая маршруты по основным направлениям, мобильно передает информацию в отделы маркетинга и продаж и внешнеэкономической деятельности, где заключаются краткосрочные контракты по доставке товаров в пункты, расположенные по пути следования автомобильного транспортного средства.

Такие контракты используют местные производители:

- АО КЗХ «Бирюса» поставляет свою продукцию (холодильники, морозильники) в пункты назначения как в РФ, так и в ЕАЭС и третьи страны;
- «СКАД» литейно-механический завод в г. Дивногорске поставляет автомобильные диски;
- Аскизский угольный разрез вывозит уголь;
- Компания «Дымовское колбасное производство» также пользуется услугами «ООО Север-Транс».

При назначении маршрутов «ООО Север-Транс» сотрудничает с другими логистическими компаниями – «Кадриль», «Автотранс», «Автосибтранс» – для оптимизации транспортных перевозок, предотвращения порожних рейсов и повышения эффективности доставки грузов. Доставка товаров в каждую страну имеет свои особенности, например перевозка грузов в Узбекистан связана с плохим качеством дорожного покрытия, и как следствие затрачивается больше времени на доставку и увеличивается риск ремонта грузовых автомобилей, резко изнашиваются шины, в зимнее время разряжаются аккумуляторы.

Схема взаимодействия представлена на рис. 2.

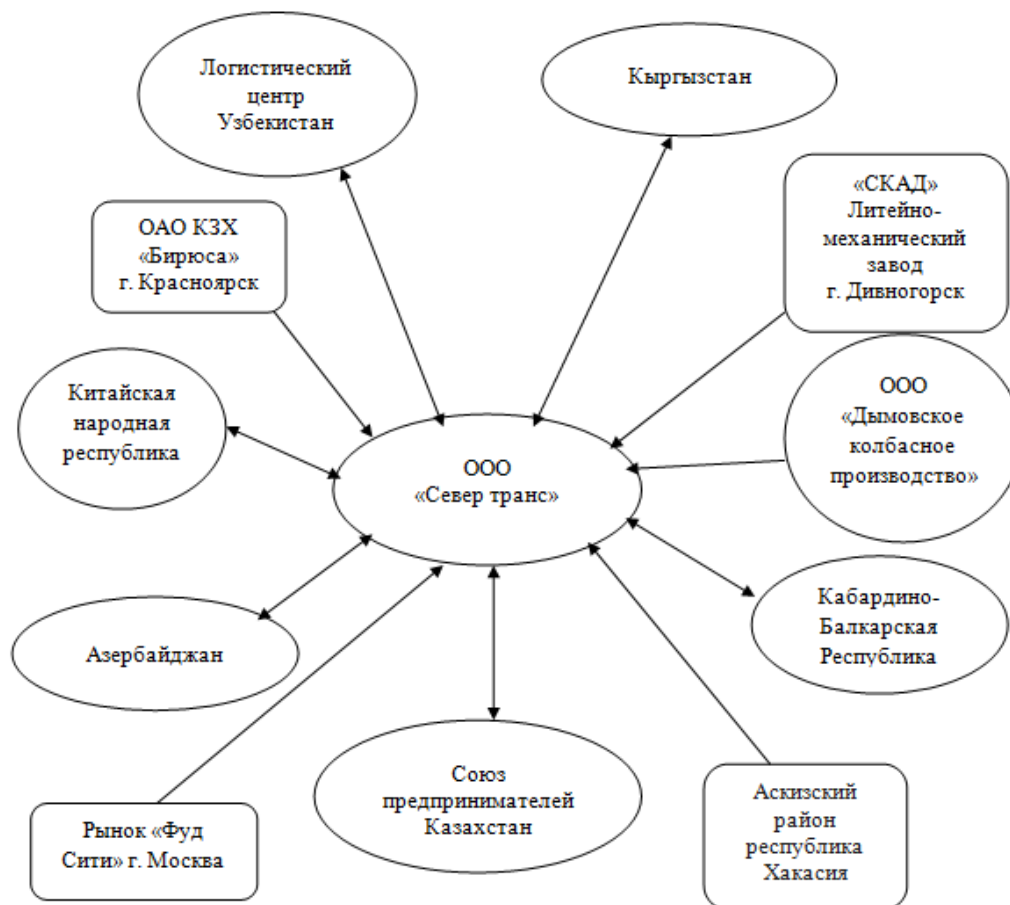


Рис. 2. Схема взаимодействия ООО «Север-Транс» с партнерами по транспортной логистике

Кроме того, грузы проходят таможенный контроль с применением книжки МДП. Стоимость перевозок колеблется от 4 до 4,5 тысяч долларов США.

Доставка грузов в Кыргызстан и Казахстан, страны-члены ЕАЭС, происходит без «растомаживания», тем самым экономится время доставки товара и стоимость. Необходимо отметить, что при расчете времени прибытия груза в пункты назначения должен соблюдаться режим труда и отдыха водителей. Как правило, на дальние расстояния следуют два водителя, которые сменяют друг друга. Однако, наблюдаются случаи, когда груз везет один водитель, а время маршрута считают с учетом 8-часового рабочего дня и отдыха.

В последнее время в условиях применения санкций к Российской Федерации у транспортной компании «Север-Транс» возникли проблемы:

- 1) повышение цен на запасные части от 20 до 40 %;
- 2) возник дефицит шин;

- 3) дефицит оригинальных запасных частей;
- 4) техническое обслуживание грузовиков Volvo через каждые 40 тыс. км пробега выполняются через дилерские центры Volvo, которые значительно повысили стоимость обслуживания (15–20 %).

Для решения этих проблем предприятию «Север-Транс» можно дать рекомендации:

- искать обходные пути доставки оригинальных запасных частей через государства-члены ЕАЭС;
- послегарантийное техническое обслуживание может быть проведено в обычном сервисном центре;
- заменить оригинальные шины, шинами китайского производства;
- возможно, включить в штатное расписание дежурного водителя, на случай возникновения непредвиденных обстоятельств;
- в сезон сбора урожая в Отдел логистики целесообразно добавить специалиста, возможно, с перераспределением обязанностей из других отделов;
- для предотвращения разрядки аккумулятора необходимо водителям использовать термобокс;
- заключить договор с ПАО «Газпромнефть» на предоставление скидки с цены на топливо за счет постоянной заправки в большом объеме.

Список литературы

1. Европейское соглашение о международных автомагистралях (СМА). Режим доступа: <https://www.transportir.ru/mezhdunarodnoe-transportnoe-pravo/evropejskoe-soglashenie-o-mezhdunarodnykh-avtomagistralyakh.html> (дата обращения: 20.11.2022).

2. Соглашение о международных перевозках скоропортящихся пищевых продуктов и о специальных транспортных средствах, предназначенных для этих перевозок (СПС). Режим доступа: https://unece.org/DAM/trans/main/wp11/ATP_publication/ATP-2007r.pdf (дата обращения: 20.11.2022).

3. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза: // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/456058064> (дата обращения: 25.11.2022).

УДК 339.543

ЦЕНТРАЛЬНОЕ ЭКСПЕРТНО-КРИМИНАЛИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ: ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

С. Г. Зограбян*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В работе изучены основные виды деятельности специализированного управления, даны статистические показатели экспертных таможенных мероприятий, проводимых некоторыми филиалами ЦЭКТУ и ЭКС.

Ключевые слова: ЦЭКТУ; экспертиза; методы

* © Зограбян С. Г., 2023

В настоящее время насчитывается огромное число проведенных экспертиз в различных сферах, все они назначаются и применяются по-разному, а также отличаются предметами исследований. При назначении любой экспертизы применяются соответствующие ей методы исследования и решения проблем.

Таможенная экспертиза считается важной частью в выполнении задач таможенных органов, поскольку она решает вопросы и проблемы, которые могут вытекать в ходе таможенных проверок [1; 2].

Для проведения таможенных экспертиз помогло создание специализированного регионального таможенного органа Центрального экспертно-криминалистического управления (далее – ЦЭКТУ) [3]. Важными задачами ЦЭКТУ являются (рис. 1):

1	•обеспечение потребностей таможенных органов в проведении экспертиз товаров и других объектов
2	•координация и контроль деятельности экспертно-криминалистических служб
3	•организация и проведение разработок и испытаний технических средств, применяемых в таможенных целях

Рис. 1. Основные задачи ЦЭКТУ

На сегодняшний день ЦЭКТУ имеет возможность проводить проверки самого высокого уровня. ЦЭКТУ обладает самыми широкими современными аналитическими возможностями для изучения различных товарных групп (рис. 2) [4].

○	микроскопия
○	рентгеноструктурный анализ
○	сканирующая электронная микроскопия
○	атомно-эмиссионная спектрометрия с ICP
○	масс-спектрометрия
○	ИК-спектрометрия
○	изотопная масс-спектрометрия

Рис. 2. Методы исследования различных товарных групп

В 2021 г. была проведена итоговая коллегия ЦЭКТУ. Основные цифры, которые были озвучены, представлены на рис. 3.

В 2021 г. количество проведенных экспертиз составило 30 143, из которых таможенных экспертиз – 16 160, экспертиз по производству дел об АП – 10 477, экспертиз по уголовным делам – 676, исследований – 2 830.

За 2021 г. эксперты ЦЭКТУ были задействованы в проведении оперативно-розыскных мероприятиях более, чем в 1,3 тыс. случаев. Сотрудники ЦЭКТУ участвовали в оперативно-исследовательской деятельности в качестве экспертов; ими было проведено более 500 исследований в отношении наркотиков, психотропных и сильнодействующих веществ.



Рис. 3. Экспертизы, проведенные ЦЭКТУ в 2021 г.

Кроме этого, рассмотрена практика проведения исследований санкционной продукции в ЭКС – филиал ЦЭКТУ г. Брянск. В сентябре 2021 г. в регионе деятельности ЭКС – филиал ЦЭКТУ г. Брянск вновь увеличился объем проведения экспертиз в области установления страны происхождения продукта [5]. Республика Беларусь является основной страной, проверяемой экспертами на соответствие. Экспертизе подверглась плодоовощная продукция – яблоки, клюква, перцы, томаты и т. п. По результатам проведенной экспертизы перцев и томатов был установлен регион происхождения, который не соответствует заявленному региону, а именно часть территорий юго-восточной Европы (Турция, Сербия, Албания, Северная Македония, Греция, Болгария). С учетом результатов таможенной экспертизы, а также решения Россельхознадзора уничтожено товаров в количестве 1136 075 кг перцев и 6609,1 кг томатов [5].

Определение региона происхождения товара считается одной из областей деятельности ЦЭКТУ. При использовании такого метода происходит изъятие с товара микроскопических объектов, например, пыльцевых зерен и спор растений, идентификации и определении географической протяженности путем картографирования ареалов обнаружения пыльцы растений на товарах. Для идентификации пыльцевых зерен растений и определения общего ареала их распространения с созданием соответствующей базы данных разработан специальный комплекс программно-аппаратных средств.

Таким образом, таможенная экспертиза представляет собой исследование, которое направлено на решение вопросов в области таможенного регулирования [6]. Его осуществляют таможенные эксперты или другие компетентные специалисты в различных научных областях. Для проведения различных видов экспертиз [7] обращаются в ЦЭКТУ (рис. 4).

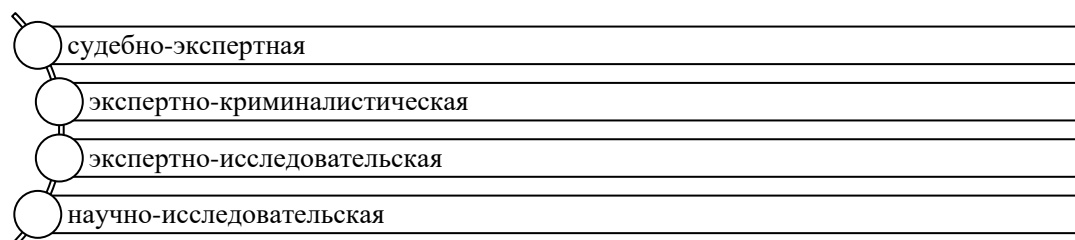


Рис. 4. Специализация ЦЭКТУ по видам экспертиз

Экспертные заключения предоставляют важную информацию о характере и характеристиках товаров и дают реальную оценку соответствия или нарушения правил

безопасности товаров, а также нормам международных договоров и действий в области таможенного регулирования.

Список литературы

1. Меньшикова В. К., Льюис М., Бондарева А. В. Институты таможенной экспертизы: российский и зарубежный опыт // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы XXI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и практиков. Красноярск, 2021. С. 837–842.
2. Экспертно-криминалистическая деятельность в таможенных органах // Судебные и нормативные акты. Режим доступа: <https://sudact.ru/law/gasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-23052020-n-1388-r/strategiia-razvitiia-tamozhennoi-sluzhby-rossiiskoi/iv/10>.
3. ЦЭКТУ [Электронный ресурс] // Официальный сайт ФТС России. Режим доступа: <https://cektu.customs.gov.ru/about/history>.
4. Управление экспертов [Электронный ресурс] // Новости таможи. Режим доступа: <https://customsonline.ru/5333-upravlenie-jekspertov.html>.
5. Практика проведения исследований санкционной продукции в ЭКС – филиал ЦЭКТУ г. Брянск [Электронный ресурс] // Таможенный портал для участников ВЭД. Режим доступа: https://www.alt.ru/cfo_news/84300.
6. Меньшикова В. К. Таможенное регулирование ВЭД в условиях реформирования ФТС // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Красноярск, 2020. С. 681–684.
7. Меньшикова В. К., Бондарева А. В. Определение рыночной стоимости товара для таможенных целей // Региональные рынки потребительских товаров : материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Красноярск, 2021. С. 168–172.

УДК 006.053

СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ

Д. А. Кашицына, В. К. Меньшикова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Авторами исследования отмечена тенденция к увеличению доли стандартов, разрабатываемых за счет заинтересованных негосударственных предприятий, при общем уменьшении количества принимаемых за год национальных и межгосударственных стандартов. Произведена оценка современной деятельности по стандартизации в России путем сравнения с опытом европейских стран. Определена направленность РФ на субсидиарную разработку стандартов, которая является положительной практикой в развитых европейских странах. Отмечено положительное влияние развития стандартизации на качество оказания услуг таможенными службами.

* © Кашицына Д. А., Меньшикова В. К., 2023

Ключевые слова: система стандартизации; национальный стандарт; разработка стандарта; субсидирование; Росстандарт

Стандарты выполняют важнейшие функции в обеспечении соответствия качества, в т. ч. безопасности всех этапов жизненного цикла продукции при сохранении конкурентоспособности. В современном глобальном мире товары преодолевают значительные расстояния и проходят множество этапов, прежде чем попасть в руки к потребителю. С товаром происходят различные процессы, начиная от этапа проектирования и этапа производства и заканчивая этапами транспортировки, хранения и реализации. Соответственно, на каждом из этих этапов должны действовать определенные стандарты, обеспечивающие безопасность. Поэтому деятельность по разработке стандартов является важнейшим предпроизводственным этапом. Тем самым актуальность исследования очевидна.

Целью исследования является изучение и оценка новых тенденций в разработке национальных стандартов в РФ.

Большинство национальных и межгосударственных стандартов разрабатываются сейчас за счет федеральных средств посредством закупки стандартов. Однако это не совсем правильный подход, так как получается, что государство само определяет, какие стандарты необходимы той или иной отрасли, контролирует разработку и принимает документы. Хотя в этом процессе должны участвовать непосредственно те, кто в этом заинтересован. Так государство как бы «опекает» российские предприятия, что может быть не совсем эффективно в условиях рынка. Поэтому Росстандарт ставит своей целью изменить такой подход на другой – субсидиарный, т. е. государство будет выделять субсидии на разработку стандартов (не в полном размере, а порядка 75 %) компаниям, которые уже работают в той или иной сфере. Это должно быть хорошим стимулом для предприятий. Субсидии будут применяться, в первую очередь, в отраслях, где импортозамещение имеет важнейшее значение, а также в прорывных областях науки и техники [1]. Ежегодно количество стандартов, разработанных за счет внебюджетных средств и субсидий, растет. Динамику роста можно увидеть на рис. 1.



Рис. 1. Стандарты, разрабатываемые за счет бюджетных и внебюджетных средств, ед. [3]

По словам главы Росстандарта А. П. Шалаева, в 2021 г. почти половина стандартов (49 %) разработана по инициативе бизнеса, это показатель прозрачности стандартизации в РФ. Активное участие бизнеса в стандартизации говорит о том, что стандарты становятся требованием не только безопасности, но также качества и конкурентоспособности [2].

Несмотря на ежегодный прирост доли стандартов, разработанных за счет субсидирования, общее количество стандартов, принимаемое за год, сократилось, что может

привести к старению общей базы стандартов. По данным на 2020 г. средний возраст стандарта в фонде составляет 15,4 года [3].

За последние годы средний возраст стандарта сократился с 17,4 до 15,4 лет, тем не менее это все равно очень большой срок, особенно если учитывать активное развитие Россией новых, стремительно развивающихся отраслей, в которых срок морального устаревания стандарта может быть намного меньше, чем в других отраслях. Например, все стандарты ИСО подвергаются пересмотру, в среднем, каждые 5 лет, поэтому срок 15 лет в России обеспечивает значительное отставание национальной системы стандартизации от быстро меняющихся условий современного рынка [4].

Стоит обратить внимание и на современную скорость разработки стандарта: с 11 месяцев в 2018 г. до 8,8 в 2021-м. Также есть своеобразный рекорд – разработка ГОСТа от момента идеи до принятия заняла всего 82 дня [5].

Рассматривая влияние стандартов на экономику различных стран, можно выделить отрасли, в которых действующие национальные и межгосударственные стандарты оказывают наибольшее влияние на ВВП. Среди 11 отраслей российской экономики доминирующее влияние на рост ВВП оказывают стандарты двух отраслей: «Добыча полезных ископаемых» и «Обрабатывающие производства». Это вполне экономически объяснимо, так как в производственном секторе Россия обладает ограниченным набором отраслей, способных обеспечить экономический рост, и основные объемы ВВП приходится на топливно-энергетический и металлургический комплексы [6].

Если обратиться к опыту западных стран, то в большинстве развитых государств Евросоюза разработкой национальных стандартов занимаются именно негосударственные организации, которые непосредственно заинтересованы в качестве стандартов. Разработка стандартов непосредственно государством в странах ЕС характерна лишь для стран с невысоким уровнем экономической свободы или небольших государств. Тем самым наращивание в Российской Федерации доли национальных стандартов, разрабатываемых заинтересованным бизнесом, – одно из перспективных направлений стандартизации с положительной мировой практикой. Также шагом в сторону развития негосударственного представительства в российской стандартизации будет становление Росстандарта как органа, в равной степени представляющего интересы государства, предпринимательства и потребителей. Таким образом, важно выстроить в России «гибридную» модель стандартизации, т. е. симбиоза государственного и негосударственного начал [6].

Таким образом, государственная политика в области стандартизации направлена на более оперативную разработку национальных стандартов заинтересованным бизнесом, за последние годы достигнуты определенные успехи, такие как увеличение доли стандартов, разработанных за внебюджетные средства (с 18 % в 2016 г. до 49 % в 2021 г.), и сокращение среднего возраста стандарта до 15,4 лет. Тем не менее до мировых показателей российской системе стандартизации еще очень далеко, поэтому в этом направлении должна вестись усиленная работа, если РФ действительно хочет быть независимой от западного влияния.

Принимая во внимание все сказанное, можно сделать вывод о том, что развитие стандартизации в России будет влиять и на таможенные органы, в т. ч. проверка качества экспортируемых и импортируемых товаров станет более организованной и точной, а деятельность самих таможенных органов также вскоре будет регламентироваться определенными стандартами. Соответственно, может быть произведена гармонизация таможенных систем государств – членов ЕАЭС [7].

Список литературы

1. Абрамов А. Прозрачность работы – один из наших главных стандартов» : интервью информационно-аналитическому журналу «RUбеж». 21.10.2015 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru-bezh.ru> (дата обращения 13.10.2022).
2. Встреча Михаила Мишустина с руководителем Росстата Антоном Шалаевым. Новости [Электронный ресурс] // Правительство РФ : официальный сайт. Режим доступа: <http://government.ru> (дата обращения: 15.10.2022).
3. Отчет об итогах деятельности Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в 2020 году // Росстандарт : официальное издание. М., 2021. 160 с.
4. Международная организация по стандартизации ISO : официальный сайт. Режим доступа: <https://www.iso.org/ru> (дата обращения: 15.10.2022).
5. Глава Росстандарта: то, что мы видим на проверке, не всегда соответствует тому, что есть на самом деле : интервью А.П. Шалаева от 26.07.2022 [Электронный ресурс] // Интерфакс : официальный сайт. Режим доступа: <https://www.interfax.ru> (дата обращения: 15.10.2022).
6. Зажигалкин А. В. Развитие национальной системы стандартизации в условиях формирования нового технологического уклада. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. «Санкт-Петербургский государственный экономический университет». Санкт-Петербург, 2021. 316 с.
7. Стандартизация ЕАЭС: унификация ради сглаживания разницы в оформлении ввоза товаров. Межрегиональный информационно-аналитический центр по проблемам безопасности цепей поставок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://miacenter.ru> (дата обращения: 15.10.2022).

УДК 339.543

ПРОБЛЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ КОРМОВЫХ ДОБАВОК НА ОСНОВЕ КАРБОНОВЫХ КИСЛОТ ПРИ КЛАССИФИКАЦИИ В ТН ВЭД ЕАЭС

П. М. Кругляков*

Сибирская электронная таможня, г. Красноярск

Аннотация. Рассмотрен вопрос классификации кормовых добавок на основе карбоновых кислот. Проведен анализ функционирования основных компонентов товара, на основании полученных результатов выделены классификационные признаки, характерные для данной группы товаров. Обозначены проблемы классификации кормовых добавок в соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС, предложены пути их решения.

Ключевые слова: классификация; ТН ВЭД ЕАЭС; кормовые добавки; карбоновые кислоты; подкислители кормов

Современные стандарты мясо-молочной промышленности предполагают ведение хозяйства с использованием максимально экологичных технологий. Так, еще недавно для сохранения приготовленного корма, а также профилактики заболеваний поголовья птицы и свиней использовались антибиотики и формальдегид. В ходе исследо-

* © Кругляков П. М., 2023

ваний выяснилось, что широкое применение антибиотиков провоцирует развитие устойчивых микроорганизмов, а формальдегид обладает канцерогенными свойствами [1]. Странами Европы проводится последовательная политика, направленная на апробацию и введение новых кормовых добавок, способных заменить антибиотики и формальдегид.

В 2017 г. в странах Европейского союза введен запрет на использование формальдегида, поэтому сельскохозяйственные предприятия стали использовать органические кислоты в качестве основного средства для улучшения санитарного состояния кормов [1]. Таким образом, для обеспечения функционирования современных животноводческих комплексов в России необходимы поставки соответствующих кормовых добавок.

Введение санкций значительно осложнило логистику. Список импортируемых в Россию кормовых добавок в течение 2022 г. сократился на 180 торговых марок и составляет 445 наименований. Согласно статистическим данным, с начала 2022 г. на территорию России ввезли 120,1 тыс. тонн кормовых добавок [2].

В сложившихся условиях первостепенной задачей представляется максимальная оптимизация и ускорение процессов ввоза в Российскую Федерацию товаров, необходимых для функционирования и развития сельскохозяйственной промышленности.

Основной проблемой, возникающей при совершении таможенных операций, становится идентификация кормовых добавок для целей классификации в соответствии с единой Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (далее – ТН ВЭД). Проведение дополнительного таможенного контроля влечет значительные затраты времени и финансов.

Идентификация товара, т. е. определение его состава, назначения и механизма действия, является первоочередной задачей для целей классификации в ТН ВЭД. В рамках исследования рассматривались кормовые добавки на основе карбоновых кислот и их солей.

Анализ литературных источников показал высокую актуальность данной темы. Механизм действия карбоновых кислот на микроорганизмы изучался многими российскими и зарубежными исследователями.

Так, согласно литературным данным, органические кислоты применяются для профилактики развития сальмонеллы в кормах животных, а также для дезинфекции питьевой воды [3]. Органические кислоты обладают бактерицидным и фунгицидным воздействием на микроорганизмы, при этом достаточно легко усваиваются организмом животного, так как являются естественными метаболитами [4].

Рассматриваемый товар должен решать несколько задач, в т. ч. сохранение приготовленного корма, предотвращение размножения вредоносных и болезнетворных микроорганизмов, минимизация наносимого вреда организму животного при его употреблении в пищу. Органические карбоновые кислоты справляются с поставленными задачами наиболее эффективно. Согласно литературным данным, бактерицидное действие оказывает недиссоциированная форма R-COON, которая достаточно легко проникает внутрь клетки микроорганизмов и оказывает разрушающее действие на внутренние органы клеток (ядро, цитоплазму, митохондрии и др.), что вызывает гибель микроорганизмов.

Значение показателя рН для корма, приготовленного промышленным способом, обычно колеблется от 5 до 7. Например, в этих условиях муравьиная кислота преобразуется в недиссоциированную форму практически полностью [5], что обеспечивает сильное антимикробное, бактерицидное воздействие. По механизму действия кормовые добавки на основе органических кислот стали называть кормовыми подкислителями [5].

Для облегчения введения органических кислот в приготавливаемые корма в состав кормовой добавки обязательно добавляют носитель, чаще всего это оксид кремния. Также им могут выступать различные минералы природного или искусственного происхождения (например, бентонит, диатомит и др.). Этот носитель инертен, не оказывает никакого воздействия, служит только для облегчения доставки действующего вещества.

Основным рабочим элементом товара являются карбоновые кислоты, предпочтение отдается кислотам с наименьшей молекулярной массой, что облегчает их проникновение сквозь клеточную мембрану микроорганизмов. Наиболее активно используются муравьиная и пропионовая кислоты [5]. В настоящее время наиболее прогрессивные добавки сочетают несколько карбоновых кислот с различными соединениями, которые выполняют буферную роль. Данная комбинация снижает активное воздействие кислот на слизистые оболочки животных [6]. Зарубежными компаниями BASF, Selko, Kemin, Provimi, Liptosa и др. производятся более 100 видов кормовых подкислителей.

При исследовании ТН ВЭД установлено, что рассматриваемый товар может попадать в товарную позицию 2309 «Продукты, используемые для кормления животных». Согласно пояснениям к данной товарной позиции, товары, используемые в качестве препаратов, оказывающих бактерицидное и бактериостатическое действие, в нее не попадают.

Согласно примечанию 1 (а) к группе 38 ТН ВЭД «Прочие химические продукты», в данную группу не включаются отдельные элементы или соединения определенного химического состава за исключением дезинфицирующих средств и аналогичных продуктов.

Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии свидетельствует о верности наших рассуждений [7]. Согласно данному документу, кормовая добавка для животных, состоящая из смеси карбоновых кислот и их солей, растворенных или нанесенных на диоксид кремния, обладающая бактерицидными, бактериостатическими свойствами, предназначенная для добавления в корм животным, относится к товарной позиции 3808 ТН ВЭД.

На основании пояснений к товарной позиции 3808 ТН ВЭД, к ней относятся дезинфицирующие средства, представляющие собой вещества, которые уничтожают или необратимо деактивируют вредные бактерии, вирусы или другие микроорганизмы, обычно на неживых объектах. Также они применяются в сельском хозяйстве для дезинфекции семян и при производстве кормов для животных для контроля за нежелательными микроорганизмами.

Рассматриваемые кормовые добавки представляют собой органические кислоты в чистом виде либо их смеси и не содержат веществ, поименованных в примечаниях к товарным субпозициям № 1 и 2 группы 38 ТН ВЭД. Следовательно, данные товары должны быть отнесены к группировке «Прочие». В данной группировке необходимо выбрать одну из следующих классификационных группировок:

- 3808 94 «Средства дезинфицирующие»;
- 3808 99 «Прочие».

Так как основным свойством рассматриваемого товара является оказание бактерицидного, бактериостатического действия, на основании примечаний к товарной группе 38 ТН ВЭД, текста товарной субпозиции 3808 94 ТН ВЭД, пояснений к товарной позиции 3808 ТН ВЭД следует вывод о том, что рассматриваемый товар должен относиться к товарной подсубпозиции 3808 94 ТН ВЭД.

Данная позиция подтверждается судебной практикой. Например, Суд Евразийского экономического союза [8] подтверждает практику классификации рассматриваемых товаров в товарной позиции 3808 ТН ВЭД.

В результате рассмотрения вопроса о классификации кормовых добавок установлено, что основными идентификационными признаками для целей классификации по ТН ВЭД данной группы товаров являются назначение, компонентный состав и механизм действия. В соответствии со сложившейся практикой, при таможенном декларировании товара прикладываются технические паспорта, этикетки, руководства по использованию продуктов. Данной информации для классификации явно недостаточно. Для принятия решения об отнесении данной категории товаров к конкретной товарной подсубпозиции ТН ВЭД ЕАЭС необходимо точно установить механизм действия кормовой добавки, в т. ч. отдельных ее компонентов. Таким образом, при отсутствии данных сведений представляется целесообразным рассмотреть вопрос о получении экспертных заключений с описаниями характеристик товара, получении сведений от изготовителя, иных компетентных органов о механизме действия товара и проч. Только однозначная идентификация всех качественных свойств товара позволит отнести его в правильную товарную подсубпозицию ТН ВЭД и избежать нарушений таможенного законодательства.

Список литературы

1. Джендза Д., Ли Л., Шастак Е. Обработка кормов муравьиной кислотой или формальдегидом – что выбрать? // Эффективное животноводство. 2020. № 3. С. 33–36.
2. Поставки в Россию ветпрепаратов растут, а кормовых добавок – снижаются. Режим доступа: <https://zooinform.ru/business/postavki-v-rossiju-vetpreparatov-rastut-a-kormovyh-dobavok-snizhajutsya>.
3. Денс П. Применение органических кислот в птицеводстве // Farm animals. 2013. № 3-4. С. 77–80.
4. Королев А. В. Оптимизация микрофлоры кормов и воды для птиц с помощью кормовой добавки органических кислот // Научный журнал молодых ученых. 2022. № 4 (29). С. 11–14.
5. Завертнев В. А., Комлацкий Г. В. Влияние подкислителей на оптимизацию биохимических процессов у поросят // Наука и образование сегодня. 2019. № 8 (43). С. 20–23.
6. Булгаков А. М., Кузнецов Д. В., Жуков В. М., Новиков А. М. Повышение эффективности использования комбикормов для свиней с введением в их состав различных форм подкислителей // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2017. № 9 (155). С. 141–148.
7. Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 06.11.2014 № 197 «О классификации кормовой добавки для животных по единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Таможенного союза». Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/14kr0197>.
8. Решение Суда Евразийского экономического союза от 02.06.2016 «О признании решения Коллегии ЕЭК о классификации кормовой добавки для животных соответствующим Договору о ЕАЭС». Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/16bn0040>.

ТАМОЖЕННЫЕ ОПЕРАЦИИ И ТАМОЖЕННЫЙ КОНТРОЛЬ В ОТНОШЕНИИ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ, ПЕРЕМЕЩАЕМЫХ ЧЕРЕЗ ТАМОЖЕННУЮ ГРАНИЦУ ЕАЭС

А. А. Кур-Седи*

Тувинский государственный университет, г. Кызыл

Аннотация. В статье представлены результаты проведенного исследования по таможенным операциям и таможенному контролю в отношении драгоценных металлов, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС, в ходе которого также были определены проблемы и рекомендованы предложения по устранению данных проблем. Ежедневно через таможенную границу ЕАЭС перемещаются сотни тысяч товарных партий и, соответственно, драгоценные металлы. Каждое перемещение через таможенную границу несет определенный риск проникновения незадекларированных, контрабанды, неправильного оформления и т. п. драгоценных металлов. Основными проблемами по теме исследования стали незаконное перемещение (контрабанда), нарушение законодательства при оформлении таможенного перемещения драгоценных металлов, отсутствие должностных лиц, имеющих специальное образование (геммологическое), и отличие правового регулирования внутри стран – членов ЕАЭС.

Ключевые слова: таможенные операции; таможенный контроль; ЕАЭС; перемещение; партии; драгоценные металлы

Актуальность темы статьи заключается в том, что ежедневно через таможенную границу Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС, Союз) перемещаются сотни тысяч товарных партий и соответственно и драгоценные металлы. Каждое перемещение через таможенную границу несет определенный риск проникновения незадекларированных, контрабандных, неправильного оформления и т. п. драгоценных металлов. При любом пересечении таможенной границы необходимо применять меры таможенного регулирования, выраженные в совершении таможенных операций, особенно в отношении драгоценных металлов, поскольку драгоценные металлы являются уникальными и ценными товарами на международном рынке.

Драгоценные металлы всегда и во все времена являлись той ценностью, благодаря которой осуществлялась торговля. Драгоценные металлы, в частности золото и серебро, можно было обменять на товар, а изделия из драгоценных металлов всегда ценились и имели высокую стоимость. Благодаря драгоценным металлам в современное время также создаются промышленная, медицинская техника и оборудование. Можно и дальше перечислять важность и исключительность драгоценных металлов. Поэтому исследование совершения таможенных операций и проведения таможенного контроля в отношении драгоценных металлов, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС является актуальным. Также данная тема актуальна, потому что, несмотря на проработанность вроде всех нюансов, все равно еще есть некоторые проблемы, которые необходимо решать.

Цель статьи – представление полученных результатов исследования по таможенным операциям и проведению таможенного контроля в отношении драгоценных металлов, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС.

Предметом исследования в статье является современное состояние таможенных операций и проведения таможенного контроля в отношении драгоценных металлов, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС.

* © Кур-Седи А. А., 2023

Объект исследования составляют драгоценные металлы, перемещаемые через таможенную границу ЕАЭС.

Основными законодательными документами в области регулирования перемещения драгоценных металлов через таможенную границу стран – членов ЕАЭС являются законодательные акты, касающиеся деятельности таможи стран – членов ЕАЭС, Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ [3], Конституция РФ [1], Таможенный кодекс ЕЭК [2], Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ [4], Решения правления ЕЭК от 14.09.2021 № 80 [5], приказы ФТС, УК РФ, КоАП РФ и др.

Анализ термина «драгоценные металлы» показал, что это металлы, которые обладают особыми свойствами (химическими), имеют относительно небольшое количество в мировых запасах (бывают в самородном или же рудном состоянии), уникальны, высокой стоимостью, включенные в перечень, устанавливаемый законодательством».

Виды драгоценных металлов, их характеристика и код ТН ВЭД ЕАЭС представлены на рис. 1.

<p>Золото. Код ТН ВЭД ЕАЭС-7108...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Стойкий металл: с кислородом воздуха не соединяется; в воде и на воздухе не теряет металлического блеска; щелочи и кислоты, соли и сероводород на него не действуют
<p>Серебро. Код ТН ВЭД ЕАЭС-7106...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Металл белого цвета, с температурой плавления 960,5 °С. Металл ковкий и пластичный, не окисляется, устойчив к щелочам и некоторым кислотам. В природе встречается в самородках, но чаще всего серебро входит в состав свинцово-цинковых медных руд
<p>Платина. Код ТН ВЭД ЕАЭС-7110...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Тяжелый тугоплавкий металл, температура плавления 1773,5 °С. Серебристо-белого цвета, легко поддается ковке, волочению. Отличается повышенной химической стойкостью, не растворим в кислотах. По твердости выше золота и серебра, не окисляется. В природе встречается в самородках, в виде сплавов и соединений
<p>Драгоценные металлы платиновой группы (палладий, родий, осмий, рутений, иридий). Код ТН ВЭД ЕАЭС 7110021000...; 71100310000; 7110410000 (в виде порошка); 7110490000</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Палладий – серебристо-белый металл. Хорошо прокатывается, полируется. Плавится при температуре 1552°С. Имеет свойства мягкости, гибкости, не поддается коррозии. Применяется при сплаве белого золота и припоев с высокой температурой. Родий – твердый хрупкий металл голубовато-белого цвета. Не окисляется. Используется при декоративно-защитном покрытии золотых и серебряных изделий. Осмий – тяжелый твердый белый металл с серо-голубым оттенком. Плохо плавится. Не подлежит механической обработке, не растворяется в кислотах

Рис. 1. Драгоценные металлы по ТН ВЭД ЕАЭС [5]

В сегодняшних условиях для совершения таможенных операций необходимо обеспечение соблюдения законодательно определенного режима совершения таможенных мероприятий в целях осуществлении мер таможенного регулирования, нацеленных на охрану интересов страны, снижение времени и облегчение порядка совершения таможенных операций. Таможенные операции охватывают большой круг разных действий по движению драгоценных металлов, осуществляемых должностными или заинтересованными лицами. Таможенный контроль – комплекс мероприятий, и контроль системный. Данный контроль осуществляется, чтобы не допускать нарушений, предотвращать. Таможенный контроль осуществляют таможенные органы в связи с движением (ввозом и вывозом) драгоценных металлов.

В табл. 1 представим динамику перемещения драгоценных металлов через специализированные таможенные посты. Данные взяты с официального сайта ФТС РФ.

Из данных табл. 1 видно, что темп роста по перемещению драгоценных металлов через страны – члены ЕАЭС на 2021 г. по сравнению с 2019 г. снизился на 7,5 %.

Таблица 1

Экспорт и импорт драгоценных изделий через страны – члены ЕАЭС [6]

Код ТН ВЭД ЕАЭС	Товарная отрасль	Перемещение драгметаллов, млн долл. США			Темп роста 2019 г. к 2021 г., %
		2019	2020	2021	
71	Драгоценные металлы, драгоценные камни и изделия из них	31 417,8	46 853,57	29 061,09	92,5

Драгоценные металлы ввозятся и вывозятся между странами – членами ЕАЭС в виде ювелирных изделий, частей ювелирных изделий, часов, их частей и монет. Чаще драгоценные металлы ввозятся в виде ювелирных изделий или часов. В основном ввозится серебро и золото.

Ввоз драгоценных металлов за анализируемый период в виде ювелирных изделий сократился на 40,6 %, их частей – на 26,3 %, часов – на 34,8 %, их частей ввоз составляет 100 % и монет практически тоже 100 % (рис. 2). Вывоз за анализируемый период драгоценных металлов в виде ювелирных изделий сократился на 24,4 %, их частей – на 27,7 %, часов – на 57,4 %, их частей ввоз составляет 100 % и монет 69,1 %. Основной импорт приходится на Казахстан (31 %), наименьшая доля приходится на Киргизию (17 %).

Таможенное оформление идет в пять этапов, которые необходимо пройти, чтобы осуществить импорт или экспорт драгоценных металлов через таможенную границу стран – членов ЕАЭС. Для того чтобы осуществить таможенное оформление, декларанты предоставляют документы и сведения, перечень которых установлен нормативными актами ГТК и ФТС РФ.

В ходе выявления проблем в данной сфере были определены такие проблемы, как:

- незаконное перемещение (контрабанда);
- нарушение законодательства при оформлении таможенного перемещения драгоценных металлов;
- отсутствие должностных лиц, имеющих специальное образование (геммологическое);
- отличие правового регулирования внутри стран – членов ЕАЭС.

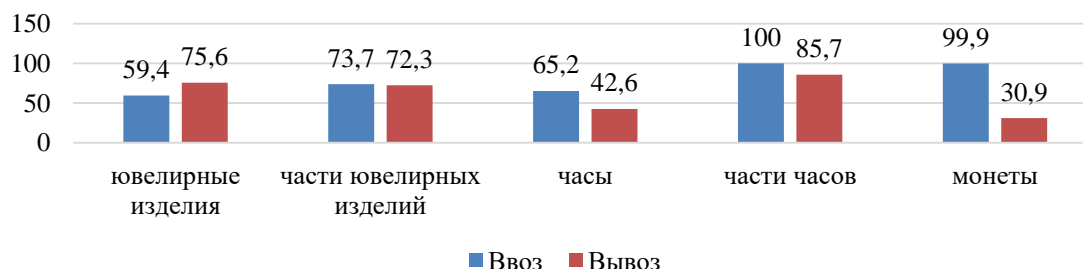


Рис. 2. Отклонение ввоза и вывоза драгоценных металлов 2021 г. по отношению к 2019 г., % [6]



Рис. 3. Этапы таможенного оформления [7]

Также выработаны предложения по их устранению, а именно:

- проводить проверки на предмет законности принятых должностными лицами решений в рамках таможенного оформления;
- разработать единообразную практику таможенного оформления во всех подразделениях ФТС и проведения таможенных экспертиз при таможенном оформлении;
- привлекать специалистов к участию в проверочных мероприятиях, использовать специализированное программное обеспечение таможенных органов и транспортных прокуроров, иных правоохранительных органов и Общественной палаты РФ в целях своевременного выявления и пресечения фактов нелегального ввоза на территорию ЕАЭС драгоценных металлов;
- решить проблему перемещения драгоценных металлов странам – членам ЕАЭС возможно, если действовать как на уровне таможенных служб, так и в межгосударственных договоренностях. Необходимо создать единый рынок драгоценных металлов ЕАЭС: разработать единое правовое регулирование между странами – членами ЕАЭС. То есть законодательство, регулирующее перемещение драгоценных металлов каждого государства подогнать под общий требования Соглашения; юридически закрепить нормативно-правовым документом действия проверяющих органов; признать взаимные клейма драгоценных металлов на территории ЕАЭС; проводить мониторинг по драгоценным металлам, их перемещению между странами – членами ЕАЭС, чтобы быть в курсе возникающих проблем и быстрому их устранению; внедрить маркировки ювелирной продукции (драгоценных металлов). Данное позволит снижению контрабандной продукции на рынках драгоценных металлов.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 : в ред. Закона РФ о поправке к Конституции РФ от 14.03.2020 № 1-ФКЗ // Российская газета. 2020. 4 июля.
2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (с изм. от 29.04.2020) (ред., от 23.03.2021) (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: www.pravo.gov.ru (дата обращения: 28.11.2022).
3. О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон от 03.08.2018 № 289-ФЗ (с изм. на 14.07.2022) (ред., от 13.10.2022) // СПС «Консультант-Плюс».
4. О драгоценных металлах и драгоценных камнях : Федеральный закон от 26.03.1998 № 41-ФЗ // Российская газета. 1998. № 67.

5. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 14.09.2021 № 80 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза, а также об изменении и признании утратившими силу некоторых решений Совета Евразийской экономической комиссии» (с изм. на 25.10.2022) // СПС «КонсультантПлюс».

6. Официальный сайт Федеральной Таможенной службы России. Режим доступа: <https://customs.gov.ru/> (дата обращения: 30.11.2022).

7. Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: <https://pravo.gov.ru> (дата обращения: 30.11.2022).

УДК 339.564

ЗАВИСИМОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ДОХОДОВ ОТ ЭКСПОРТА ПРИРОДНОГО СЫРЬЯ. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

О. Д. Леншина, М. И. Мигунова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье определена взаимосвязь между государственными доходами и экспортом природных ресурсов Российской Федерации. Обозначены основные проблемы, связанные с реализацией поставок природного сырья на внешний рынок. Предложен перечень мер по преодолению действующих барьеров и обозначена роль таможенных органов по их реализации.

Ключевые слова: нефтегазовые доходы; российский товарооборот; природные ресурсы; таможенная статистика; товарная структура экспорта; федеральный бюджет

На протяжении многих лет экономика страны претерпевала значительные изменения, причем влияние оказывали не только внутренние факторы, сопровождающиеся кризисом и чрезмерным инфляционным давлением, но и факторы, вызванные проводимой политикой недружественных стран, проявляющиеся введением ограничительных мер, что, безусловно, негативно сказывалось на объемах внешнеторгового оборота. Однако присутствуют сферы, за счет которых отечественная экономика не допускает глубокого циклического провала, сохраняя стабильные позиции. В частности, в данной статье будет рассмотрена нефтегазовая составляющая федерального бюджета, а также результаты деятельности смежных отраслей промышленности, приносящих финансовые поступления государству за счет осуществления поставок за рубеж.

Основа российского экспорта в 2021 г., как и за весь исследуемый период, традиционно представлена топливно-энергетическими товарами (далее – ТЭТ), доля которых в товарной структуре экспорта в 2021 г. равнялась 54,3 % (в 2020 г. – 49,6 %). Во все предшествующие годы удельный вес указанной категории товаров составлял 50 % и выше от основного объема экспорта в физическом выражении [1]. Отмечено, что за весь рассматриваемый период среди ТЭТ в больших количествах осуществля-

* © Леншина О. Д., Мигунова М. И., 2023

лись поставки нефти сырой, газа природного, угля каменного, таких нефтепродуктов, как керосин, топливо дизельное, бензин автомобильный.

Рассмотрены также поставки металлов и их производных, добыча и переработка которых осуществляется в особо крупных масштабах на восточной части страны. Так, в общем стоимостном объеме экспорта доля металлов и изделий из них в 2021 г. составила 10,4 % (2020 г. – 10,3 %). Установлено, что за все предшествующие годы удельный вес данных товаров не превышал 12 % в общем стоимостном объеме экспорта [1]. Преимущественно в 2010–2021 гг. осуществлялся экспорт таких металлов и их производных, как полуфабрикаты из железа или нелегированной стали, ферросплавы, чугун, алюминий, медь и медные сплавы.

В ходе исследования было обнаружено, что за весь рассматриваемый период основной объем экспортных поставок в денежном выражении среди объектов топливно-энергетического сектора как в страны дальнего зарубежья, так и в страны СНГ обеспечивался нефтью сырой. Что касается металлов и их производных, то в общем стоимостном объеме экспорта в указанные группы стран ведущее место занимали поставки руд и концентратов железных, а также алюминия [1].

В исследуемом периоде стоимостный объем поставок ТЭТ лидировал в сравнении с аналогичными показателями по остальным категориям товаров (рис. 1). В 2021 г. было вывезено ТЭТ на сумму 249,98 млрд долл. США. Объем поставок в физическом выражении от показателей 2020 г. практически не отличался (54,3 % в товарной структуре экспорта).

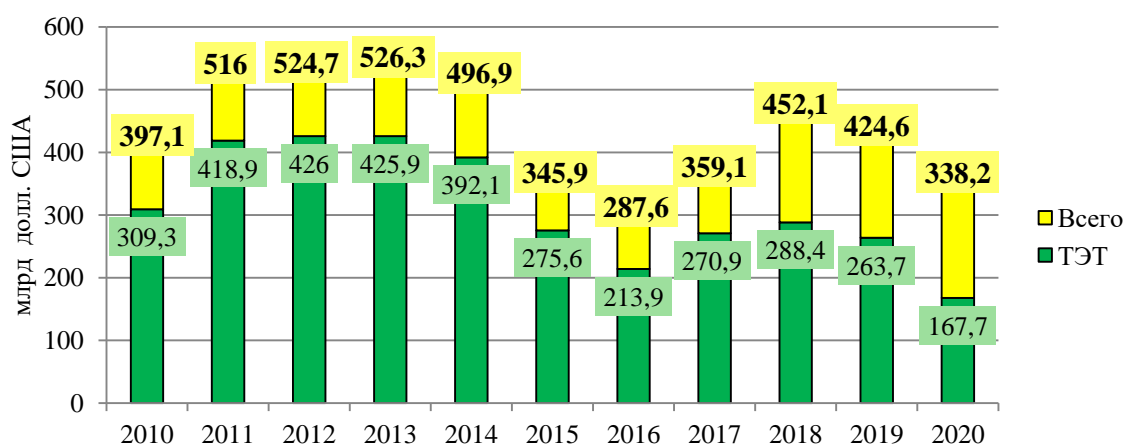


Рис. 1. Динамика сумм экспорта топливно-энергетических товаров относительно общих объемов экспорта за 2010–2020 гг., млрд долл. США

Относительно запасов нефти и конденсата страна за счет диапазона и уровня освоенности отечественных запасов минерального сырья занимает третье место в рейтинге стран-изготовителей и второе среди стран-экспортеров [2].

В 2020 г. в месторождениях Сибирского федерального округа было получено 8,9 % добытой в стране нефти. В частности, ведущие позиции относительно сырьевых запасов занимает Ванкорское месторождение в Красноярском крае, расположенное в Арктической зоне страны [2].

Помимо минерального сырья, Сибирский округ активно экспортирует лесоматериалы и целлюлозно-бумажные изделия. Для поставок данных товаров в каждом году периода 2010–2021 гг. характерны меньшие стоимостные и физические объемы относительно поставок рассматриваемых выше групп товаров. Установлено, что в наибольших количествах среди товаров данной категории осуществлялся вывоз пи-

ломатериалов, целлюлозы, бумаги газетной, лесоматериалов необработанных. В частности, средний показатель объема экспортных поставок леса и его производных не превышал 5 % от общего объема экспорта в стоимостном выражении.

В последнее время Правительство РФ ведет активную борьбу с экспортом необработанных лесоматериалов, используя при этом различные инструменты, одним из которых выступают таможенные платежи. Так, в 2019 г. вывозные таможенные пошлины на данный товар выросли с 25 % от стоимости продукции до 40 %, 2020 – до 60 %, в 2021 г. значение достигло 80 %. С января 2022 г. Правительством установлен запрет на вывоз из России необработанных или грубо обработанных лесоматериалов хвойных и ценных лиственных пород [3].

Ввиду того, что на данном этапе отдельными странами проводится «санкционная» политика в отношении России, устанавливаются запреты на ввоз большого перечня российских лесоматериалов, несмотря даже на то, что данные товары считаются стратегически важными для данных стран. Так, пятый пакет санкций Евросоюза содержит запрет на ввоз продукции российского лесного сектора, а также транзита данных товаров в ЕС через другие страны. Отмечено также снижение пропускной способности на границах с КНР [4].

Согласно данным ФТС России, в 2021 г. было вывезено примерно 14,5 млн м³ необработанной древесины, на ЕС пришлось примерно 45 % экспорта данного ресурса (5,8 млн м³), почти 50 % – в Китай. Балансовая древесина отправлялась в основном в Финляндию, в том же году объем поставок в данную страну составил 4,8 млн м³, что равняется 201,7 млн долл. США. За последнее десятилетие Финляндия наряду с Китаем являлись крупнейшими экспортёрами российского необработанного леса [1].

Как отмечают представители ЛПК, за период январь – май 2022 г. объем лесозаготовок составил 59 721,4 плотных м³ (на 42,7 плотных м³ меньше аналогичного периода 2021 г.). В свою очередь, как отмечают эксперты, объем экспорта может снизиться до 3 % заготовки, однако существенные угрозы для реализации данного сырья отсутствуют. Ожидается переориентация поставок на другие рынки, в частности страны БВСА и Азии, традиционно Китай. При этом отправки древесины в Китай осуществляются, как правило, через железнодорожный пункт пропуска Хасан, расположенный в Приморском крае. Соответственно, большая часть грузов отправляется из приближенных территорий – Сибири и Дальнего Востока. Отмечено также, что Белоруссией в текущем году втрое увеличен показатель импорта российской древесины. Кроме того, возросли объемы поставок в Таджикистан, Иран, Южную Корею, ОАЭ [4].

На данном этапе Рослесхоз совместно с Роскосмосом проводят эксперимент по непрерывному мониторингу лесного фонда «Цифровая земля», в рамках которого выявляются и пресекаются нарушения лесного законодательства. Так, при помощи дистанционного зондирования земли обнаруживаются факты незаконной вырубki леса. Полученные данные также проходят дополнительную сверку с уже заявленными лесными декларациями с целью подтверждения легальности лесозаготовок. Мониторинг уже активно ведется в Архангельской и Иркутской областях, в дальнейшем планируется присоединение к сервису территорий Республики Башкортостан, Свердловской области и Красноярского края [5].

Изучив свод данных, представленных Минфином РФ, можно констатировать, что значительная доля доходов федерального бюджета приходится на нефтегазовые доходы. Нефтегазовые доходы представлены налогом на добычу полезных ископаемых в виде углеводородного сырья, налогом на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья, вывозными таможенными пошлинами на сырую нефть и газ природный, вывозными таможенными пошлинами на продукты переработки нефти [6]. Сопоставление объемов поступлений в виде нефтегазовых доходов (млрд руб.) к общему

числу государственных доходов за каждый год исследуемого периода представлено в табл. 1. Очевидно, что доля нефтегазовых доходов в общих доходах бюджета в среднем за каждый год составляет 40 %, что является весомым показателем.

Таблица 1

Нефтегазовые доходы к общему объему поступлений в бюджет за 2010–2021 гг.

Отчетный период	Государственный бюджет Российской Федерации, млрд руб.	
	всего	нефтегазовые доходы
2010 г.	8 305,4	3 830,7
2011 г.	11 367,7	5 641,8
2012 г.	12 855,5	6 453,2
2013 г.	13 019,9	6 534,0
2014 г.	14 496,9	7 433,8
2015 г.	13 659,2	5 862,7
2016 г.	13 460,0	4 844,0
2017 г.	15 088,9	5 971,9
2018 г.	19 454,4	9 017,8
2019 г.	20 188,8	7 924,3
2020 г.	18 719,1	5 235,2
2021 г.	25 286,4	9 056,5

Необходимо отметить, что за последние три года основу нефтегазовых доходов России составили: НДС на нефть (свыше 50 % от общего объема нефтегазовых доходов) и вывозные таможенные пошлины на газ природный и нефть сырую.

За предшествующие три года наблюдается положительная динамика в структуре нефтегазовых доходов. Можно предположить, что данные изменения связаны с повышением ставок возвратных акцизов на отдельные нефтепродукты в 2019 г.

Однако присутствуют угрозы для нефтегазового сектора экономики, а также в части осуществления поставок отечественного сырья на внешний рынок. В первую очередь экономический спад может быть вызван наличием следующих рисков:

- истощение запасов ведущих месторождений страны;
- сложившаяся геополитическая обстановка, проявляющаяся в недружественной политике стран, ранее являющихся основными торговыми партнерами России;
- присутствие риска как среднесрочных, так и долгосрочных потерь налоговой базы, вынужденная перестройка хозяйственных связей;
- банкротство, приостановление деятельности отечественных предприятий ЛПК.

Государством активно внедряются превентивные меры в целях недопущения негативных последствий от возникших на данном этапе угроз, в т. ч. в части таможенно-тарифного регулирования. Так, Минфином уже обозначены основные направления бюджетной и налоговой политики РФ на период 2023–2025 гг., согласно которым в эти годы предстоит работа по расширению международного сотрудничества и переориентация экспортных потоков в направлении азиатских рынков. В сложившихся условиях ключевой остается задача достижения национальных целей развития.

В 2023–2025 гг. ожидаются значительные изменения бюджетной политики, в т. ч. запланированы нововведения в налоговой системе:

- повышение ставки НДС и увеличение ставки вывозной пошлины на природный газ, повышение действующей ставки налога на прибыль в отношении экспортеров сжиженного природного газа (СПГ);
- корректировка демпфирующего механизма в обратном акцизе на нефтяное сырье, сопровождающаяся надбавкой в ставке НДС;

– повышение НДС на уголь (на период I квартала будущего года), а также введение вывозной таможенной пошлины на удобрения и уголь при превышении определенного уровня экспортных цен [6].

Предполагается, что данные меры будут способствовать сохранению экономической и финансовой устойчивости страны.

В дополнение к указанным мерам можно сформулировать также следующие рекомендации: наращивание торговых отношений с дружественными странами, в частности путем применения механизмов таможенно-тарифного регулирования, временное снятие количественных ограничений для ряда сырьевых товаров, в т. ч. отдельных объектов лесоперерабатывающей отрасли, в отношении стран ЕАЭС.

Наша страна располагает значительной долей от мирового запаса природных ресурсов, поэтому не исключено, что нефтегазовая и прочие отрасли топливно-энергетической промышленности еще на протяжении многих лет будут являться основой российской экономики.

Список литературы

1. Таможенная статистика. Товарная структура экспорта РФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт ФТС России. Режим доступа: <https://customs.gov.ru>.

2. Государственный доклад «О состоянии и использовании минерально-сырьевых ресурсов Российской Федерации в 2020 году» [Электронный ресурс] : ред. ФГБУ «ВИМС», совместно с ФГБУ «ЦНИГНИ», ФГБУ «ВНИГНИ» // Официальный сайт Всероссийского научно-исследовательского института минерального сырья им. Н. В. Федоровского. М., 2021. Режим доступа: <https://vims-geo.ru/ru>.

3. Об утверждении Стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года : Распоряжение Правительства РФ от 11.02.2021 № 312-р [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_377162.

4. Экспорт кругляка в 2022 году – самоограничения, усиленные санкциями [Электронный ресурс] // Журнал профессионалов ЛПК «ЛесПромИнформ». 2022. Вып. 5 (167). Режим доступа: <https://lesprominform.ru/jarticles.html?id=6300>.

5. Эксперимент «Цифровая земля» // Пресс-центр [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства лесного хозяйства. Режим доступа: <https://rosleshoz.gov.ru/news/2022-10-31/n10330>.

6. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2023 год и плановый период 2024 и 2025 годов [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов РФ. 2022. Режим доступа: <https://minfin.gov.ru>.

ИССЛЕДОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКТОВ НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ АССОРТИМЕНТА НА ЭЛЕКТРОННЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДКАХ КНР

Д. М. Лысенко*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В исследовании выделены факторы, обуславливающие важность развития торгово-экономических отношений с КНР, включая экспорт из России сахаристых кондитерских изделий на основе клюквы и брусники. Показана растущая значимость электронных торговых площадок для сбыта продукции и изучения покупательских предпочтений. Проведена оценка ключевых маркеров спроса на сахаристые кондитерские изделия в КНР: цены, страны производства, бренда, состава и оформления упаковки.

Ключевые слова: экспорт пищевых продуктов; электронная торговля; сахаристые кондитерские изделия

Важнейшим соседом России в Азии является Китай. Масштабы взаимосвязей наших стран определяются большой протяженностью общих границ и растущим влиянием КНР на экономическое развитие России, особенно восточных районов.

Укрепление сотрудничества с Китаем важно для России по политическим и экономическим соображениям. Его основу закладывает торговое партнерство наших стран, где товарооборот достиг 13,0 млрд долларов США за 2021 г. (темп роста с начала 2021 г. к январю 2022 г. составил 149,6 %) [1]. Кроме того, сотрудничество с КНР способствует развитию Сибири и Дальнего Востока. В свою очередь, Китай также рассматривает Россию как геополитического и экономического партнера. Россия выступает важным поставщиком некоторых товаров, необходимых Китаю (например, вооружение, нефть, лесоматериалы и другие виды сырья) [2].

На экономику стран в связи со стремительным развитием технологий оказывают влияние электронные торги. Так, основными операторами онлайн-продаж в Китае выступают: Alibaba – гигантская электронная площадка, AliExpress – крупнейший торговый портал, Taobao, Tmall, Aliyun, Suning, «1688». В китайской зоне Интернета число пользователей достигло 1032 млн человек – 73 % населения страны [3]. Население КНР активно применяет цифровые технологии, включая покупку товаров через Интернет и оплату различных услуг. Китайский рынок электронной торговли занимает второе место в мире после рынка США.

России сейчас как никогда требуется усиление торговых связей с Китаем. Выставление своих товаров на китайских электронных торговых площадках способствует не только укреплению отношений с КНР, но и расширению собственных экономических возможностей. К сожалению, российских товаров в настоящее время не так много на маркетплейсах Китая. Чтобы размещать свой товар, необходимо знать о потребностях населения страны, о том, на какие характеристики товара люди в большей степени обращают внимание.

Рассмотрим на примере сахаристых кондитерских изделий (варенье, джем и др.) из северной ягоды, а именно брусники и клюквы, на какие характеристики товара жители Китая обращают наибольшее внимание при их покупке на электронных торговых площадках Alibaba Group (Taobao, Tmall, JD (Jingdong Mall), Epinduo, 1688) и AliExpress.

* © Лысенко Д. М., 2023

Изучив внимательно карточки товаров на электронных торгах, можно увидеть, что основной характеристикой товара для китайцев является цена. Продукты питания в КНР довольно дорогие (многие жители ввиду дороговизны приобретают их не в супермаркетах, а на рынках), поэтому ценовой фактор является решающим при покупке товаров. Средняя цена за 100 г джема составляет около 6 юаней (50,78 руб.), что является приемлемым условием для его покупки. Цены варенья российских производителей колеблются от 11,8 до 99 юаней, схожее значение имеют и цены на сахаристые изделия зарубежных фирм – 12,9–95 юаней. Из сказанного выше можно сделать вывод, что производители сахаристых кондитерских изделий из северной ягоды охватили наибольший диапазон цен, как следствие, такой широкий выбор может позволить подобрать товар каждому потребителю независимо от его материального состояния.

Также на карточке продукта всегда можно увидеть пометку, где был произведен товар, и его торговую марку. Агентством Дальнего Востока был проведен опрос с целью выяснить отношение населения КНР к российским пищевым продуктам. При этом выяснилось, что более 90 % респондентов довольны качеством продуктов и намерены покупать их в будущем, только 2 % китайцев, попробовавших российские продукты, не хотят покупать их снова [4]. На электронных торговых площадках представлены китайские бренды, такие как Bluebeauty. Также можно найти производителей клюквенных джемов из Великобритании (Tiptree, Haiterr), США (Ocean spray, Best yet), Японии (Nissei), Франции (Andreu Group, St. Dalfour). Лидирующее место занимают российские производители сахаристых кондитерских изделий из клюквы и брусники таких торговых марок, как «Лесные уголья», «Тайника», «Bioteka», «Столбушино», «Таежная кухня», «Главпродукт», «Махеев» и др.

Другим важным критерием при покупке сладких изделий из брусники и клюквы является состав. Большинство китайских потребителей обращают внимание на безопасность пищевых продуктов. Так, российские производители в большинстве случаев ограничиваются следующим указанием компонентов: сахар, брусника/клюква, загуститель – пектин, лимонная кислота. В составе изделий можно найти необычные добавки, такие как яблоки и корица. У зарубежных производителей в составе сахаристых продуктов, кроме основных ингредиентов, перечисленных выше, не редко встречаются вода, кукурузный сироп, сироп фруктозы, ароматизатор пищевой. Таким образом, джемы из России можно считать более натуральными, чем изделия из других стран.

Внешний вид упаковки также является ключевой причиной выбора изделия. Известен ряд исследований, доказывающих, что люди склонны связывать отдельные цвета с основными вкусами (сладкий, кислый, соленый, горький) и используют цвет для правильной идентификации вкуса продукта. Так, красный, розовый и оранжевый цвета могут ассоциироваться со сладостью содержимого, желтый и зеленый указывают на кислый вкус, белый, голубой и серый – на соленый, черный, фиолетовый и коричневый – на горький [5]. Данным явлением широко пользуются производители джема и варенья из северной ягоды. Этикетки на изделиях российских и иностранных фирм имеют преимущественно оттенки красного цвета, реже встречается зеленый, белый и другие цвета.

Визуальный центр композиции маркировки также влияет на готовность купить продукт. Такой элемент, как алые ягоды, независимо от фирмы товара, можно найти практически на каждой этикетке сахаристого изделия из клюквы и брусники. Данный «указатель» вызывает ассоциацию использования в кондитерском изделии натуральных растительных продуктов.

Китай – мировой лидер по объему потребления пищевых продуктов. Этому способствует не только рост численности населения, но и повышение благосостояния граждан КНР, увеличение процесса урбанизации и, как следствие, смена концепции пи-

тания, которая ориентирована на натуральность, полезность и безопасность продукции. Европейские производители активно расширяют предложение, но еще не захватили весь рынок. У российских производителей продуктов питания, в т. ч. сахаристых кондитерских изделий, есть потенциал и свободная ниша [6]. Российские бренды способны конкурировать с зарубежными торговыми марками по производству клюквенного и брусничного джема и варенья на электронных площадках Китая. С расширением поставок Россия может стать лидером на рынке сахаристых кондитерских изделий.

Список литературы

1. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://customs.gov.ru> (дата обращения: 02.11.2022).
2. Россия и Китай: четыре века взаимодействия. История, современное состояние и перспективы развития российско-китайских отношений. М.: Весь Мир, 2013. 704 с.
3. China Internet network information center (CNNIC) [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.cnnic.com.cn/IDR/ReportDownloads> (дата обращения: 21.11.2022).
4. СОЮЗНАБ / Российский экспорт: что продавать в Китай? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ssnab.ru/news/rossiyskiy-eksport-chto-prodavat-v-kitay> (дата обращения: 20.11.2022).
5. Spence C., Wan X., Woods A. et al. On tasty colours and colourful tastes? Assessing, explaining, and utilizing crossmodal correspondences between colours and basic tastes 2015. URL: <https://flavourjournal.biomedcentral.com/counter/pdf/10.1186/s13411-015-0033-1.pdf> (дата обращения: 13.11.2022).
6. Butova T. G., Demakova E. A., Ulina S. L. et al. Methodological Approach to Forming Criteria for Selecting Food Products for Territorial Branding // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2020. № 13 (11). P. 1880–1892.

УДК 339.543:339.138

ИНСТРУМЕНТЫ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА

М. Н. Мурашов, Я. А. Рудич, М. И. Мигунова*

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Специфика деятельности таможенных органов требует скорости принятия различных решений для обеспечения качественного и своевременного оказания услуг. В реализации данного направления важную роль играют цифровые технологии, которые помогают значительно экономить время совершения таможенных операций. Актуальным направлением развития системы цифрового маркетинга в таможенной сфере выступает digital-маркетинг, необходимый при реализации таможенных услуг.

Ключевые слова: digital-маркетинг; цифровой маркетинг; таможенное дело; таможенные услуги

* © Мурашов М. Н., Рудич Я. А., Мигунова М. И., 2023

В условиях глобализации, предполагающей формирование единого экономического и таможенного пространства, переход к инновационным методам управления становится приоритетным направлением в развитии сферы таможенных услуг. Во взаимосвязи различных факторов, влияющих на таможенную систему, и возникающих при этом проблем, digital-маркетинг выступает одним из действенных инструментов их решения, способствующим эффективному управлению таможенными услугами.

Digital-маркетинг – это направление маркетинга, которое помогает удерживать и привлекать новых потребителей при помощи цифровых технологий и взаимодействовать с потребителем услуг в онлайн-режиме.

У данного вида маркетинга есть свои преимущества и недостатки, остановимся в первую очередь на его преимуществах:

- взаимодействие с потребителем услуг в самых отдаленных местах не только страны, но и мира;
- можно рассказать об услуге за короткий промежуток времени;
- позволяет без затруднений налаживается связь с потребителем услуг;
- позволяет оказывать воздействие на потребителя, что существенно увеличивает шансы на заинтересованность той или иной услугой;
- цифровое продвижение и обслуживание значительно дешевле других методов и направлений [1].

Digital-маркетинг подразделяется на следующие виды.

1. Контекстная реклама – реклама в виде ссылок на сайты с похожей тематикой, набранной в поисковике (пример приведен на рис. 1). Например, если потребитель введет в «Яндексе» или любом другом браузере запрос «таможенные службы Красноярск», то снизу будут ссылки на сайты, связанные с услугами в сфере таможенного дела, что, несомненно, найдет отклик со стороны потребителя, если он, безусловно заинтересован в данной услуге и, как следствие, он воспользуется предложенной ему рекламой.

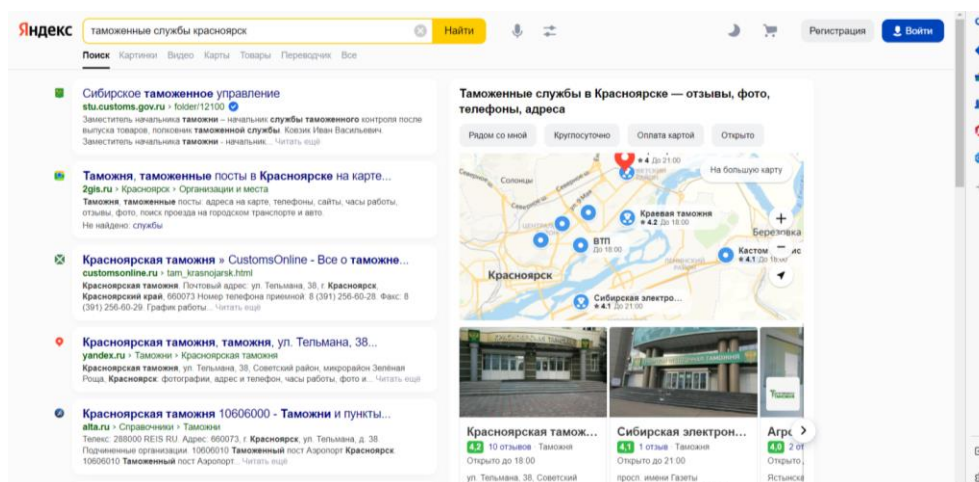


Рис. 1. Пример контекстной рекламы

2. Вирусная реклама (рекламирование товара или услуги по инициативе самих пользователей услуг).

3. Партнерский маркетинг (если простыми словами, то вы получаете вознаграждение в качестве процента от прибыли за рекламу и привлечение новых потребителей).

4. Медийная реклама (реклама, которые можно увидеть и услышать в виде аудио-, видео- и фотоформата на любом сайте или информационном источнике).

5. Email-рассылка (рассылка рекламных сообщений пользователям соцсетей) [2].

В табл. 1 авторами приведены примеры digital-маркетинга, существующие в мировой практике.

Рассмотрев виды и сущность цифрового маркетинга, далее остановимся на его базовых инструментах, к которым относятся:

- создание разнообразного контента по тематике предприятия;
- SMM-маркетинг (работа в социальных сетях и размещение там контента с целью привлечения и удерживания новых потребителей услуг);
- SERM (репутационный инструмент предприятия, цель которого – поддержание положительного имиджа при помощи отзывов, статей и др.);
- приложения (очень действенно и актуально, особенно сейчас, например: если потребитель скачивает базовую версию приложения «ВЭД-Декларант», то появится вся необходимая информация для формирования комплекта документов для таможенного оформления);
- Landing page (целевая страница, цель которой – реклама конкретной таможенной услуги). Пример приведен на рис. 2.

Таблица 1

Практика применения digital-маркетинга в современном мире

Вид	Пояснения
Цифровое телевидение	Цифровое телевидение соединяется с интернет-приложениями. С помощью телевизора потребители могут зайти в свои аккаунты в соцсетях, посмотреть видеоролик и просмотреть новостную ленту
Интерактивные экраны	Встречаются в магазинах, на улицах и даже в метро, вытесняя наружную рекламу. Этот канал позволяет плотно взаимодействовать с потребителем, привлечь его сообщением и помочь в совершении покупки
Digital-гаджеты	Устройства собирают информацию, которая в дальнейшем выгружается на телефон или компьютер
Digital-art	Это может быть рисунок, мелодия, видео, анимация, игра, веб-сайт, перформанс и инсталляция

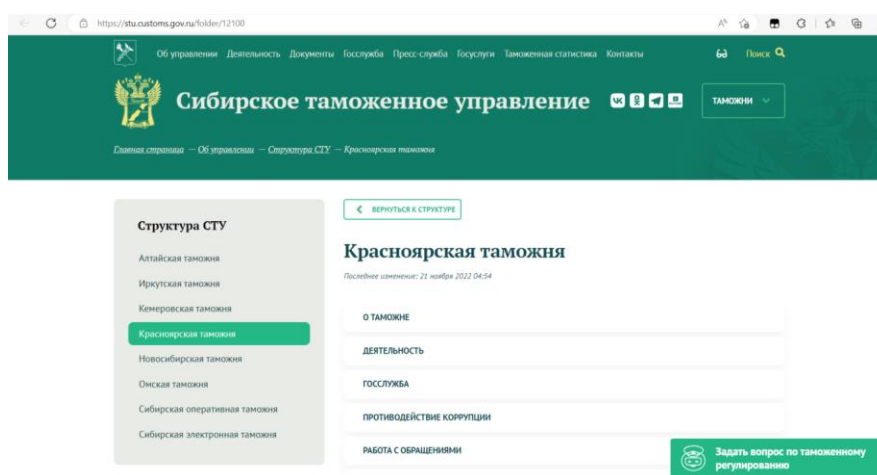


Рис. 2. Пример landing page Сибирского таможенного управления

Несомненно, для более продуктивной и эффективной работы по продвижению таможенной услуги необходимо объединение всех выше указанных инструментов в один единый комплекс [3; 4].

В рамках реализации digital-маркетинга специалисты-маркетологи держат связь с потребителями через определенные пути, которые принято называть каналами.

В настоящее время существует достаточно большое количество каналов digital-маркетинга для связи с клиентом, что, безусловно, является немаловажным фактором, как для сферы таможенных услуг, так и любого иного бизнеса.

Перечень каналов взаимодействия постоянно обновляется, что обусловлено развитием цифровых технологий, а каналы, которые уже используются в практике, представлены на рис. 3.

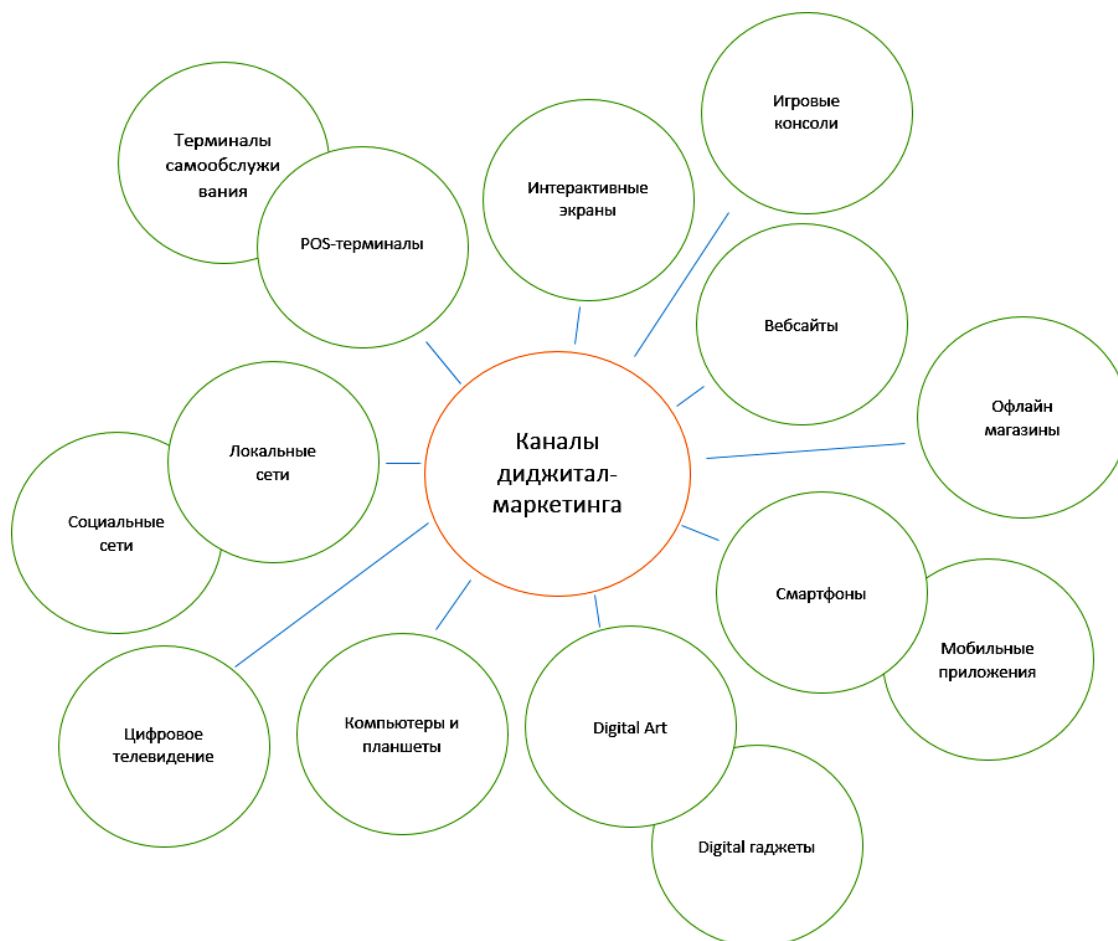


Рис. 3. Востребованные каналы digital-маркетинга

Несомненно, наряду с положительными тенденциями, о которых шла речь выше, в использовании маркетинга в таможенном деле существуют определенные недостатки и трудности. Поэтому для развития системы маркетинга в таможенной сфере и обеспечения качества и высокой эффективности таможенных услуг нельзя не согласиться со специалистами в данной области, которые предлагают:

- сформировать и разработать базовую модель кибернетического института таможенного администрирования, отражающую суть гибридной интеллектуализации таможенных процессов и технологий и дорожной карты (проекта) ее реализации;
- разработать основы теории таможенного администрирования и управления на основе знаний – теории цифрового таможенного управления или когнитивной теории;
- создать подсистему управления таможенными услугами – систему маркетинга в сфере таможенных услуг с учетом ее развития в условиях происходящих стратегических изменений;
- определить критерии, показатели и методы оценки социально-экономических выгод от развития таможенной системы как системы услуг;

- развитие методической и программно-технической базы обеспечения безопасности систем, информационных сред, программно-технических инструментов цифрового таможенного администрирования и управления;
- решение правовых, инфраструктурных, оргштатных вопросов и вопросов подготовки кадров;
- использование передового мирового опыта по данному направлению [5; 6].

Подводя итог всему сказанному выше, стоит отметить, что цифровой мир активно развивается, а вместе с ним и digital-маркетинг, который помогает удержать и привлечь большое количество потребителей, но при этом следует учитывать, что только при правильном подходе к предоставляемым услугам в сфере таможенного дела можно достичь эффективных результатов.

Список литературы

1. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М. : Финпресс, 2016. 417 с.
2. Данько Т. П., Китова О. В. Вопросы развития цифрового маркетинга // Проблемы современной экономики. 2013. № 3(47). С. 261–265.
3. Занина Е. Г. Комплексный подход к обоснованию стратегии маркетинга предприятия // Направления повышения эффективности управленческой деятельности органов государственной власти и местного самоуправления : сб. материалов I международного науч.-практ. конф. Алчевск: Донбасский государственный технический университет, 2018. С. 75–80.
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2004. 944 с.
5. Роль и проблемы маркетинга в сфере таможенных услуг [Электронный ресурс]. Режим доступа: [HTTPS://WWW.RUCONT.RU/efd/589664](https://www.rucount.ru/efd/589664).
6. Цифровая таможня: зарубежный опыт и актуальные проблемы их решения в России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://edrf.ru/article/06-04-2019>.

УДК 339.543:656.831.5

ФОРМИРОВАНИЕ ТАМОЖЕННОЙ ГРАМОТНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ – ОТПРАВИТЕЛЕЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОЧТОВЫХ ОТПРАВЛЕНИЙ

Е. Р. Мустафаева*

Научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е. А. Герасимова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В работе рассмотрена важность соблюдения таможенной грамотности для повышения эффективности международных отправок. Предложено внедрение анкетирования для физических лиц в целях предотвращения ошибок и трудностей в рамках МПО.

Ключевые слова: бюджет; товары; посылка; таможенный пост; таможенная грамотность; физические лица

* © Мустафаева Е. Р., 2023

Как известно, таможенные платежи играют важную роль в экономическом развитии страны. Федеральная таможенная служба России считается основным администратором доходов федерального бюджета – непосредственно таможенных доходов. Важно отметить, что в 2021 г. должностные лица оформили приблизительно 230 млн посылок в области международной электронной торговли. А вместе с уплатой таможенных платежей оформлено 0,55 % всех отправлений (1,27 млн посылок). Совокупность уплаченных таможенных платежей составила 3,3 млрд руб., что на 62,8 % больше, чем в 2020 г. (2 млрд руб.). А 84,5 % от общего числа посылок (194,3 млн шт.) приходится на международные почтовые отправления (МПО). Из них 0,24 %, или 464 тыс. шт., оформлено с уплатой таможенных платежей. Сумма перечислений по ним составила 835,7 млн руб. (25,2 % от общей суммы платежей в 2021 г.) [1]. В условиях санкций, неустойчивой экономической и политической ситуации их значимость в пополнении бюджета государства в целях успешного существования и выполнения им своих функций только увеличивается. Следовательно, должностным лицам следует выполнять свои задачи оперативно. Как показывает практика, не всегда эффективность работы таможенных органов зависит только от них самих. Например, у большинства физических лиц отсутствует таможенная грамотность в сфере международных почтовых отправлений, которая подразумевает сочетание осведомленности, знаний, навыков, установок, связанных с таможенным кодексом. Многие люди, отправляя посылки, не задумываются о том, что могут столкнуться с таможенными операциями.

В настоящее время в России к МПО относятся посылки и отправления письменной корреспонденции, которые являются объектами почтового обмена в соответствии с актами Всемирного почтового союза, сопровождаются документами, предусмотренными актами Всемирного почтового союза, пересылаются за пределы таможенной территории Союза из мест (учреждений) международного почтового обмена, либо поступают на таможенную территорию Союза в места (учреждения) международного почтового обмена, либо следуют транзитом через таможенную территорию Союза [2]. Как известно, данные отправления запрещены к выдаче операторами почтовой связи их получателям либо отправлены за пределы таможенной территории таможенного союза без разрешения таможенного органа.

Отметим, что товары, пересылаемые в МПО, за исключением пересылаемых физическими лицами товаров для личного пользования, подлежат таможенному декларированию с использованием декларации на товары в случаях, если:

- 1) необходима уплата таможенных пошлин;
- 2) в отношении товаров применяются специальные компенсационные, антидемпинговые, защитные меры и соблюдаются запреты и ограничения;
- 3) фактический вывоз товаров с таможенной территории ЕАЭС должен быть подтвержден отправителем товаров таможенному и (или) налоговому органам;
- 4) товары помещаются под таможенную процедуру иную, чем таможенная процедура выпуска для внутреннего потребления [3].

В состав Красноярской таможни входит Ачинский таможенный пост, который в основном осуществляет контроль международных перевозок иностранных автомобилей и почтовых отправлений в отношении физических лиц.

Разберем поэтапно работу с МПО, взяв в качестве примера одну из пассажирских таможенных деклараций (далее ПТД). На рис. 1 представлен процесс передачи МПО от отправителя до получателя.

По данному процессу можно понять, что если физическое лицо не обладает таможенной грамотностью, то требуется огромное количество времени для каждого этапа как для таможенного органа, так и для физического лица. Не всегда цифровизация способствует ускорению операций. Зачастую основную работу выполняют сами долж-

ностные лица. А если в посылке содержатся товары, которые включены в таможенный реестр интеллектуальной собственности, то продлевается срок выпуска товара на время, необходимое для получения ответа от представителя правообладателя. Также возможны случаи, когда необходимо провести таможенный досмотр.

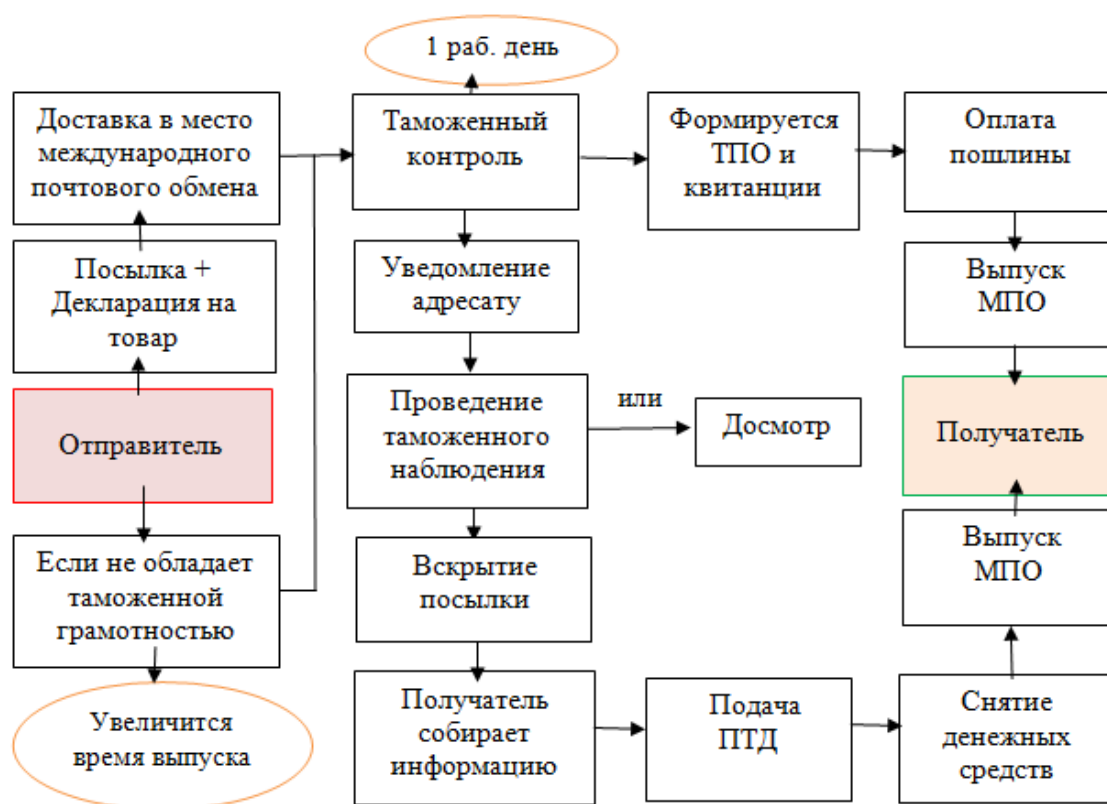


Рис. 1. Процесс передачи международного почтового отправления

Таким образом, на выпуск МПО требуется немалое количество времени при отсутствии таможенной грамотности и, прежде чем заказывать товары из-за рубежа, отправлять или же получать посылки, следует подробно изучить правила их перемещения для личного пользования: они размещены на официальном сайте Федеральной таможенной службы, чтобы не возникали подобные ошибки и трудности [4]. Но не всегда люди воспринимают сплошной текстовый вариант, поэтому правила перемещения товаров для личного пользования следует оформить, например, в форме анкеты, которая представлена на рис. 2. Если соблюдать данный алгоритм, то отправитель сможет быстрее сориентироваться, как ему действовать, а также сэкономить свое время. Для удобства физическому лицу могут быть предложены заполненные образцы.

Отметим, что таможенные органы могут проводить ТК в рамках одного международного почтового отправления до 10 рабочих дней. Эту ситуацию можно рассмотреть и в денежном эквиваленте. Как говорилось выше, основная деятельность Ачинского таможенного поста – контроль международных почтовых отправлений. Если каждое МПО будет продлеваться на такое время, то работа таможенных органов будет увеличиваться, следовательно это может повлиять на их денежное довольствие, так как у них есть возможность получать дополнительные надбавки, поощрения, например, за достижение высоких результатов в служебной деятельности и т. п. Также примерно на 10 % могут сократиться и канцелярские расходы, которые уходят на ПТД. Итого, если взять среднее денежное довольствие сотрудника таможенных органов, которое соста-

вит 50 000 тыс. руб., вычесть расходы за канцелярию и дополнительные надбавки, то в конечном итоге меньше 40 000 тыс. руб. Таким образом, если физическое лицо будет обладать таможенной грамотностью, то у него, а также у должностных лиц сократится время, а также расходы, потраченные на МПО и тогда таможенные органы смогут быстрее и намного эффективнее осуществлять свою основную функцию в области формирования государственного бюджета.



Рис. 2. Образец анкеты для физических лиц.

Список литературы

1. Внешнеэкономические новости «В 2021 году таможенные органы оформили почти 230 млн посылок в рамках международной электронной торговли» [Электронный ресурс] // Таможенный портал для участников ВЭД «Альта-Софт». Режим доступа: https://www.alt.ru/external_news/87222.
2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза: Определения [Электронный ресурс] // Таможенный портал для участников ВЭД «Альта-Софт». Режим доступа : <https://www.alt.ru/codex-2018/R1/GL1/ST2>.
3. Об определении порядка совершения таможенных операций в отношении товаров, пересылаемых в международных почтовых отправлениях в Российскую Федерацию, в том числе проставления таможенным органом соответствующих отметок, а также порядка и формы представления в таможенный орган информации, используемой при совершении таможенных операций в отношении данных товаров, посредством информационных систем таможенных органов : приказ Минфина России от 11.09.2020 № 190н [Электронный ресурс] // Таможенный портал для участников ВЭД «Альта-Софт». Режим доступа: <https://www.alt.ru/tamdoc/20a00190/>

4. Особенности порядка и условия перемещения через таможенную границу Евразийского экономического союза международных почтовых отправок и пересылаемых в них товаров [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной таможенной службы России. Режим доступа: <https://customs.gov.ru/fiz/mezhdunarodnyepochtovye-otpravleniya>

5. Бакаева О. Ю. Вопросы повышения уровня информированности и правовой грамотности субъектов, подконтрольных таможенным органам // Правовая культура [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17818700>.

УДК: 338.48-5:379.8.091

STRENGTHENING INTERNATIONAL COOPERATION THROUGH INTERNATIONAL EVENTS

A. S. Babushkina, M. V. Glotova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. The article considers the impact of international event tourism on the development of the hotel industry in the Russian Federation. The results of the impact of major international sporting events in Russia on the hotel business were taken as a basis. After analyzing the statistical data, a positive trend in the development of the hotel business after the international competitions was revealed.

Keywords: event tourism; hotel business; sporting events; development of hotel industry; occupancy of the hotels rooms; international sport competitions

There are many factors that affect the development of the hotel industry and the occupancy of the room stock: political and legal, travel safety, demographic, economic and financial, cultural, trade development, new and latest technologies, etc. In my article, I would like to touch on one of the most important and large-scale ways to attract tourists from all over the world for the development of the hospitality industry in Russia.

Sports events have attracted people from different parts of the Earth to the venues of sports competitions since ancient times. Nowadays, when travel has become much more accessible, sports fans and athletes from all over the world, in large numbers, gather in the venues of the competitions. This cannot affect the development of the hotel industry, in order to accommodate participants and guests of competitions, it is necessary to provide cities hosting sports events with a sufficient amount of room stock.

Over the past decade, the Russian Federation hosted four world-class sporting events: the Summer Universiade in Kazan, the Olympic games in Sochi, the Football World Cup, and the Universiade in Krasnoyarsk. Since then, all these events have had a great impact on the hotel industry.

In my work, I will reveal this topic on the example of two international sporting events that took place in Russia: the Universiade in Kazan and the Football World Cup. It is worth taking into account the information provided by the owners of existing hotels about how the holding of international competitions affected their business. It is also necessary to take into account the number of new hotel enterprises built for these events.

* © Babushkina A. S., Glotova M. V., 2023

The development of the hotel industry is cyclical and one may wonder how international competitions can affect its development. For example, in 2013, the World Summer Universiade was held in the capital of Tatarstan. According to the President of the International Student Sports Federation, the Kazan Universiade is recognized as the best in the history of the World student competitions. 11,759 athletes from 169 countries took part in the Universiade. According to the official data, more than 150 thousand tourists visited Kazan during the Universiade. 50 hotels were involved in the competition, 13 of them were built specially for the Universiade. There were also 28 houses in the Universiade Village where the athletes and the members of official organizations lived.

Before the Universiade, the total number of officially registered hotels in Kazan was 61. The total number of rooms was more than 3500. Hotel operators admitted that the occupancy rate of the room stock was expected to be 100% during the games. However, it usually is 40-50%, which allows hotels to function quite normally without incurring losses.

Nikolay Nagach, General Manager of the IBIS Kazan Hotel, said:

«For regular tourism, Kazan is probably more or less provided with hotels. If the load in all hotels is not 80-90%, then the room stock is sufficient. There are not enough rooms for major city events».

In connection with the Universiade, large international hotel operators came to Kazan.

In 2013, The Deputy Chairman of the Committee for External Relations and Tourism of the Executive Committee of Kazan - Ivan Kadoshnikov said:

«A Marriott hotel, Park Inn (Rezidor Hotel Group operator) is being built in Kazan, the documentation for the construction of the Hilton Garden Inn hotel is being developed. What will happen in our hotel business after the arrival of such well-known operators? All businessmen agree that significant changes are coming, but it is unclear which ones, since the strategies of the "newcomers" are still unknown».

Hoteliers of Kazan hotels also expressed their opinion about the arrival of the international companies on the Kazan hotel services market.

Fina Rizayeva, General Manager of the Mirage Hotel:

«Undoubtedly, the arrival of foreign operators will have a positive impact on the image of the city, emphasize its leading positions and attract foreign capital. This will also lead to some correction in the hotel market: large operators, whose name is recognizable all over the world, have an image and their own sales channels abroad».

Nikolay Nagach:

«Of course, everyone will improve the quality of service. It may not be right away because a certain mentality and lifestyle exists in Kazan. It is expressed in the fact that new employees do not always understand that they are supposed to stand at the counter and talk politely».

The statistical results of the occupancy of the number of rooms were not as good as expected. In fact, the fill rate from 95% to 100% was observed only on the opening and closing days of the competition. On the remaining days, the occupancy of the hotels rooms was no more than 70-80%.

The cost of hotel services for the period of the Universiade increased by 50-60%.

The Universiade in Kazan did not meet all expectations. Firstly, it was planned to build 15 new hotels, but, in the end, two of them were not built. It was also expected that the occupancy of hotels would be 90-100%, but this trend was observed only on the days of the major events, such as the opening and closing of the Universiade, on the other days the fill rate was significantly less. But it is worth noting that the profit and workload were significantly higher than in normal times. It is also worth considering the fact that global brands have entered the Kazan hotel services market which not only increased the number of rooms in the city but al-

so gave an impetus to the development of local hotels, since now they need to compete with large global enterprises.

Table 1

Price growth indicators in Kazan during the Universiade

Hotels' names	Price of a single room per day on the tenth of June, rub	Price of a single room per day on the sixth-seventeenth of July, rub	Increase, %
Ibis	4680	5580	19
Mirage	4352	10000	129
Grand Hotel Kazan	3800	7300	92
Ramada	4200	600	42
Park Inn	4650	9450	103
Suleiman Palace	3800	6500	71
Tatarstan	2200	2200	0
Riviera	4900	5700	16
Courtyard Marriot	5200	8900	71

In 2018, the Russian Federation hosted the FIFA World Cup. It was the first time when Russia became the host of the World Football Championship. Moreover, it was the first championship that was held in Eastern Europe. In total, 1.3 million fans attended the matches, including 570,000 foreigners, which made the 21st FIFA World Cup the most profitable one in the history of the event. This has certainly affected the hotel industry in Russia.

The average occupancy rate of hotel rooms during the championship was more than 70%.

In 2017, the share of international hotels in the St. Petersburg market reached 44%.

The big plus was that the matches were held in several cities of Russia: Moscow, Kaliningrad, St. Petersburg, Nizhny Novgorod, Volgograd, Kazan, Samara, Saransk, Rostov-on-Don, Sochi, Yekaterinburg. This made it possible to develop the hotel business not only in one region of the Russian Federation, but in several at once. During the matches, the hotels had almost full occupancy of the room stock.

Maxim Brodovsky, The General Director of the AZIMUT Hotels international network, told how the holding of the FIFA World Cup affected the loading and revenue of the hotels belonging to the AZIMUT Hotels network.

The World Cup had a very positive impact on our network, the occupancy and revenue of the hotels in the cities where the matches were held increased significantly. In addition, in connection with such a large-scale event, the staff was expanded, the staff appeared at the reception who speaks not only English, but also other languages.

According to the official website of the Mayor of Moscow, the capital's hotels were occupied by 90% during the World Cup.

It was expected more hotel occupancy from the FIFA World Cup in St. Petersburg but not all the results were realized. Nevertheless, this event gave a significant impetus to the development of the hotel business in St. Petersburg. The average load has increased significantly as well as prices for hotel rates.

The World Cup has increased the workload of Sochi hotels which has allowed them to increase their income. A very important fact is the increase in profitability not only in the year of the competition but also after.

The expectation before the World Cup turned out to be somewhat overstated as in the previous case. But the statistics show that the development of the hotel industry in the regions of the matches has gone uphill.

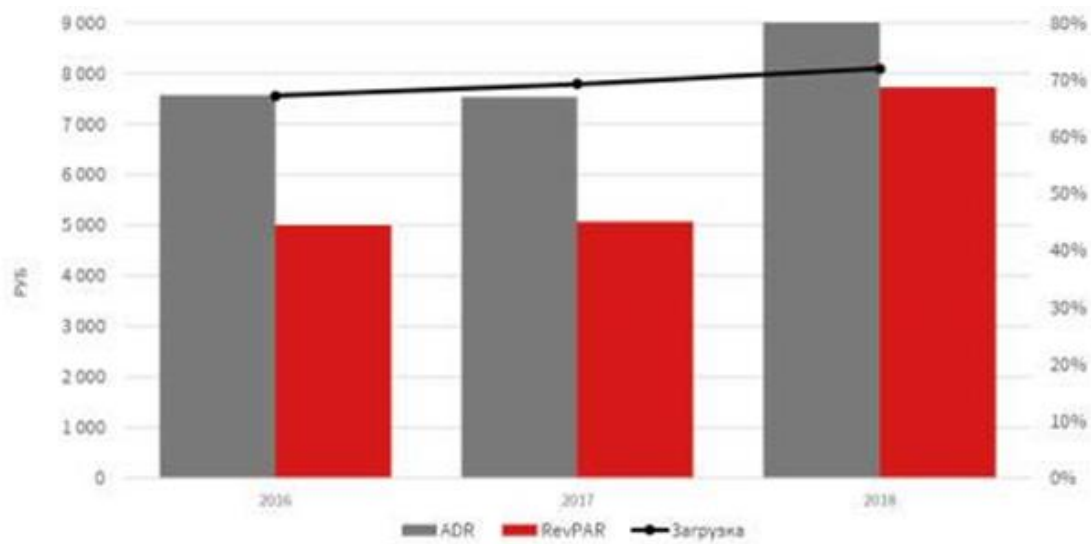


Figure 1. Operational indicators of Moscow hotels in the first half of 2018

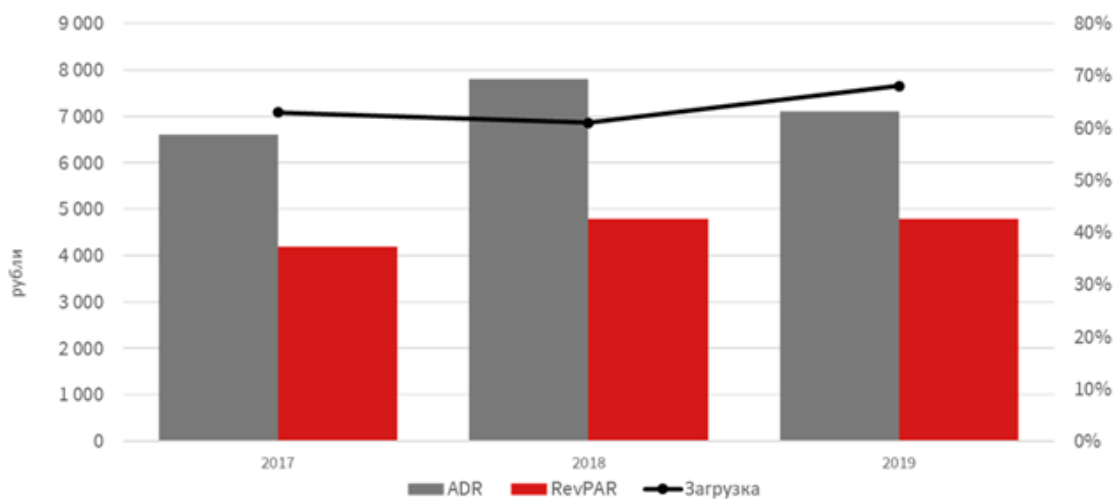


Figure 2. Average market indicators for the branded offer St. Petersburg 2017-2019

Large-scale events are always expected to be 100% occupancy of room stock, but they are justified only on the days of events that are much more spectacular than regular competitions: tournament openings, final competitions, closing competitions. This trend can be traced during all international competitions that took place in the Russian Federation. Based on these data, one might think that international events do not have a significant impact on the hospitality industry. But this is not the case at all. To hold international events, it is necessary to increase the number of rooms which, of course, has a positive effect on the hotel business. It also allows hotel owners to increase the hotel accommodation price which allows them to increase profits. As it was mentioned earlier, in order to serve guests from different countries of the world, hotel employees need to improve their professional skills. This also has a positive impact on any business. On all the charts, you can see only a positive trend in the work of hotels in various regions of Russia after international competitions. International events attract international hotel chains to the cities where competitions are held and this cannot but have a positive impact on the hospitality industry, local hotels are beginning to improve their work in order to compete with world-renowned hotels. To sum up, we can assuredly say that international event tourism certainly has a positive impact on the hotel industry.

References

1. 15 new hotels will open in Kazan by the Universiade 2013 // Tat Center. URL: <https://tatcenter.ru/news/k-universiade-2013-v-kazani-otkroyutsya-15-novyh-gostinits> (accessed: 11/16/2022).
2. XXVII World Summer Universiade 2013 // Directorate of Sports and Social Projects. URL: <https://dspkazan.com/projects/summeruniversiade2013-2/> (accessed: 11/27/2022).
3. AZIMUT Hotels: "Thanks to the World Cup, the load and revenue of our hotels in the cities where matches are held have increased significantly" // Interfax Tourism. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/interview/interview/56399/> (accessed: 11/16/2022).
4. Event tourism in Russia needs professionals // Rata news. URL: https://ratanews.ru/news/news_4042014_2.stm (accessed: 11/16/2022).
5. Hotel&Hospitality // JLL. URL: <https://www.us.jll.com/en/site-search?q=world%20cup¤tPage=%2Fcontent%2Fjll-dot-com%2Fcountries%2Famer%2Fus%2Fen&top=10&p=1> (accessed: 11/18/2022).
6. How the 2018 world cup affected hotels in Moscow, St. Petersburg and Sochi in 2019 // CRE. URL: <https://www.cre.ru/analytics/79486> (date of application: 16.11.2022).
7. Official website of the Mayor of Moscow. URL: <https://www.mos.ru/> (accessed: 11/19/2022).
8. The 2018 FIFA World Cup in Russia: expectations and reality. Hotel infrastructure construction and hotel market statistics // TOHOLOGY. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/chempionata-mira-po-futbolu-fifa-2018-v-rossii-ozhidaniya-i-realnost/> (accessed: 11/19/2022).

УДК 339.54

PROSPECTS FOR INTRODUCING INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE CUSTOMS ADMINISTRATION

A. V. Bondareva, N. V. Mogilevskaya*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. The global economy has switched to digital technologies that facilitate trade relations between countries. Every year the trend of introducing information technology into the work of supervisory state bodies is increasing. By 2022, the Federal Customs Service has already become a full-fledged part of the IT sector. Electronic declaration centres, automatic issuance of declarations and a risk management system - all these tools allow customs authorities to simplify customs operations and ensure high efficiency of their work.

Keywords: digitalization of customs; information technologies; customs administration

The active transition of the world economy to digital processes encourages state supervisory authorities to implement their own computerized approaches and methods in the implementation of state control. Our country is currently making the transition to the digital economy, introducing elements of the digital economy paradigm.

* © Bondareva A. V., Mogilevskaya N. V., 2023

The Federal Customs Service (FCS) has developed an action plan aimed at promoting the development of international trade, the growth of trade turnover and non-commodity exports, as well as achieving high-quality customs administration. The implementation of the plan for the implementation of the Development Strategy of the Customs Service of the Russian Federation was divided into two stages. The end of all planned activities is focused on 2030 [1].

The main direction of the Strategy is: the transition from electronic customs to intellectual, that is, full digitalization and automation of all processes.

The process of digitalization of customs operations has a technological basis (Figure 1) [2].

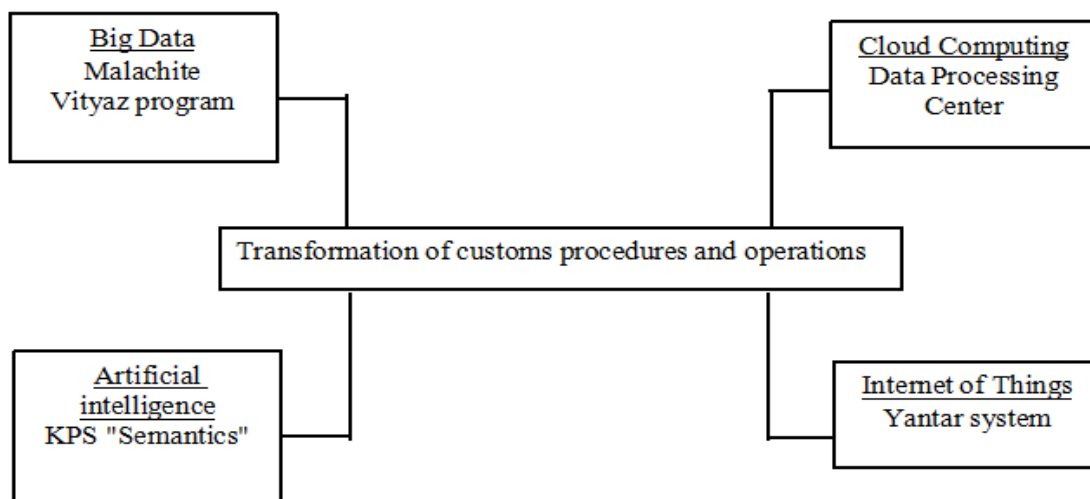


Figure 1 - Technological basis of digital transformation of the Federal Customs Service of Russia

The Malachite system is an information system that allows customs authorities to evaluate the activities of participants in foreign economic activity (FEA).

The Vityaz system belongs to the law enforcement unit and is aimed at processing information arrays in order to detect smuggling.

As for artificial intelligence, the Semantics system, after trial use, will be distributed as a system for analyzing the declaration array and customs clearance.

The main data processing center of the Federal Customs Service in Tver - this center is a computing complex with a high degree of fault tolerance, which is able to ensure the continuity of the processes of customs operations and compliance with all established safety and performance requirements. The customs data center must process a huge amount of interconnected and simultaneously synchronized data (about 10 thousand operations per second), providing automation of the processes of customs operations throughout the Russian Federation in real time [3].

After the introduction of sanctions against Russia, the state system was forced to switch from a foreign information system to a domestic one. The Federal Customs Service is no exception, as currently a planned transfer of information and software tools of the Unified Automated Information System of Customs Authorities is being carried out under the control of the domestic database management System (DBMS).

In addition to the above software tools that ensure the digital work of customs authorities, new auxiliary tools are developed every year aimed at simplifying customs operations.

So, in the near future, an interactive assistant of the Federal Customs Service will be launched, which will promptly answer the questions of foreign trade participants and help them. A mobile application will be launched for individuals, which will allow filling out a passenger declaration while still on the way.

Currently, together with the Ministry of Finance of the Federal Customs Service, we are working on the possibility of signing the created passenger customs declaration with an electronic signature. This will allow, if necessary, to pay the calculated customs payments in advance and not apply to the customs authority for these purposes when actually crossing the border of the Russian Federation.

The process of introducing new technologies into customs will take several more years, but every year customs and customs posts will have more and more new programs that simplify their work.

According to the data, 5.5 million electronic declarations were issued in 2021, and almost 3 million in the first nine months of 2022. Such figures demonstrate a positive transition from paper to electronic design: Eight electronic customs offices and 16 electronic declaration centers were created. In addition, it is worth noting that 85% of the submitted declarations are registered automatically, and 33% are automatically issued.

Thanks to the electronic declaration, the time for issuing the declaration varies from 30 seconds to 2.5 minutes [4].

Digitalization and automation of many processes allows customs authorities to make a decision on customs control in advance. Thus, the risk management system (RMS), based on modern information technologies and scientific methods of mathematical and statistical analysis, allows you to assess the level of risk in relation to a foreign trade participant by categorizing it into a group with a high, medium or low level [5].

As part of the analytical work, the Federal Customs Service of Russia plans to introduce predictive business analytics mechanisms into practice, which will significantly improve the efficiency of the data analysis process in all areas of activity.

In conclusion, it should be noted that by implementing the Development Strategy plan of the Federal Customs Service of Russia, customs authorities are introducing modern, digital technologies into their work, allowing them to quickly and transparently make a decision on the release of goods or customs control in relation to them. Undoubtedly, the rapid implementation of all the tasks is impossible, but the process is going on quite successfully.

References

1. Official website of the Federal Customs Service [Electronic resource]. Access mode. – URL: <https://customs.gov.ru>. Encyclopedia of statistical terms. – Moscow: Federal State Statistics. (date of the application: 24.11.2022)
2. From Customs Automation to Smart Customs [Electronic resource].expert opinion– URL: https://www.alt.ru/expert_opinion/85937/ (date of the application: 24.11.2022)
3. Digital transformation of customs: actual tasks [Electronic resource].expert opinion– URL:https://www.alt.ru/expert_opinion/91453/ (date of the application: 24.11.2022)
4. FCS head Vladimir Bulavin: customs has long been part of the IT sector [Electronic resource].expert opinion– URL: https://www.alt.ru/expert_opinion/94362/ (date of the application: 24.11.2022)
5. Modern technologies in the work of customs, improvement of electronic services and IT infrastructure of customs authorities, new initiatives in the field of customs administration [Electronic resource].expert opinion– URL: https://www.alt.ru/expert_opinion/84297/ (date of the application: 24.11.2022)

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION

M. S. Daitova*

Language adviser – V. N. Yurdanova

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. International Organization for Standardization (ISO), as one of the most important organizations ensuring trade turnover between countries is considered in this article. The text of the article reflects its history, starting from the prerequisites and ending with the beginning of its activities, as well as its role in business communication, the structure of the organization, the activities of Russia in this organization and the main advantages of ISO, which make it an indispensable guide in the field of world trade.

Keywords: ISO, business communication, International Organization for Standardization, Standardization, international communications, international standards, Russian Federation in ISO

In business communication, it is important not only to be able to build relationships and talk with partners, but also to meet the right level of quality in order to bring our products to the world level. To ensure this, there is an ISO (International Organization for Standardization) organization that issues quality standards for goods and services.

What was the reason for the creation of this organization? The evolution of management and quality assurance standards is closely related to the evolution of the quality culture. The expansion of industrialization in the early twentieth century led to the development and implementation of national industrial standards that served as technical and technological quality control in the most developed countries of Europe and America. For example, UNI (eng. Italian National Unification) – in Italy, DIN (eng. German Institute for Standardization) – in Germany, BS (British Standards) – in the UK (United Kingdom).

Table 1

Quality control in the countries

National Industrial Standards		
United Kingdom	Italy	Germany
British Standards	Italian National Unification	German Institute for Standardization

The International Organization for Standardization was established in 1946 by joint efforts of twenty-five national organizations for standardization, it was based on two organizations: ISA (Industry Standard Architecture), established in New York in 1926 and UNSCC (United Nations Standards Coordinating Committee), which was established in 1944. In fact, its operation began in 1947. One of the founders of the organization and its permanent member of the governing bodies was the USSR.

At the moment of creating an organization and choosing the name it was taken into account that it should meet the need for the abbreviation of the name to sound the same in all languages. It was decided that the name had to be public and uniform for all countries. Thus, the organization could consider itself truly international and beneficial to others. So, it was

* © Daitova M. S., 2023

decided to use the Greek word (isos) – equal, that is the reason why the International Organization for Standardization has its short name "ISO" in all languages of the worldwide.

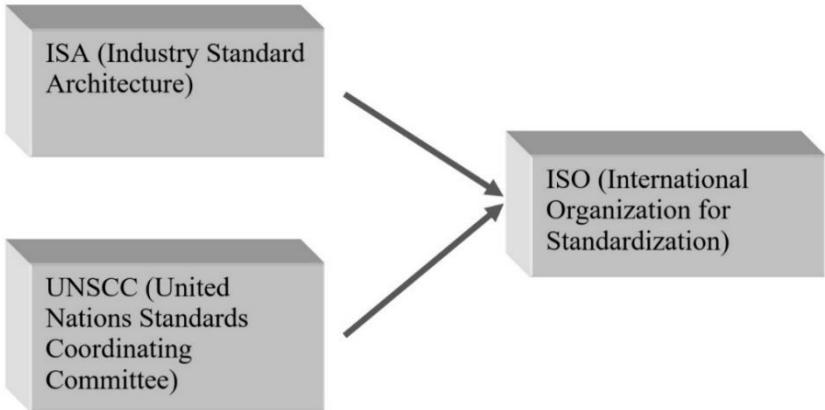


Figure 1. The basis of ISO

The main aim of international standardization was to ensure the development of standardization on a global scale in order to promote international commodity exchange. Moreover, to expand cooperation in the field of intellectual, scientific, technical and economic activities. Thanks to ISO, business communication and trade become simpler, and goods, services and the quality of labor protection are improved. The scope of ISO's activities concerns standardization in all areas except electrical engineering and electronics. Besides standardization, ISO deals with certification.

ISO defines its tasks in the following way: to promote the development of standardization and related activities in the world in order to ensure the international exchange of goods and services. Moreover the development of cooperation in intellectual, scientific, technical and economic fields were its goals.

Today, there are 165 member States in this organization. The members of the organization are national standardization bodies that represent the interests of their countries in ISO, and also represent this organization in their country. It is should be noted that private companies cannot become ISO members. Moreover, there are three categories of membership – full members, corresponding members and subscriber members. The difference in their level of access to ISO electronic resources and the degree of influence the content of the documents being developed. This helps to provide the opportunity of taking into account different needs and capabilities of each national standardization body. In this way, countries with limited resources or without a sufficiently developed national standardization system have the opportunity to receive up-to-date information in the field of international standardization.

The Russian Federation is represented in ISO by Rosstandart, organizing the activities of experts in 588 technical committees with the status of a full member and in 112 more technical committees with the status of an observer. In addition, the Russian Federation is assigned to lead and chair 11 ISO committees. The Federal Agency for Technical Regulation and Metrology, representing the Russian Federation in international standardization organizations, provides the necessary support in expanding the representation of domestic enterprises in international technical committees. To date, the list of draft international standards developed by the International Organization for Standardization (ISO) were based on the initiative of the Russian Federation (16 documents), which represent the highest figure in the entire post-Soviet history. Thus, in 2021, the International Organization for Standardization approved standards developed by Russian experts in the field of aviation and shipbuilding.

The ISO Central secretariat is located in Geneva, Switzerland. The General Assembly is the highest organ and ultimate authority of the organization. It means that an annual meeting is attended by our members and our Principal Officers. The ISO Council is the core governance body of the organization and reports to the General Assembly. It meets three times a year. Membership to the Council is opened to all member bodies and rotates to make sure it is representative of the members community.

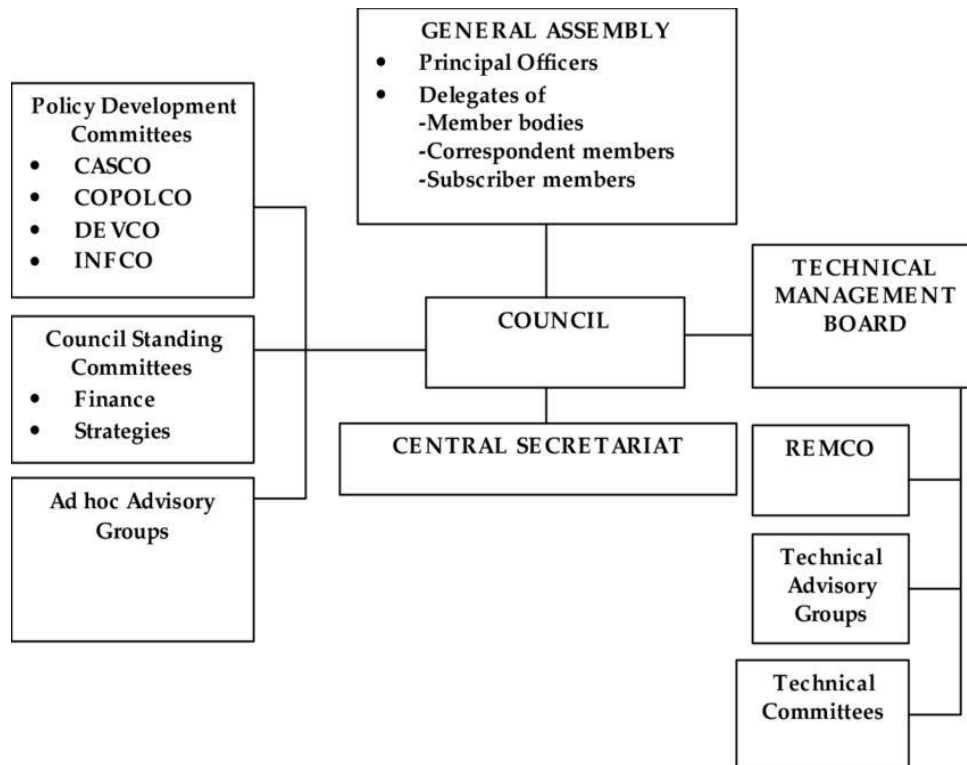


Figure 2. Structure of ISO

Thus, for 76 years the Organization has been providing a field for harmonious cooperation and trade turnover of countries with each other, facilitating the creation of business economic relations. Standards allow people to optimize the quality of goods around the world.

ISO certificates obtained from third parties serve as proof that the company complies with the standards established by the International Organization for Standardization. They inspire customers and other stakeholders with confidence that the company behaves efficiently and in accordance with high standards. ISO certificates also confirm the company's commitment to important business goals, such as customer satisfaction and production. Some public and private sector organizations even require a company to pass ISO certification before doing business with them.

Also, it is worth noting that ISO standards are quite useful for companies for a number of reasons:

1. Improving the efficiency of internal processes of the organization;
2. Increasing customer satisfaction by meeting their requirements;
3. Improving internal communications, the mechanism of planning and distribution of material resources;
4. Continuous improvement of the organization's processes by identifying and eliminating losses in the implementation of activities;
5. Increasing staff motivation by transparency and clarity of functional responsibilities performed;

6. Enrichment of staff knowledge in the field of quality;
 7. Cost reduction by increasing productivity, improving the quality of products, services provided and reducing the level of defects;
 8. Continuous improvement of the organization's activities through the use of modern quality management tools;
 9. Increasing the competitiveness of the organization in the Russian and world market
- Most companies that seek ISO certifications are those that mass-produce and ship globally. They deal with trade agreements and laws in a variety of countries, making the certification of global standards nearly a requirement. As such, the ISO 9001 is one of the most sought after certifications.

References

1. <https://www.rst.gov.ru/portal/gost>.
2. <https://www.iso.org/ru/about-us.html>.
3. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-iso-certifications>.
4. <https://rusregister.ru/standards/iso-9001>.
5. <https://info.metrologu.ru/spravochnik/standartizatsiya/mezhdunarodnye-standarty/iso.html>.
6. <https://www.iso.org/ru/home.html>.
7. <https://bookree.org/reader?file=1475498&pg=1>.
8. <https://impuls-ivc.ru/content/istoriya-iso-ili-otkuda-vy-mezhdunarodnye-standarty>.
9. https://spravochnikvs-com.turbopages.org/spravochnikvs-com/s/standarty_iso.
10. <https://studfile.net/preview/1800917>.

УДК 339.92

ANALYSIS OF ECONOMIC COOPERATION BETWEEN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE COUNTRIES OF SCANDINAVIA

D. V. Dobrovolskiy, V. N. Yurdanova, N. V. Mogilevskaya*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. This article is intended to give a reader a general idea about development and modern state of economic cooperation between Russian Federation and Scandinavian countries. After February 2022 Denmark, Sweden, Norway and Finland joined the policy direction of the Western community and imposed sanctions on Russian Federation. Obviously, these sanctions drastically affected the state of economic relationships between Russia and Scandinavia. In this article economic indicators of Russian-Scandinavian economic relationships after the 2014 sanctions will be given, which will help to approximately understand the importance of economic cooperation both for Russia and for countries of Scandinavia.

Keywords: Russian Federation; Scandinavia; economic cooperation; economic relationships; trade; Denmark; Sweden; Norway; Finland

* © Dobrovolskiy D. V., Yurdanova V. N., Mogilevskaya N. V., 2023

This article is focused on analysis of economic trade between the Russian Federation and the countries of Scandinavia. Scandinavia is a region in Northern Europe, which historically includes 2 countries of the Scandinavian Peninsula- the Kingdom of Sweden and the Kingdom of Norway. Furthermore, due to geographical and economic reasons the Kingdom of Denmark and the Republic of Finland also should be perceived as part of the Scandinavia.

For a brief historical overview, economic relationships between Russia and Scandinavian countries were established since the times of ancient Slavs. By the end of the eighth- beginning of the ninth century Scandinavian merchants and vigilante groups came to the territories occupied by the Slavic tribes in the process of exploring of eastern trade routes. First of this routes led Scandinavian merchants through Bulgaria (modern republic of Tatarstan territories) and Khazaria (modern Russian city Arkhangelsk territories) to countries of the Arabian caliphate, the second one, famous “route from the Varangians to the Greeks”, went through the rivers Volkhov and Dnieper and ended at the city of Constantinople (modern Istanbul).

When the Age of Vikings passed, the trade between Russia and Scandinavia was carried on through Veliky Novgorod. In the seventeenth century the Swedish trade missions appeared in Pskov and Moscow, essentially the first permanent representations of Sweden in the Russian state. Russia actively supplied grain, flour and timber to the Scandinavian countries. Moreover, Russia's trade with the Nordic countries was a link in trade relations with other European countries as well. In the mid-nineteenth century, a Free Trade Agreement was signed between Norway and the Russian Empire [1].

Talking about the Soviet period, the largest trading partners among European countries were countries of Eastern Bloc: The German Democratic Republic, Poland, Bulgaria, Czechoslovakia and Hungary. Although the share of Scandinavian countries in the Soviet Union's total foreign trade was not large, it should be noted that for some types of goods supplies from Scandinavia met most of the import demand of the Union of Soviet Socialist Republics. Supplies from these countries, for example, the Soviet Union covered over 90% of its import requirements for pulp, about 75% for paper, 98% for paperboard, over 50% for equipment for light industry, pulp and paper and wood processing, and 22.5% for ships and shipboard equipment. Through Soviet supplies, in some years Finland met 60% of its import needs for electric locomotives, 41% for sulphur, 75% for round timber, Sweden 10% for petroleum products, 22% for solid fuel, and 15% for plywood; Norway, 20% for fertilizers, 6% for potash, and 4% for electricity. In addition, the share in trade between the Soviet Union and the Nordic countries tended to increase, reaching 6% by the early 1990s.

Now, after a brief excursion into history and getting the basic understanding about the development of economic relations between Russia and Scandinavian countries we can move on to look at the modern period of economic cooperation between the Russian Federation and Scandinavia.

Since the break-up of the Union of Soviet Socialist Republics, the Scandinavian countries share of trade with the Russian Federation has fallen from 6% to 4.1%, returning to its 1985 state. However, there is a drastic imbalance in Russia's trade with Scandinavia, both regionally and geographically. For better understanding of the essence of economic cooperation between the Russian Federation and Scandinavian countries further analysis of the economic relations will be given separately with each Scandinavian country.

At first let us review the state of economic cooperation between Russian Federation and the Kingdom of Denmark. Denmark is a small Nordic country, a member of the European Union, Russia's neighbour in the Baltic Sea, albeit at the other end of it [2]. After the 2008-2009 global economic crisis, volume of trade between Russian Federation and Denmark exceeded its pre-crisis level already in 2011 [3]. However, it stopped growing, and since 2013 it has fluctuated in both directions. According to Russian customs statistics, the volume of Russian trade with Denmark in 2020 amounted to \$2840 million, of which \$1705.59 million were

exports and \$1133.4 million were imports respectively, with a positive trade surplus of \$572.2 million. The main export groups of Russian merchandise to Denmark in 2020 were: petroleum products (51%); metals and metal products (10,9%) and timber (9,5%) [4]. Denmark supplied the Russian market in 2020 with: industrial equipment (39,1%); chemical products (27,9%); food products (8%); professional and scientific measuring instruments (5,1%). According to the data of central banks of Russia from 1 July 2015, the amount of accumulated Danish investment into Russian economy was \$602 million, and the amount of accumulated Russian investment into Denmark was \$1200 million. From this data we see that volume of economic trade between Russian Federation and the kingdom of Denmark is quite large despite the fact that Denmark is a small country which doesn't have direct land borders with Russia and much political influence.

The next step of this article is the review of economic relationships between Russian Federation and the kingdom of Sweden. Sweden is the largest Scandinavian country both in terms of territory and population. Sweden is also a member of the European Union since 1995. Kingdom of Sweden does not have direct land or sea borders with Russia. According to Russian statistical office, the volume of economic trade between Russian Federation and Sweden in 2020 amounted to \$2970 million of which \$1043.5 million were exports and \$1926.7 million were imports, with a negative trade surplus of \$883 million [5]. Russian Federation supplied the Kingdom of Sweden with: petroleum products (48,9%), metals and metal products (6,4%), plastics (6%) and chemical products (5,9%). The largest export groups of merchandise from Sweden to Russia were: industrial equipment (31,8%); vehicles (16,8%); chemical products (15,8%); metals and metal products (9,3%); plastics (6,8%) and paper and cardboards (6,7%). According to the Central Bank of Russia, as of 1 October 2019 direct accumulated investments by Swedish companies in Russia amounted to about \$4.8 billion. According to this indicator, Sweden is among the top ten largest foreign investors in the Russian economics. It should be also noted that not all Swedish investments are counted in Russian statistics. Many Swedish companies are considered as international, therefore it can be quite difficult to determine the nationality of the ultimate investor. The Swedish Central Statistics Office estimated the accumulated Swedish direct investment in Russia in 2018 at about \$6 billion [6].

Now let us review the closest neighbour of Sweden that was part of it in the past, the kingdom of Norway. Norway is the second largest Scandinavian country with a total population of 5.4 million people. Unlike the other Scandinavian countries, the kingdom of Norway is not an official member of the European Union, though it should be mentioned that it is a part of the European Economic Area and also one of the founding members of the European Free Trade Association (EFTA). Norway has 195 kilometers of borders with Russian Federation in Murmansk region. The state of economic cooperation between Russia and Norway is quite similar to other countries of Scandinavia. Officially Norwegian-Russian economic cooperation was established in the mid-1990s. The Agreement on the Promotion and Reciprocal Protection of Investments between Russian Federation and the Kingdom of Norway was signed in October 1995, then, five months later, in March of 1996 Russia and Norway signed an Agreement on trade and economic cooperation. As a result of the sharp deterioration in political relations between Russia and Europe in the summer of 2014 Russian Federation and the Kingdom of Norway imposed mutual sanctions on each other, which led to a significant reduction in the volume of trade. According to Russian statistical office, the volume of economic trade between Russian Federation and Sweden in 2020 amounted to \$1540 million of which \$1088.28 million were exports and \$452 million were imports, with a positive trade surplus of \$636 million. The main export groups of Russian merchandise to Norway in 2020 were: petroleum products (24,4%); fats and oils (12,9%); metals and metal products (10,2%); industrial equipment (8,2%); food products (7,3%); vehicles (4,5%). The Kingdom of Norway sup-

plied the Russian market in 2020 with: industrial equipment (23,8%); food products (17,8%); vehicles (12,7%); chemical products (7,7%); metals and metal products (7%); professional and scientific measuring instruments (6,5%) [7]. Speaking of the investments, there is no reliable data in public sources neither about Russian investments in Norway nor Norwegian investments in Russia for objective reasons. This problem is related to the difficulty of accounting and controlling the investment flows between Russian Federation and the Kingdom of Norway. Frequently, Norwegian investment in Russia comes through offshore companies, whereas Russian investments can flow into Norway through countries where subsidiaries of Russian investors are registered [8].

The last major point of this article is devoted to review of economic cooperation between Russian Federation and the Republic of Finland. Finland became the member of the European Union in 1995. Out of all Scandinavian countries Finland has the largest land border with Russia with a total length of 1325,8 kilometers out of which only 54 kilometers is a sea border. As for economic relations, since the end of the XX century until 2014 economic cooperation between Russian Federation and the Republic of Finland developed quite sustainably [9]. Again, as in the case of other Scandinavian countries the imposition of mutual sanctions in 2014 complicated Russian-Finnish economic relations and reduced the volume of trade between two countries. In 2020 the volume of economic trade between Russia and Finland amounted to \$10 billion of which only \$2897.2 were Russian imports and \$7106.3 were Russian exports. Russian Federation supplied the Republic of Finland with: petroleum products (53,3%); metals and metal products (15,7%); chemical products (13,7%); timber (8,5%) [10]. The main export groups of Finnish merchandise to Russia in 2020 were: industrial products (25,8%); metals and metal products (18,4%); paper and cardboards (15,3%); chemical products (11,5%); plastics (8,8%); petroleum products (6,5%); vehicles (5,1%); food products (2,8%). The largest sectors of the Finnish economy are electrical engineering, mechanical engineering, shipbuilding and metallurgy, which can generally be described as technology-based industries. The largest corporations of this industry, even after the sanctions of 2014 considered Russia as a promising high-potential market for investments. The Finnish Chamber of Commerce and Investment Agency "Helsinki Business Hub" estimated that about 600 Finnish companies had been operating in Russian Federation mainly in the form of small and medium-sized enterprises. According to statistical centre of Russia, as for beginning of 2014 accumulated investments by Finnish companies in Russian Federation amounted to \$3.5 billion, out of which 73,3% were direct investments. At the same time period, Russian investments in Finland economics amounted only to \$872 million, mostly concentrated in raw materials sector.

Thus it is obvious how beneficial and important is the economic cooperation between the Russian Federation and the countries of Scandinavia. The aggregate volume of trade between Russia and Scandinavian countries in 2020 amounted \$17.35 billion, it is comparable to the tenth part of the volume of trade between the Russian Federation and the European Union for the same year, which amounted \$174 billion. Apart from financial benefit, the main export group from all Scandinavian countries into Russia was industrial equipment, which our country is currently quite lacking of. Meanwhile, technically developed Scandinavian countries mostly imported Russian energy sources for their industries for a fair price. These days, after the another wave of mutual imposition of sanctions as a result of current political situation, the volume of trade between Scandinavia and the Russian Federation is evidently going to decrease even more drastically than after the similar situation in 2014, whereas investment flows are certainly will come to a complete halt. This means Russia will have significant difficulties with modernising and maintaining its own industrial complex, while Scandinavian countries will experience difficulties with supplying electricity to their industries. Undoubtedly, the governments from both sides foreseen such consequences, and over time they will need to compromise and redevelop both political and economic cooperation.

References

1. Andronova I. V. Russia's trade and economic relations with the Nordic countries: economic interests and opportunities for mutually beneficial cooperation // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2012.
2. Saint Petersburg International Economic Forum website. "70 years of Russia's Trade Mission to Denmark: the outlook for Russo-Danish cooperation". Access mode: <https://forumspb.com/en/news/news/70-let-torgpredstvu-rossii-v-danii-perspektivy-rossiysko-datskogo-sotrudnichestva/>
3. Volkov A. M. Economic Relations between Russia and Denmark nowadays // Scientific magazine "World Economics and International Affairs". 2016.
4. Trading Economics Statistics website. "Russia Exports to Denmark". Access mode: <https://tradingeconomics.com/denmark/imports/russia>
5. Khaled Y. "The trend of economic cooperation between Russia and Sweden". Scientific magazine "Proceedings of the St. Petersburg State University of Economics", 2007.
2. Embassy of Sweden. "Sweden and Russia: economic relations", 2019. Access mode: <https://www.swedenabroad.se/en/embassies/russia-moscow/>
3. Trading Economics Statistics website. "Norway imports from Russia". Access mode: <https://tradingeconomics.com/norway/imports/russia>
4. Volkov A. M. "Economic relations between Russia and Norway nowadays". Scientific magazine "World Economics and International Affairs", 2017.
5. Volkov A. M. "Economic relations between Russia and Finland nowadays". Scientific magazine "World Economics and International Affairs", 2016.
6. Trading Economics Statistics website. "Russia Exports to Finland". Access mode: <https://tradingeconomics.com/russia/exports-to-finland>.

УДК 338.483+640.4:379.84

GLAMPING AS A METHOD OF INTERNATIONAL COOPERATION

D. V. Fedorova, M. V. Glotova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. This article considers the method of development of inbound tourism in Russia in the form of accommodation as glamping. Analytical data in the glamping industry are listed, as well as brief background information. The advantages of glamping for a foreign tourist, the reasons for its trend in the country are represented. The actual example of this accommodation facility in the Russian Federation is also considered.

Keywords: glamping; tourism; accommodation facility; inbound tourism; environmental friendliness; development, adaptation

At the moment, in modern realities, domestic tourism is actively developing in Russia. Inbound tourism, unfortunately, is developing at a very slow tempo and is concentrated only in several directions. According to analysts, foreign tourists often visit only the most "famous" cities of the country – Moscow and St. Petersburg, despite the fact that Russia is a huge and fascinating country.

* © Fedorova D. V., Glotova M. V., 2023

The total number of foreigners trips to Russia increased by 16% - from 8.7 million in January-September 2021 to 10.2 million in the three quarters of 2022.

According to the Association of Tour Operators, the tourist flow in the Russian Federation in the first half of 2022 amounted to 81.5 thousand visits of foreigners to Russia for tourist purposes, it decreased by 25 times compared to the indicator of the first half of 2019. It can be noted that in 2018 and 2019, before the coronavirus pandemic, the number of inbound tourist trips was almost at the same level, declares FSSS [7] (Figure 1). For the first half of the current year, the quantity of inbound trips is 3651.4 thousand. It can be assumed that in relation to 2021, the state of inbound tourism will also not have much development and growth.

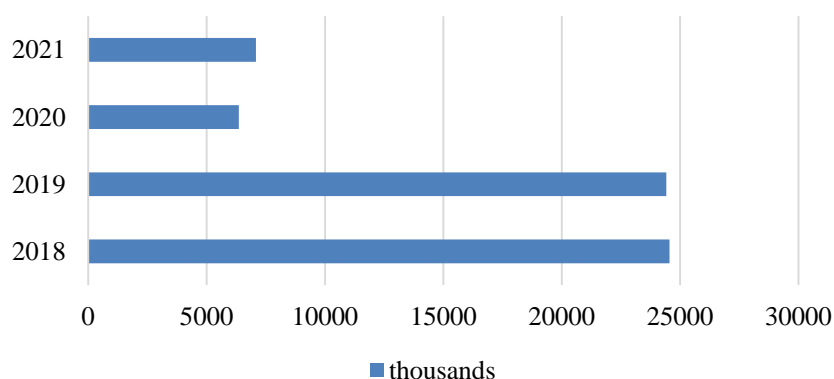


Figure 1. The amount of inbound tourist trips of foreign citizens to Russia

Statistical data may remain in a relatively static position due to the fact that there were no unique accommodation facilities outside the central part of the Russia. Cities and regions had only basic hotels, of which there are millions all over the world.

The creation of new innovative accommodation facilities adapted to tourists in our country and foreign tourists at the same time will allow increase the level of inbound tourism and intercultural communications in the country. This type of accommodation must also comply into the environmental friendliness factor.

One of the accommodation facilities that can be an excellent example for matching the above factors is glamping. Glamping is accommodation in a natural area with a full set of amenities and hotel service. At the same time, it must be taken into account that glamping should imply a combination of mobility and organic symbiosis with the environment. This means that it should not harm nature. Light guest houses, comfortable tents or futuristic spheres are used for recreation away from the civilization. The term "glamping" is a fusion of two words – "glamorous" and camping, a definition regularly used since the early 2000s in Europe. However, based on historical facts [8], it turns out that some types of this placement existed centuries ago. The currently popular yurt was loved by nomadic cultures in the 6th century, while the Mongol ruler Genghis Khan raised his yurt and rolled it on an ox cart in the 13th century. In the 16th and 17th centuries, King James V had a luxury camping site in the Scottish Highlands, with tent interiors filled with decadent furniture and decorations from his own palace. Safari tents became a popular choice for wealthy American and British travelers in the 20th century who ventured on African safaris.

Therefore, glamping is a placement that actually takes place in a forest area. It is worth noting that Russia is a country with a predominant amount of forest. According to the World Bank [1], almost 50% of our country [2] is a forest. Below there are countries with the largest forest covers. (Figure 2).

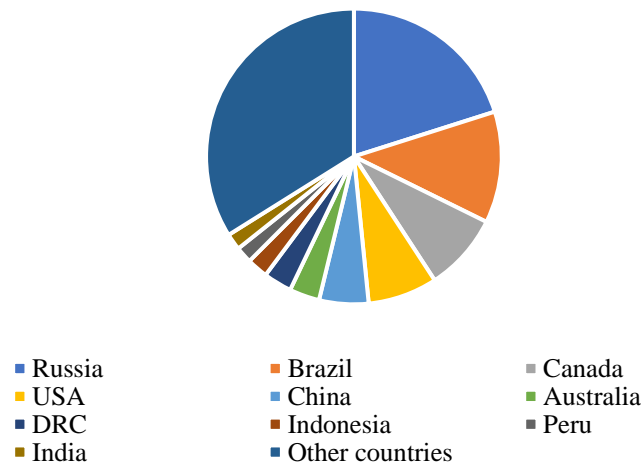


Figure 2. 10 countries with the largest forest covers

Almost all over the territory of the Russian Federation there are local tourist points that are somehow connected with the forest. It is important to note such places as the Curonian Spit (Kaliningrad region), Chemalsky district (Altai Republic), the locality of Lake Baikal (Irkutsk region), Far Eastern attractions (Primorsky region). All of the above subjects of Russia are located extremely far from the Moscow and Leningrad region, where foreign citizens often visit. Almost the entire tourist turnover in these regions is only domestic tourism. Despite the location of glamping in the forest, no harm is done to nature, the principles of ecotourism are taken into account. This type of recreation does not violate the ecosystem of the area, and materials for exterior and interior decoration, household items, accessories are made of natural materials. The civilized conditions of glamping are very organically placed in the surrounding landscape, which become virtually invisible [6]. This type of accommodation is really easy to adapt to the habitat of Russia, despite the fact that it originated in Europe. For example, glamping easily adapts to the cold climate of many regions. Heating equipment is easily installed in tents, domes and houses, etc.

According to the Glamping Association [4], in February 2022 there were 230 glamping sites in Russia. Of these, 53% are year-round. There are glampings in 44 regions of the country. 69% of the 230 glampings are located in 13 regions of Russia. Since 2019, there has been an annual twofold growth of facilities for this format of recreation [5]. At the beginning of 2022, there are about 230 glamping sites in Russia, by 2025 there will be at least 500 of them. In the long term, revenues from glamping tourism may amount to 5 billion rubles, by 2025, taking into account inflation. In addition, in the statistics provided by the Association of Glamping (Figure 3), it can be noticed that among the types of accommodation there is such a type as a yurt. Thus, it can be concluded that even a traditional dwelling can be adapted to an innovative means of accommodation and at the same time preserve certain national characteristics. By combining these features, it will be possible to introduce a foreign tourist to the national peculiarities of Russia, while providing comfortable living conditions. It is worth underlining that the number of glamping has increased in recent years. Due to the Russian Glamping Association, 64 glamping sites were operating across the country in 2019, and their number has grown to 150 over the year (Figure 4).

It is worth mention the physical example of glamping in Russia. One of the regions where this type of accommodation is developing is the Altai Republic. There is a glamping "Taygala" [3] in the Ulagan district. It consists of complexes of tents made of wood. All the furniture is also made of wood, in addition, there are baths on the territory of the glamping, which are made of cedar. The nearest settlement – a small village – is located 3 kilometers

from this complex. Nearby there are views of mountains, trees and mountain rivers. With all the scale of the tents, they do not touch the ecosystem in any way, the consciousness of nature management and the environmental friendliness of the tourist product remain. Each tent has facilities – showers, bio toilet, etc. The creators took care of warm sheets in case of the cold climate of the republic. Such a complex will definitely be able to captivate a foreign tourist, because, despite the distance from civilization, glamping is completely comfortable, and there are excellent natural views nearby.

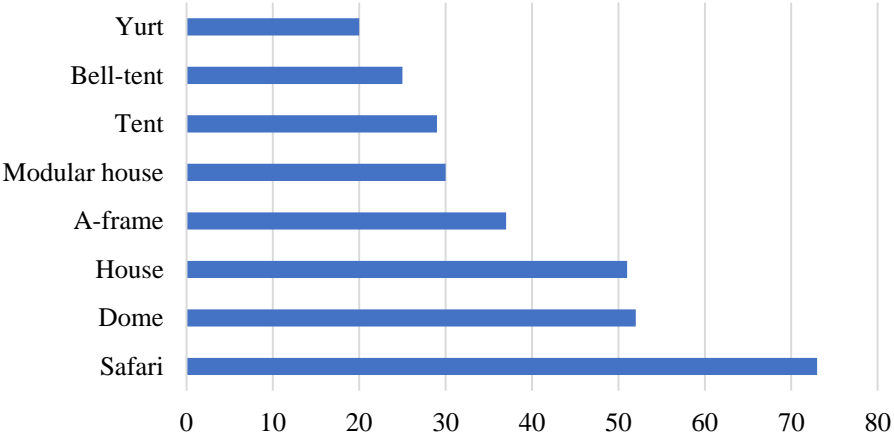


Figure 3. The most popular types of residential modules

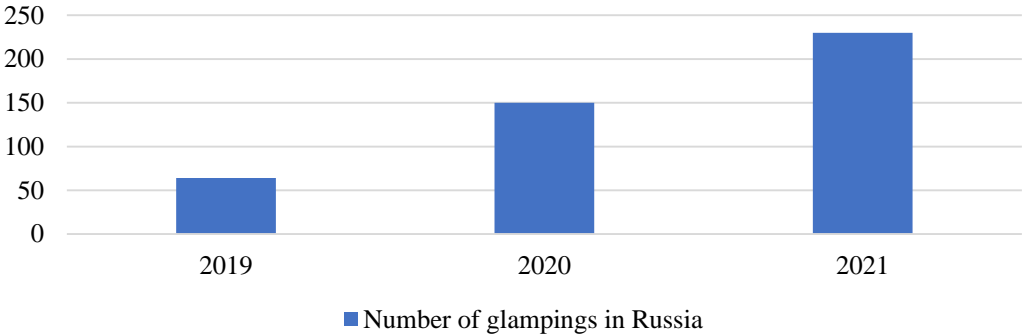


Figure 4. Number of glampings in Russia

To summarize, there is a way of development of inbound tourism as the promotion of glamping among foreign tourists. Needless to say that this type of accommodation is extremely promising: it represents an ideal symbiosis of borrowing foreign sets of services and adapting it to the conditions of regional conditions of our federation. All the principles of environmental friendliness are observed, which is very respectable at present, and the implementation of glamping is quite simple and does not include huge expenses, long-term construction and high competition. Glamping already exists in some vacation spots in Russia. Due to the study of the analysis it can be concluded that glamping is being modified and developed every year.

References

1. Forest area, World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/AG.LND.FRST.ZS>.
2. Forest Statistics, World Atlas. URL: <https://www.worldatlas.com/articles/where-are-the-world-s-forests.html>.

3. Glamping «Taigala». URL: <http://glamping-altai.ru>.
4. Glamping Association Library. URL: <https://glamping-association.ru/potential>.
5. Glamping market in Russia – statistics of the Association of Glampings. URL: <https://disk.yandex.ru/d/OI2QB0BfGqMb0g>.
6. Interview with glamping holders. URL: <https://spbdnevnik.ru/news/2022-05-30/napriode-s-komfortom-razbiraem-sya-chto-takoe-glemping>.
7. Statistics on the number of incoming tourists, The Federal State Statistics Service. URL: <https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Frosstat.gov.ru%2Fstorage%2Fmediabank%2Fpoezdki-10.xlsx&wdOrigin=BROWSELINK>.
8. The story of glamping. URL: <https://planetofhotels.com/guide/ru/blog/glemping>.

УДК 339.142:341.018:327(510) (47+57)

COMMODITY CIRCULATION BETWEEN RUSSIA AND CHINA DURING THE SANCTIONS

E. P. Filimonova, N. V. Vyalov, N. V. Mogilevskaya *

Language adviser – V. N. Yurdanova

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. Economic relationship between China and Russia are becoming closer in the last few years due to tough new sanctions led by the West. Since sanctions were imposed in 2014 trade cooperation has expanded by more than 50% and China has become Russia's biggest export partner. Total trade between China and Russia increased greatly. Russia became the major exporter of oil, gas, coal, and agricultural production, increasing a trade surplus with China. China is the largest trade and economic partner outside the sanction's coalition initiated by the West and its allies are contributing about 18 percent to Russia's foreign trade.

Keywords: Russian-Chinese economic relationship; economic cooperation; West sanctions; trade between Russia and China

An easing of trade tensions and mutual assurances on border disputes has deepened Russian-Chinese ties and allowed both sides to focus on other geopolitical priorities. Since 2014, China and Russia have reached agreements in trade, energy, finance, technology, and aerospace, while increasing diplomatic and defense cooperation. Since sanctions were imposed in 2014 bilateral trade has expanded by more than 50% and China has become Russia's biggest export destination. Total trade between China and Russia increased from 35.9% in 2021 to a record US\$148 billion in 2022. Russia serves as a major source of oil, gas, coal, agriculture commodities, running trade surplus with China. China is the largest trade and economic partner outside the sanction's coalition initiated by the West and its allies contributing about 18 percent to Russia's foreign trade.

According to the diagram that was created with the help of data that was provided by the Chinese General administration of Customs, everyone can observe that China's trade with Russia expanded greatly through the last 9 years.

* © Filimonova E. P., Vyalov N. V., Mogilevskaya N. V., 2023

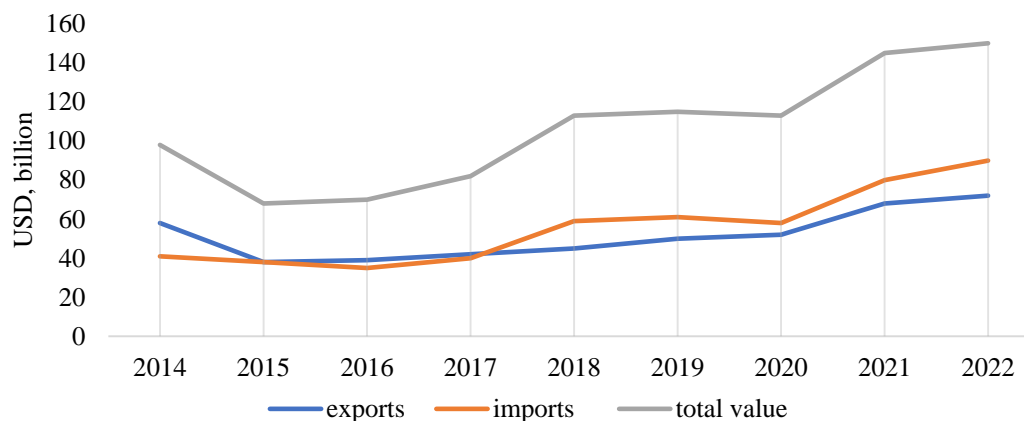


Figure 1. Russia's trade with China

Russia provides China strategic exports, including energy, fertilizer, and metals (e.g., gold, nickel, titanium, and platinum). China has been increasingly turning to Russia for crude oil, natural gas, and coal, and Russia could become a more important supplier of wheat and fertilizer as China faces shortfalls.

Moreover, western sanctions have made Russia to turn to China for investment opportunities in recent years, and state banks of China have helped Russia in financing a lot of projects including infrastructure, oil, and gas projects under such as «China's Belt and Road Initiative».

In addition, to establish close bilateral trade relations China and Russia decided to use their own currencies in 2010 and started their first currency swap line in 2014, later they renewed it in 2020 for 150 billion yuan for three years.

In February this year, Russia unveiled new oil and gas agreements with China worth an estimated US\$117.5 billion. These additional figures are significant in understanding the effectiveness of Western sanctions upon Russia.

Russia's bilateral trade with the European Union in 2021 was 247.8 billion Euros, with Russian exports worth 158 billion Euros. Of that, about 110 billion Euros was in oil and gas, leaving 137.8 billion Euros in other trade such as autos, machinery and so on. That can be swallowed up within two years assuming the China-Russian revised trade figures to US\$250 billion that will be realized by 2024.

The gas and oil agreements boosted the ruble and the stock market of Russia, including shares in Rosneft and Gazprom. It is significant that after the Moscow Stock Exchange was suspended for three weeks after Russia announced special military operation in Ukraine. Western sanctions were imposed on the first day of reopening on March 21, Russian stocks rose by 11% in early trading before settling down to daily gains of 4.4%. The ruble meanwhile has rebounded in value to pre-Ukraine conflict levels – precisely the opposite of what was expected to happen in the West [1–3].

Exports of Russian resources of oil and gas to China have greatly increased. Today Russia is China's second-biggest oil exporter after Saudi Arabia, the volumes averaging 1.59 million barrels per day the previous year; it means 15.5% of Chinese imports. About 40% of supplies flow via the 4,070-km (2,540-mile) East Siberia Pacific Ocean (ESPO) pipeline that was built by \$50 billion in Chinese loans. Russia is also Beijing's No. 3 gas supplier. It exported 16.5 billion cubic metres (bcm) of the fuel to China in 2021, that met about 5% of Chinese demand. Oil and gas supplies via the Power of Siberia pipeline began in late 2019. The pipeline is not connected to the network of westbound Russian pipelines. It will increase the supply by 38 bcm a year by 2025, in comparison with 10.5 bcm in 2021, and under a 30-year

contract worth more than \$400 billion. Russia plans to build a second gas pipeline, it will be called Power of Siberia 2, with capacity of 50 bcm a year. It will run via Mongolia to China. Russia also played the role of China’s No. 2 coal supplier in 2021 [5].

In September 2022, the Russian leader – V. Putin unveiled new Russian oil and gas agreement with China worth an estimated \$117.5 billion.

As for the food trade, it can be described as not big enough but expanding. In 2019, China approved the import of soybeans from all regions of Russia, and our countries signed a deal to deepen cooperation in soybean supply chains, which means that more Chinese firms will be growing the beans in Russia. Soybean exports to China achieved 543,058 tons last year and are expected to reach 3.7 million 2 tons by 2024.

What is more, in 2021, China approved beef imports from Russia, moreover, it was considered to increase imports of wheat from all regions of Russia. Other food exports from Russia to China include fish, sunflower oil, rapeseed oil, poultry, wheat flour and chocolate. China is also a huge importer of timber from Russia’s Far East, with imports of timber and related products worth \$4.1 billion last year. In its turn, China sells mechanical products, machinery, transport equipment, cars, mobile phones, and consumer goods to Russia. Chinese exports to Russia achieved \$67.6 billion last year, it amounts 34% [1–3].

Chinese companies are also taking advantage of the Western sanctions: they are filling the gap of the exodus of Western companies from Russia. Chinese smartphones accounted for two-thirds of all new sales in Russia between April and June, according to the Russia’s top electronics retailer M. Video-Eldorado. Their total share in Russia has steadily increased from 50% in the first quarter, to 60% in April, and then to more than 70% in June, M. Video said. Xiaomi was the best-selling smartphone maker in Russia in July, holding 42% of the market, according to Russian media Kommersant.

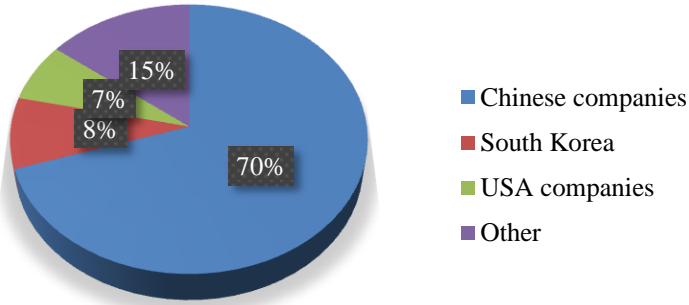


Figure 2. Share of the phone market in Russia during 2022

Samsung, once the market leader, had only 8.5% of the market in July. Apple held just 7%. The two companies accounted for almost half of the Russian market prior to the Ukraine-Russian conflict, but suspended sales of new products in the country after the special military operation was announced [4].

It can be represented in a pie chart:

Thus, China has been consistent in its support of Russia. It means that Chinese-Russian trade, development, and economic cooperation can be expected to continue. That also means more joint venture partnering – with some Chinese (or China funded) strategic businesses for example in energy, picking up Russia projects abandoned by the Western companies. China will be a much larger Russian partner by the end of this year, and especially in the coming years. All in all, cooperation between two countries will be increasing in the future judging by the present results in many ways.

References

1. Russia's Pivot to China – Geopolitics, Trade, and Development in the Wake of the Ukraine Conflict by China Briefing. Electronic Resource. URL: <https://www.china-briefing.com/news/russias-pivot-to-china-geopolitics-trade-development-in-the-wake-of-the-ukraine-conflict>.
2. Factbox: China-Russia trade has surged as countries grow closer by Reuters. Electronic Resource. URL: <https://www.reuters.com/markets/europe/china-russia-trade-has-surged-countries-grow-closer-2022-03-01>.
3. China's Economic and Trade Ties with Russia by Congressional Research Service (USA CONGRESS.GOV). Electronic Resource. URL: <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/IF/IF12120>.
4. 3 ways China and Russia are forging much closer economic ties by CNN.BUSINESS (CNN.COM). Electronic Resource. URL: <https://edition.cnn.com/2022/09/15/economy/china-russia-closer-ties-sco-summit-intl-hnk/index.html>.
5. China's Relations with Russia in a New Age by China Briefing. Electronic Resource. URL: <https://www.china-briefing.com/news/chinas-relations-with-russia-in-a-new-age>.

УДК 006.053

THE IMPORT SUBSTITUTION IN THE STANDARDIZATION SYSTEM

D. A. Kashitsina, V. K. Menshikova, V. N. Yurdanova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. The trend of the Russian Federation (RF) to the import substitution in the area of standardization is considered in the article. The realization of the Action Plan for the development of standardization until 2027 was evaluated in 2021, in accordance with which the RF fulfills and exceeds the Plan for most key indicators. The non-critical impact of new sanctions, which were imposed on the standardization system of the Russian Federation in February-March 2022 in comparison to the certification system, was investigated.

Keywords: standardization system; standard; import substitution; sanctions; development of a national standardization system

Currently, due to the application of sanctions by Western countries, the Russian Federation has embarked on a course of import substitution, including once in the field of standardization and metrology. The Russian Federation has realized the importance of its own production and development of national standardization system [1]. Russia must remain sovereign and viable regardless of the political and economic situation in the world, so the Russian Federation must move to a full self-sufficiency as soon as possible [2]. Sanctions limit the development of the Russian economy in many ways, so it is necessary to assess the extent of their impact specifically on the system of standardization. Thus, the importance of the study becomes of current interest.

The aim of the study is to estimate the impact of Western sanctions policy on internal standardization, as well as to assess the policy of import substitution in the field of standardization.

* © Kashitsina D. A., Menshikova V. K., Yurdanova V. N., 2023

162-FL document "On Standardization in the Russian Federation", which was accepted in 2015, and other new normative legal acts, that were adopted in the field of standardization, provide a solution to the regulatory support of import substitution. Standard-setters have come to realize that Russian standardization is not required to fully adjust to international standards for successful trade; the development of their own standards has become a priority [3]. Production capacity, scientific and technical potential, as well as budget financing of standardization in Russia determined the possibility of a successful development of national standards. The sanction policy of the West largely influenced the change in the course of development of Russian standardization. In addition, the import substitution policy implemented in the Russian Federation requires adjustments both for products themselves and for strategies of their production and presence in the market [2].

Despite all the sanctions restrictions, Russia still has the possibility to register in Federal Information Collection of Standards and apply international standards, because international standardization is independent of politics. The Russian Federation is a full member of such organization as ISO (International organization for standardization) and IEC (International Electrotechnical Commission), so it still has full access to all standards. Russian experts on standardization have the opportunity to connect to the databases of these organizations, to participate in the development of international standards, as well as to use these standards in the development of national standards [4].

Another positive point in the current situation is that Russia has not lost the opportunity to use national standards of friendly states with which it has signed agreements [4].

However, there are also certain restrictions on the Russian Federation related to the holding of meetings of Technical Committees working groups on the territory of the Russian Federation, as well as temporarily freezing the activities of Technical Committees, secretariats or chairmanships of which are assigned to the Russian Federation. Nevertheless, their legal rights in ISO and IEC are preserved [4].

In addition, the interaction with EU members in the area of standardization is suspended. The European Standardization Committee unilaterally froze pilot projects carried out jointly with the Interstate Council for Standardization, Metrology and Certification without warning [4].

To a greater extent sanctions of the European countries have touched not the field of standardization, but the field of certification - many foreign certification companies cancelled certificates of the Russian companies after February 2022 [5].

For a full transition to a national system of standardization, being independent of unfriendly states, a systematic work on the evolution and the perfection of the Russian standardization system is constantly being developed. Until 2020, this work was done according to the Concept of development of a national standardization system (RF Government Decree № 1762-R). Now this work implemented within the format of the Action Plan (the road map) of the establishment of the standardization in the Russian Federation until 2027. The main indicators of the development of standardization in Russia, as well as current values in these fields are presented in the Table 1.

Thus, analyzing the indicators of the implementation of the action plan for 2021, we can conclude that for most indicators Rosstandart were fulfilled (and even exceeded) the plan. Nevertheless, targets are still quite a long way off – the standardization bodies still have a lot of work to do. In general, the fulfilment of the goals, presented in the Action Plan, is realistic. It should be noted that the planned development of the standardization in the Development Plan does not define any ways to achieve this result. However, if by 2027 all of the objectives be achieved, the Russian standardization really will reach an international level in the sense that other countries will be interested in the unification of national standards of the Russian Federation and the use of them in their standardization systems. In addition, this level of

the development of the standardization will ensure the independence of Russia from international standards. A positive moment will be the fact that the orientation of the domestic standardization for the development of national and interstate standards will improve the quality of products manufactured in Russia, as well as improve the quality of imported goods.

Table 1

Targets of the Action Plan [6-7]

The indicator	The target value (2021)	The current value (2021)	The target value (2027)
Average period of the standard in the Federal Information Collection of Standards	15,4 years	15,4 years	7 years
Average period for the standard development	9,5 months	8,8 months	7 months
Share of interstate standardization paper in the Federal Information Collection of Standards	29,2 %	27 %	57 %
The amount of standards approved in a year, the development of which is funded by the business	47 %	49 %	75 %

References

1. Abramov A. Transparency of work is one of our main standards" interview to the information-analytical magazine // RUbezh. 21.10.2015. URL: <https://ru-bezh.ru> (the date of reference:13.10.2022).
2. Andreeva E. L., Ratner A. V., Malysheva E. V. Globalization of standards as a factor in the development of future markets // Russian Foreign Economic Bulletin. 2019. N 6. P. 7–17.
3. Zazhigalkin A. V. Development of the national system of standardization in the conditions of formation of a new technological mode. D. thesis for the degree of Doctor of Economics. St. Petersburg State University of Economics. St. Petersburg, 2021. 316 p.
4. Shalaev A. P. Rosstandart system in conditions of sanctions. Standards and Quality 2022. N 4 (1018). P. 10–12.
5. Nikanorov P. A. How sanctions affected standardization and certification activities. Product quality control. May 2022. URL: <https://www.tek-all.ru> (the date of reference: 15.10.2022).
6. The letter of the Government of the Russian Federation №DK-P7-9914 of 15.11.2019 "On the Action Plan ("road map") of standardization development in the Russian Federation for the period up to 2027". // Electronic fund of legal and normative-technical documents. URL: <https://docs.cntd.ru> (the date of reference: 15.10.2022).
7. Report on the results of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology in 2020 // Rosstandart: official edition. M., 2021. 160 p.

INTERNATIONAL COOPERATION AND INTERACTION WITH FOREIGN GUESTS IN THE HILTON HOTEL CHAIN IN RUSSIA

T. V. Korbmacher, M. N. Murashov, Ya. A. Rudich*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. In all countries of the world, the hospitality industry is a powerful economic system, being an important component in the overall economy of tourism and tourist products.

It was said about all the countries of the world for a reason, it is thanks to the use of hotel services by foreign guests that the hotel business continues to exist and «breathe deeply». In order to understand how everything works, we suggest considering international cooperation and interaction with foreign guests in the Hilton hotel chain in Russia.

Keywords: hotel chain; hotel business; rooms; foreign guests; interaction

Before we start analyzing the basic information, first we need to get acquainted with the positions of Hilton in the rating.

Let's take the example of the 2018 FIFA World Cup from the publishing house «Forbes», which increased the profitability of hotels in Russia to record values due to the fact that more than 5 million foreign tourists visited 11 cities during the championship.

The 1st place in the rating according to Forbes is occupied by Marriott International with an income from renting rooms equal to \$246,000,000 – the most important, according to the magazine, competitor of the Hilton hotel chain.

Hilton, in turn, takes the 5th place in the rating with a yield of \$109,000,000 from renting rooms, the most iconic objects were Hilton Moscow Leningradskaya and Hilton St. Petersburg Expoforum. This is a good result, considering that Hilton is still more suitable for a practical family holiday.

After learning about the approximate positions of the Hilton hotel chain, we can go to why it is the choice of foreign citizens that falls on it.

We can safely say that Hilton is the most recognizable and well-known name in the hotel business, we can say that the name Hilton has become synonymous with the word hotel [2].

Hilton hotels is a favorite among absolutely different guests according to their needs, let's consider a number of reasons for choosing it:

- any guest feels welcome, regardless of what means he has;
- traditions and Art Nouveau combine here;
- the most important luxury is comfort, which is available to absolutely all guests, no matter where in the world you are, we will find absolutely the same high quality of service in the Hilton hotel chain;

- created for those who actively travel and participate in conferences. In this hotel chain, by default, a large selection of leisure facilities for foreign citizens is provided – from conference halls to game rooms [3].

We can safely say that these are not all positive aspects, because of which foreign citizens choose Hilton.

The level of education and knowledge of languages are one of the key points in the implementation of activities within the hotel business, since the main flow comes from foreign guests, then the level should be appropriate, let's look at the example of the staff of the hotel «Doubletree by Hilton Novosibirsk» [4].

* © Korbmacher T. V., Murashov M. N., Rudich Ya. A., 2023

Speaking in general, the staff of the hotel «Doubletree by Hilton Novosibirsk» is 150 people. The average age of the staff is 23–35 years.

«Doubletree by Hilton Novosibirsk» puts forward the following requirements for various hotel services:

- higher education;
- knowledge of English at least at an average level.

Also, it is worth noting that the Hilton hotel chain uses such practices as training employees so that they can better cope with their main responsibilities [5].

From the above, we can conclude that the Hilton hotel chain pays priority attention to the level of education of the staff, which has a very good effect on interaction with foreign guests.

In order to study this topic in more detail, we conducted a survey among 10 foreign guests at the Hilton Garden Inn Krasnodar hotel [6].

The 1st question was the following: what did you pay attention to before choosing a hotel?

What did you pay attention to before choosing a hotel?

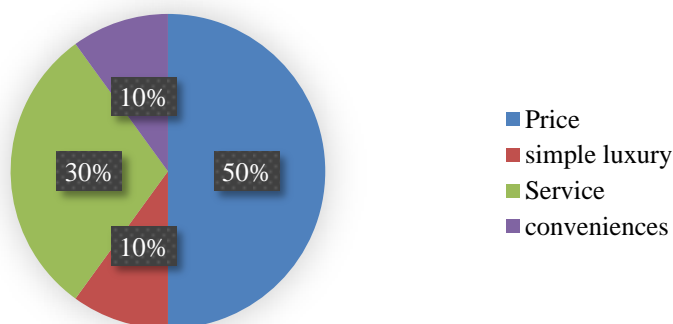


Figure 1. Answers to the 1st question

Based on the survey data, it can be concluded that the majority, namely 50% of respondents pay their attention primarily to the price, but it is also worth noting that in the Hilton hotel chain in Russia luxury is very affordable for every foreign guest, the service was noted by the guest who had previously stayed at Hilton and he trusts his rest only to him. The guest with the HIA noted the amenities, as it is a priority for him to have ramps, handles in the bathroom, a convenient bathroom, etc [8].

The 2nd question was of the following nature: for what purpose did you visit Russia and why exactly «Hilton Garden Inn Krasnodar»?

From the survey conducted, it can be concluded that most of the guests come for successful business meetings and family holidays, as well as because of our rich culture (the guest mentioned the pillars).

The 3rd and last question were the following: did you feel at ease being a foreign guest?

Based on the data of the last question from our survey, we can conclude that Hilton Garden Inn Krasnodar shows excellent results in interaction with foreign guests, which cannot but please [7].

Having carried out the work, analyzing all the data from sources and surveys among foreign guests, we can conclude that the culture of serving foreign guests at Hilton in Russia is at the level due to the fact that the heads of organizations are demanding of staff, namely:

education and knowledge of English and training, which is quite important, as well as style, image, the existing fame of Hilton itself around the world.

For what purpose did you visit Russia and why Hilton?

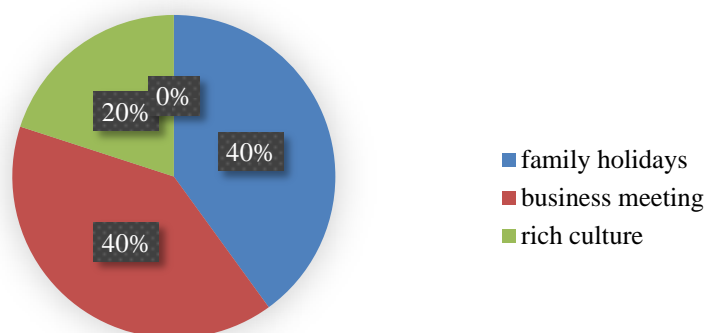


Figure 2. Answers to the 2nd question

Did you feel at ease being a foreign guest?

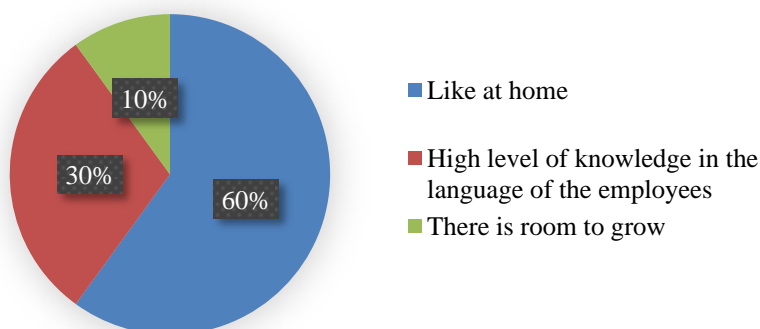


Figure 3. Answers to the 3rd question

References

1. Arbuzova N. Yu. Organization of service in hotels and tourist complexes. M. : TEIS, 2011. 178 p.
2. Balashova E. A. Hotel business. How to achieve impeccable service. M. : KNORUS, 2012. 233 p.
3. Vakulenko R. Ya., Kochkurova, E. A. Management of a hotel enterprise: a textbook. M. : University Book; Logos, 2020. 320 p.
4. Bystrov S. A. Organization of hotel business: textbook. M. : FORUM; INFRA-M, 2021. 432 p.
5. Klyuchevskaya I. S. Personnel management of a hotel enterprise: a textbook. M. : INFRA-M, 2021. 386 p.
6. Nikolenko P. G., Gavrilyeva T. F. Entrepreneurial activity in the field of hotel business: hotel administration: textbook and workshop for secondary vocational education. M. : Yurayt Publishing House, 2021. 451 p.
7. Nikolskaya E. Y. Quality management of hotel services. M. : KnoRus, 2021. 198 p.
8. Kobyak M. V., Skobkin S. S. Quality management of a hotel enterprise: textbook for universities. 2nd ed., ispr. and add. M. : Yurayt Publishing House, 2021. 518 p.

THE ROLE OF STANDARDIZATION BODIES AND SERVICES IN THE ACTIVITIES OF CUSTOMS AUTHORITIES

V. V. Marchenko, V. K. Menshikova, V. N. Yurdanova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. This paper describes the structure of the State Standardization System, the main bodies and their functions are considered which contributes to the activities of customs authorities.

Keywords: standardization; State Standardization System (SSS); authority; functions

Standardization has many functions in each country. These include interaction with customs authorities and assistance in the implementation of their activities. Even the provision of customs services is directly related to the standardization of customs control and customs administration procedures. It is worth considering the relationship between standardization and customs on the example of the Russian Federation. Standardization in the Russian Federation had many transformations, including foreign influence. Now in Russia there is a State Standardization System (SSS), which unites and organizes standardization work throughout the country, at all levels of production and management on the basis of a complex of state standards [1].

Considering that the situation prevailing on the world stage, the socio-economic and political spheres of Russia have changed. According to the President of the Russian Federation, it is necessary that any goods and services are produced within the country. This aspect concerns not only the defense industry, it needs for import substitution, it is necessary to continue the development of food, metalworking, fuel and other industries, besides improving them.

It is necessary to consider the structure of standardization in the Russian Federation to understand how this system works in the figure 1.

If you look at the figure 1, you can see the hierarchy of the standardization system in Russia but in order to evaluate the work of the authority, you need to know their functions [2].

The Federal Agency for Technical Regulation (FATR) forms and implements state policy and management of standardization activities. A number of its competencies include coordination and management of state bodies. In addition, it approves national standards, registers normative documents, carries out representation in international organizations and performs a number of equally important functions.

The Technical Committee (TC) for Standardization is engaged in the representation of enterprises and organizations as a result, authorized representatives may be allowed to change the procedure for standardization, certification, metrology. It is worth noting that only leading scientists and specialists work in the TC. The main functions of the TC include promoting the application of international, regional standards, cooperation with the TC in related areas of activity, which allows a more effective and timely approach to solving problems.

Research institutes (SRI) and research centers (SIC), listed in the figure 2, are engaged in measurements in various fields, form an information fund of standards, conduct various examinations of ND, and also implement the National Standardization Program.

There is also a special place for training qualified specialists in the SCAC of the Russian Federation. The Academy of State Standard of Russia carries out advanced training, professional retraining of specialists, training of applicants for experts to confirm conformity (certification and declaration) of products (services) and quality management systems [3].

* © Marchenko V. V., Menshikova V. K., Yurdanova V. N., 2023

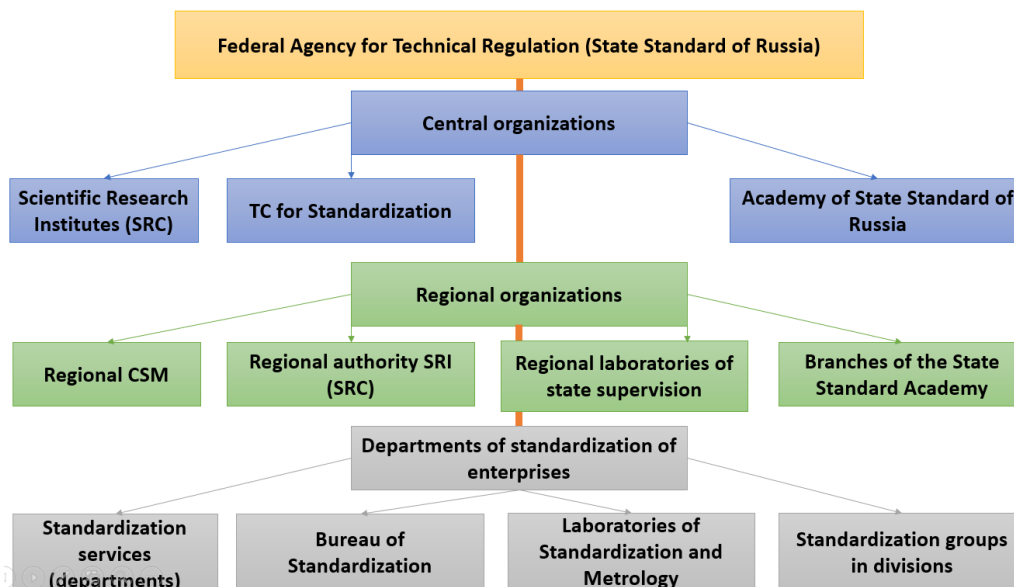


Figure 1. The structure of the state standardization system in Russia

Name of research institute	Abbreviated name		
		GP "D.I.Mendeleev All –Russian Research Institute of Metrology	GP VNIIMnamed after Mendeleev
All –Russian Research Institute of Classification, Terminology and Information on Standardization and Quality	VNIKI	All – Russian Research Institute for Standardization and Certification of Agro - Industrial Products	VNIISAgroproduct
All – Russian Scientific Research Institute of Standardization	VNIStandart	Ural Scientific Research Institute of Metrology	UNIIM
All – Russian Scientific Research Institute of Certification	VNIIS	All – Russian Scientific Research Institute of Flowmetry	VNIIR
All – Russian Research Institute of Standardization and Certification in Mechanical Engineering	VNIINMASH	Research Center for the Study of Surface Properties and Vacuum	SIC
All – Russian Scientific Research Institute of Metrological Service	VNIIMS	SE "All–Russian Order of the Red Banner of Labor Research Institute of Physical, Technical and Radio Measurements	GPVNIIFTRI
All–Russian Scientific Research Center for Standardization, Information and Certification of Raw Materials, Materials and Substances	VNITSMV	SE "Scientific Center for Optical and Physical Research"	GP NCOFI
SE "All–Russian Scientific Research Institute of Optical and Physical Measurements named after B.M.Stepanov"	GP VNIIOFI		

Figure 2. Research institutes of Gosstandart

Moving to the regional level of organizations, it is necessary to single out the State Regional Centers for Standardization, Metrology and Testing (CSM), since they form the basis of regional standardization at the level of organizations. It is they who control the processes of standardization of enterprises in a certain region.

Due to the vast territory of the Russian Federation, research institutes and research centers operate in the regions. The region is determined by the city in which the research institutes and (or) SIC are located. Their activities are reduced to the same functions that are performed by central research institutes and research centers.

Regional laboratories of state supervision of standards and measuring equipment in the assigned territory are responsible for the state and development of standardization and me-

trology, the implementation of a unified technical policy in this area at enterprises and organizations of the region.

The vastness of the territory of Russia creates many difficulties for the production of qualified personnel, it is the Branches of the State Standard Academy that allow us to solve this problem by providing the opportunity for training in different parts of the country [4].

Large enterprises have a structure similar to a small state, so in some of them independent standardization services are formed (the department of metrology and standardization or the department of the chief metrologies), which performs the functions inherent in FATR.

Standardization bureaus are characteristic of smaller enterprises, since the coordination of their activities is important, but on a smaller scale, and enterprises that produce products according to a proven system organize standardization groups in units with a certain type of activity.

So that the output does not stagnate due to inspections and checks with regional bodies, enterprises that fulfill state orders organize laboratories of standardization and metrology, headed by a meteorologist.

Standardization is an activity aimed at developing and establishing requirements, norms, rules, characteristics, both mandatory for implementation and recommended, ensuring the right of the consumer to purchase goods of proper quality at an acceptable price, as well as the right to safety and comfort of work [1].

The purpose of standardization is to achieve an optimal degree of ordering in a particular area through the wide and repeated use of established provisions, requirements, norms to solve real, planned or potential tasks [1].

Of course, the existing SCAC in the Russian Federation is subject to the basic rules contained in international standardization, relies on the principles without which high-quality standardization activities are impossible. Thus, it is easy to see that it provides and maintains in an up-to-date state a single technical language, unified series of the most important technical characteristics of products, a system of norms and rules.

Thus, standardization bodies and services in the Russian Federation have a clear structure and certain functions, thanks to which they carry out activities in the field of standardization.

References

1. Federal Law No. 162-FZ of 19.06.2015 "On Standardization in the Russian Federation". URL: <https://docs.cntd.ru/document/420284277>.
2. Kaminsky O. V., Mylnikov A. V., Mogilev I. V. et al. Get 166-2020 State Primary Standard for the Frequency Deviation Unit. Meas Tech 65, 227–232 (2022). URL: <https://doi.org/10.1007/s11018-022-02073-w>.
3. Radkevich Ya. M., Skhirtladze A. G. Metrology, standardization and certification. In 3 h. Part 2. Standardization: textbook for academic baccalaureate. 5th ed., reprint and additional. M. : Yurayt Publishing House, 2020. 481 p. URL: <https://avidreaders.ru/read-book/metrologiya-standartizaciya-i-sertifikaciya-v-3-3.html>.
4. Khoreshman V. S. English for Standardization and Metrology: A textbook. Taganrog: Publishing House of UFU, 2014. 158 p. URL: http://ntb.tgn.sfedu.ru/UML/UML_5361.pdf.
5. Lifits I. M. Standardization, metrology and conformity assessment: textbook and workshop for applied bachelor's degree. 13th ed., reprint and additional. M. : Yurayt Publishing House, 2019. 363 p. URL: https://azon.market/image/catalog/v_1/product/pdf/339/3382910.pdf.
6. Kartseva E. V., Flaxman A. A. Textbook on the English language, Metrology and Standardization. 2021 URL: <https://bibl.nngasu.ru/electronicresources/uch-metod/ling/874653.pdf>.

THE ROLE OF FOREIGN LANGUAGE PROFICIENCY IN CUSTOMS SYSTEM AND LANGUAGE TRAINING OF PERSONNEL IN THE CONTEXT OF SANCTIONS PRESSURE ON RUSSIA

E. A. Markov, V. K. Menshikova, V. N. Yurdanova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. This article explores parallel imports as a way to overcome the problem of the disappearance of familiar goods from the market, the importance of knowledge of foreign languages by customs officials to prevent counterfeit products from entering the domestic market during parallel imports. The purpose and skills acquired by students of customs areas in the study of foreign languages are considered.

Keywords: foreign languages; customs; language training; parallel import; sanctions pressure; Russian Customs Academy

In the modern world, marketers have achieved tremendous success in their working, this is manifested in the fact that people are categorically not ready to refuse the goods that have been introduced into their lives: food, consumer electronics, perfumes and many other goods. Due to the sanctions pressure on Russia from the European Union and European friendly countries, brands have begun to stop or temporarily stop their activities in the territory of the Russian Federation. On the one hand, marketers have done their job perfectly, people cannot imagine their life without familiar brands, on the other hand, they have driven the country into a situation in which citizens are not happy with the lack of goods from these brands. Under these conditions, the state is forced to look for ways to solve the problem of the lack of familiar goods, for example, through parallel imports or import substitution. Solving this problem by any ways requires the intervention of the customs authorities: the customs authorities are responsible for the safety compliance of products imported to the domestic market. Also, due to sanctions, established international ties with other countries are cut off and new ones are formed, which is also connected with the customs system. The purpose of this scientific work is to study areas related to customs activities in which knowledge of a foreign language can be useful, as well as ways to obtain customs officials this knowledge.

To solve the problem of the lack of popular brands, a new Federal law No. 213 of June 28, 2022 came into force, which officially allowed the parallel import of goods. By the way, parallel imports are legalized not only in Russia, but also in the USA, Canada, Great Britain, China, Japan and other countries. Parallel import is such kind of import when goods are imported into the country and sold without the consent of the copyright holder. For research investigation, a survey of citizens was conducted, during which the question was asked: "Is parallel import of goods necessary in the conditions of their shortage?". The survey data is shown in the figure. According to the survey, citizens are very actively supporting the legalization of parallel imports. Based on this, we can conclude that the measure with the legalization of parallel imports of goods in the Russian Federation is extremely positively perceived by the population of the country. The list of goods that can be imported by parallel import is determined by the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation. For example, telephone sets for cellular communication networks or other wireless communication networks with the code in the Nomenclature of Goods subject to Foreign Trade classifier 8517120000 are allowed to be imported using parallel imports, except for the brands Apple, Asus, D-Link, HP, Samsung, Intel and some others [1].

* © Markov E. A., Menshikova V. K., Yurdanova V. N., 2023

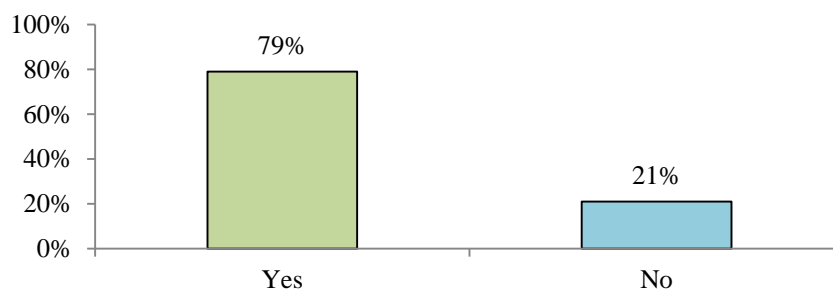


Figure 1. The result of a survey of citizens

With parallel imports, there is a problem of product originality. The official permission of parallel imports increases the number of counterfeit products, the suppression of counterfeit goods is the responsibility of the customs authorities. As for the price of parallel import goods, it is due to logistics, and the longer the delivery route, the higher the price will be. There are also customs duties that are levied when goods are imported into the customs territory, they also affect the price of the product. According to the forecasts of the head of the Federal Customs Service of the Russian Federation, Ruslan Davydov, parallel imports by the end of 2022 may exceed \$15 billion, and, accordingly, there is an enormous burden on the customs service in the field of suppression of counterfeit products. Government Decree No. 353 determines that it is temporarily allowed to import goods into the territory of the Russian Federation without fulfilling the mandatory requirements for labeling [2]. This means that the goods may be imported labeled in a foreign language and the customs authorities must identify the counterfeit, if any. To do this, customs officers are in dire need of knowledge of foreign languages.

Parallel import is just one way to deal with the leaving of popular products, but there are many others. Most of them require knowledge of foreign languages from customs officials. In general, in foreign economic activity, the majority of participants are required to know foreign languages: a customs declarant, a customs broker, a forwarding agent and others. With regard specifically to the customs authorities, the FCS has the task of interacting with public authorities of foreign states and international organizations in the field of customs. It can also be recalled that in the development strategy of the Federal Customs Service of Russia until 2030, the image of a competent customs officer includes knowledge of foreign languages [3].

The role of knowledge of foreign languages by customs officers is constantly growing, even despite the tendency of the development of the economy of various states towards protectionism. In most developed countries, it is obligatory for customs specialists to speak at least one foreign language. This is done due to the fact that language barriers can interfere with the development of international ties. For example, in the USA, the priority languages for customs officers, depending on the duty station, are French and Spanish; in China, the language training of the customs officer is focused on English. In world practice there are customs training institutes that are provided only in English, such as the Centre for Customs and Excise Studies - CCES, which is the world's leading provider of training and education in the highly specialized areas of Customs. In Russia, the main supplier of personnel to the customs authorities is the Russian Customs Academy, which has several branches. Also, the language training of the Russian Customs Academy is considered the most complete among all institutions that train customs specialists. Russian Customs Academy students graduate with high basic foreign language knowledge and terminology in the field of customs in French and German. The main skill that students acquire in the course of learning foreign languages is successful communication in foreign languages. The main goal of teaching future customs

officers foreign languages is their ability to establish contact with foreign partners. English is taught in all higher education institutions for the training of personnel of the customs authorities of Russia, as it is the main international language. A promising partner for Russia is China, this is manifested both in terms of trade and customs, in this regard, in some Russian universities, future customs officers are being trained in the direction of basic knowledge of the Chinese language, for example, in the Siberian Federal University.

After learning one of the ways to combat sanctions pressure on Russia in the area of the lack of familiar goods, as well as some other functions of the Russian Federal Customs Service, we can conclude that knowledge of foreign language is an extremely important part of customs activities and development of international communication, thus, customs officers must speak at least one foreign language. Knowledge of a foreign language for a customs officer means the absence of language barriers, which means the unhindered establishment of interethnic relations through communication with foreign partners. Language training of Russian customs students is carried out in different languages, which can be useful in establishing interethnic relations. In various universities with the direction of customs training, the additional foreign languages taught may be different, but English is taught in all universities, since most international relations are built in English.

References

1. Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation [Electronic resource] // Minpromtorg of Russia: 2022. URL: <https://minpromtorg.gov.ru>.
2. On the features of licensing activities in the Russian Federation in 2022 and 2023: Decree of the Government of the Russian Federation of March 12, 2022 N 353 (as amended on October 15, 2022) [Electronic resource]. URL: <http://www.consultant.ru>.
3. Strategy for the development of the customs service of the Russian Federation until 2030 [Electronic resource]: Decree of the Government of the Russian Federation dated 05/23/2020 No. 1388 // Customs portal for participants in foreign economic activity "Alta-Soft". URL: <https://www.altaru.ru>.

УДК 006

RESEARCH OF TECHNICAL REGULATIONS CUSTOMS UNION

A. S. Mozhaeva, V. N. Yurdanova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. The authors of the study put emphasis on the importance of compliance with quality and safety requirements in relation to products, which are introduced into circulation on the market of the EAEU member countries. A comparative analysis of the technical rules of food and non-food products of specific groups was carried out. There is a bias towards establishing more precise and detailed requirements in the technical rules of food products due to the direct dependence of citizens' health on the consumption of these goods for food.

Keywords: technical regulations; technical regulation; food and non-food expenses

* © Mozhaeva. A. S., Yurdanova V. N., 2023

One of the main indicators for evaluating products, works and services is quality, which determines the standard of living of individual person and society as a whole. That is the reason why the role and importance of quality are decisive in the formation of the country's economy nowadays. A strategic task is the solution of quality problem, only the creation of a clear and thorough policy in this field, and a long-term program of measures that integrate the efforts of all branches of government and all specialists, can bring the desired result - the rise of the real sector of the economy [1]. As a tool for regulating this policy, technical regulations are a document that establishes certain and necessary requirements for the objects of technical regulation, products or products and processes related to product requirements for design (including surveys), construction, operation, installation, production, storage, commissioning, transportation, disposal and sale [2].

The problems of equipping goods, works and services with uniform safety requirements for their inclusion in circulation and the organization of their freedom of movement in the common economic space of the Union are of particular importance thanks to the strengthening of the process of integration in this international organization [3], which is the relevance of our research. The goal of the study is to investigate the essence of technical regulations using a comparative analysis of TR of food and non-food products.

For the comparative analysis, the following technical regulations were selected:

- Technical Regulations of the Customs Union TR CU 008/2011 «On the safety of toys»;
- Technical Regulations of the Customs Union TR CU 034/2013 «On the safety of meat and meat products».

It is necessary to analyze the content of technical regulations during their review and comparison. For clarity, let's use the table where all sections of each of the proposed regulations are placed.

Already at the stages of visual examination of the studied technical regulations, it should be noted that the TR of food products are equipped with more detailed and specific information due to the special importance of their compliance with all the rules and regulations of the TR in order to further introduction of products to the market, as well as its safe consumption by citizens.

Table 1

**Content of technical regulations for food and non-food products
of specific product groups**

Technical Regulations of the Customs Union TR CU 008/2011 «On the safety of toys»	Technical Regulations of the Customs Union TR CU 034/2013 «On the safety of meat and meat products»
1. Scope of application 2. Definitions 3. Rules of market circulation 4. Safety requirements 5. Ensuring compliance with safety requirements 6. Confirmation of compliance 7. Marking with a single product circulation mark on the market	1. Scope of application 2. Basic concepts 3. Rules for the identification of slaughter products and meat products 4. Rules for the circulation of slaughter products and meat products on the market of the Single Economic Space and of the member States of the Customs Union 5. Safety requirements for slaughter products and meat products 6. Requirements for the processes of production of slaughter products and meat products 7. Requirements for slaughter products and their production processes 8. Requirements for meat products and their production processes 9. Requirements for the processes of storage, transportation, sale and disposal of slaughter products and meat products 10. Requirements for packaging of slaughter products and meat products

The TR "On the safety of toys" in the section "Scope of definition" provides information in a brief form about the objects of technical regulation and the purposes of the development of this TR. This regulation highlights an important factor – the novelty of toys, namely, that the products were not in operation. The technical regulations "On the safety of meat and meat products", on the contrary, presents a broad description and characteristics of these sub-items. For example, unlike non-food products, food products have a more limited shelf life, including, in particular, meat products, and therefore in the initial aspects of the technical regulations it is importance to detail describe the list of products to which this regulation does not apply [4].

The following section in the regulations presents terms and their definitions, which is the basis for technical regulations, since the absence of this section can affect both the meaning and meaning of the information in the regulations, as well as personal understanding (misunderstanding) and, as a result, non-compliance by users with this regulation.

The difference in content may also be in the TR of food products, for example, in the TR "On the safety of meat and meat products" there is a section "Rules for the identification of slaughter products and meat products". The presence of this section is due to a wide range of products included in this group of products, and also the need to recognize a particular type of product for further use of TR.

The general sections of the TR data will also be sections related to ensuring compliance with safety requirements [5], conformity assessment, marking with a single product circulation mark on the market of the member states of the Customs Union.

As for the section "Safety requirements", the safety factor is determined in both regulations by different approaches. Thus, if the TR "On the safety of toys" mainly describes detailed conditions concerning the design, material, mechanical and physical properties of the product, then the TR "On the safety of meat and meat products" provides information on the characteristics that the products must meet. For example, the maximum permissible levels of residues of veterinary (zootechnical) drugs, medicines (including antibiotics), animal growth stimulants (including hormonal drugs).

A distinctive feature of the food technical regulations may be the presence in it of sections related to the requirements for:

- production processes;
- processes of storage, transportation, sale and disposal of products [6];
- product packaging;
- product labeling.

All this is because, often, non-food products can be sold on the market in the form in which they were created. In addition, non-food goods can be labeled in almost any way: a single product circulation mark on the market of the Customs Union member states is applied directly to the toy itself and (or) the packaging of the toy (consumer, group, transport) and (or) label, medallion, label (including a sewn label), leaflets-inserts, as well as is given in the accompanying operational documents - and this should not affect its condition. While food products for the most part need packaging, and only then labeling. For example, we will rely on the regulations we have chosen "On the safety of meat and meat products". Marking of meat in carcasses, half-carcasses, quarters and cuts can be made directly on the carcass, half-carcass and quarter in the form of an impression of a veterinary stamp in accordance with the requirements established by the regulatory legal acts of the Member States in the field of veterinary medicine, in the form of an impression of a commodity stamp [7].

The section on state control (supervision) over compliance with the requirements of the technical regulations for slaughter products and meat products and related processes of production, storage, transportation, sale and disposal in the TR "On the safety of meat and meat products" may also be a distinctive feature of the food TR.

The final sections are the Protective Clauses that are present in each of the regulations.

So, having analyzed both types of TR, we can come to the conclusion that: TR of food products differ from TR of non-food products in terms of depth, volume, level of concretization of the information provided due to the fact that solving problems of quality and safety of food raw materials and products of its processing is one of the main directions in the implementation of the idea of state policy in the field of equipment the population with safe products. In addition, these types of technical regulations have similarities in the presence of common sections responsible for the main points in the field of regulation of norms and rules for each of the product categories.

References

1. Scientific electronic library "Cyberleninka": the Importance of quality in manufacturing. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-kachestva-v-proizvodstve/viewer>.
2. Consultant Plus: Federal Law No. 184-FZ of 27.12.2002 (as amended on 02.07.2021) "On Technical Regulation" (with amendments and additions, intro. in force 23.12.2021); Article 2; Basic concepts. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/4ceedc6beeab98acfcffe6b042e41a8319e1c922.
3. Menshikova V. K. Customs regulation of foreign economic activity in the conditions of reforming the Federal Customs Service // Materials of the VI All-Russian scientific and practical conference with international participation "Problems of the development of the market of goods and services: prospects and opportunities of the subjects of the Russian Federation". Siberian Federal University, Institute of Trade and Services. 2020. P. 681-684.
4. Consortium Code: Technical regulations of the Customs Union TR CU 008/2011 About toy safety. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902303210?marker=7D20K3>.
5. Menshikova V. K. The concept, essence and regulatory regulation of environmentally friendly goods // Collection of materials of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation "Regional consumer goods markets: quality, environmental friendliness, business responsibility" under the general editorship of Yu.Yu. Suslova. 2019. Pp. 238–241.
6. Menshikova V. K., Maltseva N. V., Chekhov V. V. Utilization and processing of solid household waste in Russia and other countries // Collection of materials of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation "Regional consumer goods markets: quality, environmental friendliness, business responsibility" under the general editorship of Yu. Yu. Suslova. 2019. Pp. 244–247.
7. Consortium Code: Technical Regulations of the Customs Union "On the safety of meat and meat products" (TR CU 034/2013). URL: <https://docs.cntd.ru/document/499050564?marker=7D20K3>.

ACTIVITIES ORGANIZATION OF CUSTOMS POST OF ACTUAL CONTROL

E. R. Mustafayeva, L. N. Demina, V. N. Yurdanova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. In the customs authorities of the Russian Federation the optimization of the structure and staffing is being completed; it is focused on reducing and enlarging the places of customs clearance, introducing algorithms for the automatic performance of customs operations using information systems. The article is aimed to the analysis of the activities of one of the customs posts of the Krasnoyarsk regional customs after the transformation, as a result of the reorganization of the Tyva and Khakass customs.

Key words: customs post; customs control; customs office of actual inspection

Krasnoyarsk Customs is part of the Siberian Customs Administration and has the largest region of activity in it. The Krasnoyarsk customs is the customs of actual control, its structure includes 13 customs posts, one of which is located in Achinsk. This customs post is mainly focused on performing customs operations in relation to timber and timber products, exporting oil refinery products and alumina processing products (soda ash, potassium sulfate) [1].

The zone of responsibility of the post includes the districts of the Krasnoyarsk Territory: Achinsk, Birilyusy, Bogotol, Bolsheuluyk, Kozulka, Nazarovo, Tyukhtet, Uzhur and Sharypovo.

The activities of the Achinsk customs post are aimed at fulfilling the established benchmarks, introducing advanced technologies, observing the procedure and technologies for customs operations established by customs legislation, identifying and suppressing violations of customs legislation [2; 3].

The range of goods transported in the area of responsibility of the Achinsk customs post is made up of the following groups of EAEU TNFEA goods:

- agricultural products – groups 10, 11, 12 (grain, grain processing products, oilseeds);
- energy carriers – group 27 (petroleum products, brown coal);
- products of the chemical industry: group 29 - nitrate compounds, group 31 – sulfate fertilizers;
- rubber products – group 40 (conveyor belts);
- unprocessed timber – subgroup 4403;
- sawn timber – subgroup 4407;
- components for the repair and maintenance of technological equipment - groups 84, 93 and others.

Particular attention at the Achinsk customs post is paid to customs control in relation to exported timber [4].

In 2020, the number of foreign trade participants exporting timber has significantly decreased in the region where the post operates. Export is carried out by 7 enterprises from 4 railway stations in comparison with 2019, where there were more than 30 foreign trade participants. 388 consignments (65 consignments of raw timber and 323 sawn timber) of 44 TN FEA groups were exported from the region of operation of the post, which is 30% less than in 2019.

On an ongoing basis, monitoring is carried out to ensure that companies - participants in foreign economic activity perform the provisions of the Forest Code of the Russian Federation, register places of shipments, and declare timber transactions.

* © Mustafayeva E. R., Demina L. N., Yurdanova V. N., 2023

In 2020, as part of the application of direct measures to minimize risks in relation to exported timber, the following measures were carried out:

- 60 customs observations;
- 52 customs inspections;
- 6 customs inspections, of which 4 were effective.

Against the backdrop of a decline in the volume of exported timber in 2020, grain, grain processing products, and rapeseed seeds were exported in significant volumes. The CED [5] registered 904 DTs in relation to goods exported from the region of operation of the post and received by enterprises located in the region of operation of the post (944 in 2019).

In 2020, 94 measures were applied at the Achinsk customs post to ensure customs control in the form of observation, 106 forms of actual customs control, of which 94 inspections and 11 observations were carried out. The control was performed in relation to exported timber, grain products, goods received by international mail, goods and vehicles imported by individuals for personal use, as well as upon completion of the customs transit procedure.

During application of the customs transit procedure, the following numbers can be noted:

- 87 consignments of grain products transported to the Kaliningrad region are placed under the customs procedure of customs transit. All TDs are registered automatically [6] (85 were registered in 2019);

- in respect of 31 consignments, the customs transit procedure was completed (in 2019 – 16);

- 70 temporary customs control zones have been created.

In 2020, 2 cases of administrative offenses were initiated. The decrease in the number of initiated cases on AO was due to a decrease in the volume of declaring timber and no violations were detected during the reporting period when submitting statistical forms in relation to consignments moved between the member states of the Eurasian Economic Union.

In 2020, based on the results of 5 joint events with law enforcement agencies in Achinsk and Nazarovo, 999 units of counterfeit goods were identified, which is 390 units more than in 2019. 17 requests were sent in 2020 and 19 in 2019 to right holders and expert organizations.

For the quality work of the Achinsk customs post, it is necessary to carry out work aimed at increasing the effectiveness of the ongoing customs control measures, continue monitoring the correct execution of orders for inspection, acts of customs inspection, taking measures to minimize risks in full, the timing of customs operations.

It is also necessary to intensify work aimed at identifying counterfeit products, continue joint work with the law enforcement agencies of the city of Achinsk to identify and suppress the sale of counterfeit goods, aimed at meeting the established indicators, and ensure control over the timing of customs inspections, control, and observations.

References

1. Menshikova V. K. Customs regulation of foreign economic activity in the context of reforming the FCS // Problems of development of the market of goods and services: prospects and opportunities for subjects of the Russian Federation. Sat. materials of the VI All-Russian scientific-practical conference with international participation. Siberian Federal University, Institute of Trade and Services. Krasnoyarsk, 2020. P. 681–684.

2. Demakova E. A., Zhilin M. G., Grigalchik G. N. The role of customs regulation in ensuring environmental well-being // Regional markets for consumer goods: quality, environmental friendliness, business responsibility - Col. materials of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation, under the general. ed. Yu.Yu. Suslova, 2019. P. 214–217.

3. Demina L. N. Problems of determining the customs value in the Russian Federation // Regional markets for consumer goods: quality, environmental friendliness, business responsibility: Sat. materials of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation under the general. ed. Yu.Yu. Suslova. Krasnoyarsk, 2019. P. 408-411.

4. Romanov R. V., Demina L. N. Organization of control of exported timber in the region of activity of the Siberian Customs Administration //Regional markets for consumer goods: quality, environmental friendliness, business responsibility. - Col. materials of the III All-Russian scientific-practical conference with international participation. Rep. For the issue of Yu. Yu. Suslov. Krasnoyarsk, 2021. P. 194–198.

5. Demina L. N., Menshikova V. K., Batueva D. E. Electronic declaration centers as the basis of electronic customs // Problems of development of the market for goods and services: prospects and opportunities for subjects of the Russian Federation. - Col. materials of the VI All-Russian scientific-practical conference with international participation. Siberian Federal University, Institute of Trade and Services. 2020. P. 667–670.

6. Demina L. N., Batueva D. E. Automatic registration and automated issuance of electronic transit declarations // Problems of development of the market for goods and services: prospects and opportunities for subjects of the Russian Federation: Col. materials of the VI All-Russian scientific-practical conference with international participation. Siberian Federal University, Institute of Trade and Services. Krasnoyarsk, 2020. P. 671–674.

УДК 338.48-31:640.4

THE INFLUENCE OF THE SEASONALITY FACTOR ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM

N. I. Shambeeva*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. the seasonality factor is analyzed, its problems and solutions are identified on the example of the area of Lake Baikal. Information on the tourist flow of 2018-2020 to Baikal is presented, certain strategies are proposed to increase the number of tourists.

Keywords: hotel; hotel business; seasonality; factors of seasonality

This topic is one of the most relevant and interesting topics in the tourism industry, as the seasonality factor has a great influence on the development and operation of the hotel and its room stock. In many ways, hotels depend primarily on: the power of tourist flows, the development of the enterprise and profit. Thus, all these factors influence the development of the hotel enterprise.

According to scientists, a hotel is an enterprise that operates for the purpose of making a profit by selling its services, this activity can also be called a hotel business. When conducting it, it is necessary to take into account seasonality and factors that affect the tourist flow.

Analyzing a lot of hotel companies in Russia, we will single out one region, namely the locality of Lake Baikal. The landscape and relief of this area attracts not only Russian

* © Shambeeva N. I., 2023

tourists, but also foreign ones [1–8]. According to the proposed data, it is possible to see the tourist flow from 2018-2020 to Lake Baikal in the summer (figure 1):

Based on the proposed data, it can be noted that the hotel business on Lake Baikal has its own certain qualities, due to its climatic features. Analysts point out that many hotels located on Lake Baikal are subject to the seasonality factor, since due to the climatic conditions of our country, the high season on Lake Baikal ranges from 2 to 3 months, which is characterized by high occupancy of the room stock, high prices for hotel services, sharply increased requests for additional and related hotel services and as a result, there is an acute need for the quality and quantity of the required personnel. The data also show that in 2019 the flow of international tourists increased, but in 2020 it fell again due to a new coronavirus infection (covid 19), due to the closure of borders and increased morbidity. This fact serves as a good enough example to indicate the seasonality factor.

The following methods are distinguished as solutions for maintaining the tourist flow during the winter period on Lake Baikal:

- carrying out various events (for example: winter ice fishing);
- holding competitions in winter sports with the invitation of Russian and international athletes (for example: skating on the ice of Lake Baikal, dog sledding, snowmobiling, various mass games or making big snowmen);
- carrying out gastronomic lunches and dinners on the territory of the hotel with the invitation of famous chefs and restaurateurs. Since this area is famous for its traditional products and dishes (for example: omul).

Also, you can borrow, attract and develop some types of tourism and leisure that are used in the Scandinavian countries, for example:

- walking on snowshoes along the paths and terrains of Lake Baikal;
- trekking on the glaciers of Lake Baikal;
- riding on tubing, sledding and so on.

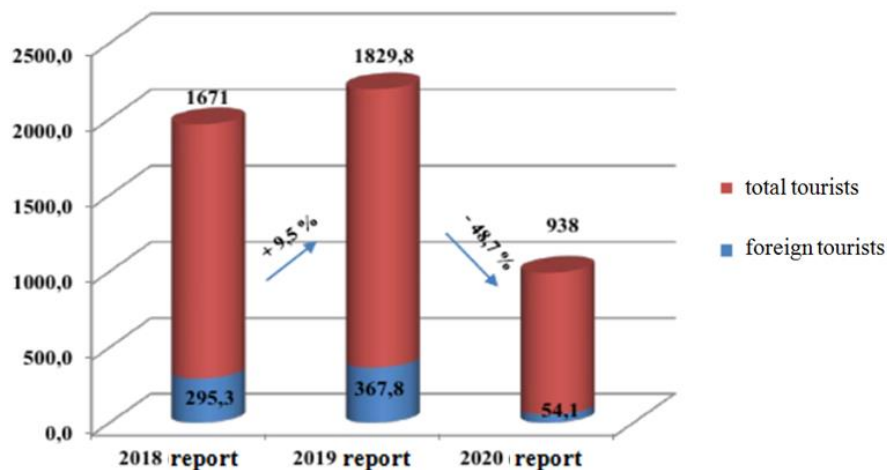


Figure 1. Tourist flow from 2018–2020 to Lake Baikal in summer

But it is worth noting that for various events, certain infrastructure, structures and facilities are needed that will attract Russian and foreign tourists with their appearance. And thus, it is necessary to enrich, develop and allocate various subsidies for the construction and improvement of the area around Lake Baikal in order to continue to be an attractive and interesting area for tourists.

Conclusions: when studying the seasonality factor, it was highlighted that this parameter is quite complex in its understanding, since entrepreneurs need to build certain strategies in order to stimulate and develop their hotel enterprise and introduce new ones, expand. Experts identify the following solutions to build certain tactics of the hotel company in the off-season: holding interesting and extensive events, minimizing the costs of the enterprise, fast and high-quality maneuvering between seasons, expanding the range of additional services and conducting marketing operations (advertising). Also, analysts note that hotel companies should build their tactics, since much depends on the geographical location of the hotel, the climatic conditions of the region, the profitability of the enterprise and its management features.

References

1. The influence of the seasonality factor on the results of the placement facilities. URL: https://studbooks.net/674173/turizm/vliyanie_faktora_sezonnosti_rezultaty_deyatelnosti_sredstv_razmescheniya.
2. Factors influencing the development and organization of the hotel business. URL: https://studme.org/358486/turizm/factory_vliyayuschie_razvitie_organizatsiyu_gostinichnogo_dela.
3. Seasonal factor. URL: https://vuzlit.com/373401/faktor_sezonnosti.
4. Oxford dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>.
5. Hotel business – the main formats. URL: <https://biznesideas.ru/gostinichnyj-biznes>.
6. Hotel business: essence and development. URL: https://bstudy.net/765547/ekonomika/gostinichnyy_biznes_suschnost_razvitie.
7. The essence of the hospitality industry. URL: https://studopedia.ru/20_45458_sushchnost-industrii-gostepriimstva.html.
8. The hospitality industry, its importance and place in tourism. URL: https://studopedia.net/3_25338_industriya-gostepriimstva-ee-znachenie-i-mesto-v-turizme.html.

УДК 640.502.131

IMPLEMENTATION OF ECOLOGICAL INNOVATIONS IN THE FIELD OF HOSPITALITY

S. O. Turankina, M. V. Glotova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. In this article, the advantages of developing an eco-friendly hotel, the necessary elements for the title "eco" were identified and selected. In addition, a special survey was conducted as a result of which it can be seen the percentage of the “new generation” who want to live in environmentally friendly accommodation. This article also considers the implementation of environmental programs within the accommodation facilities of the cities in Krasnoyarsk and abroad.

Keywords: hotel; eco-friendly; eco-hotel; environment; environmental programs; solar panels; windmills; forests; environmentally friendly innovations

* © Turankina S. O., Glotova M. V., 2023

Currently, the most common global problem is ecology. The number of hotels, restaurants and other public places is also growing, few places have at least tanks for the disposal of various types of waste. Taken together, this is a detrimental environment for our planet. In recent decades, the concept of eco-friendly hotels is the concept of their own activities, which laid the foundation for the development of eco-hotels. The introduction of hotels of this type helps to increase their tourist attractiveness [1–4], and also gives more competitive advantages in the global tourism market.

According to a study by the University of Sydney, 8% of the carbon footprint (three times more than expected) is left by mass tourism. 62% of the new generation would like to live in an environmentally friendly accommodation facility (Figure 1). People are aware of environmental issues and the impact of travel on the environment. While planning a trip, representatives of the new generation will also take into account the environmental friendliness of the place of residence and the availability of eco-certificates in the hotel.

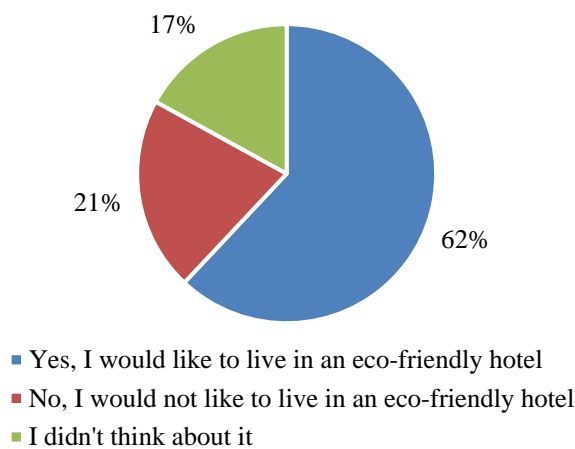


Figure 1. Survey statistics

According to Cushman & Wakefield analysts, eco-travel is a common trend for all generations. More than half (55%) of travelers worldwide are more determined to opt for eco-travel than they were a year ago. Hotels will be forced to pay more attention to protecting the environment as ecotourism becomes more popular. For example, Hilton plans to halve its environmental impact by 2030 (reducing carbon emissions and water consumption, ending the use of plastic straws, etc.). Marriott plans to reduce water consumption by 15%, carbon by 30%, general waste by 45% and food waste by 50% (Figure 2).

"Green" or environmentally friendly hotels are considered to be all places of accommodation, the activities of which are carried out without damage to the natural environment in which they develop (without cutting down trees, exterminating animals). However, their conservation work does not stop there: they are also actively promoting sustainable education and responsible tourism. Green hotels strive to provide the best travel experience while reducing the ecological footprint of those who use their services, so they have innovative environmental features [5–9].

To be considered "eco", a hotel must have the following basic elements:

- good natural light. For example, in California, USA, there is a 5* hotel "Bardessono Hotel and Spa", which is a recycled village house. To reduce energy consumption, the building uses a lot of glass: large windows provide natural light to 62 rooms.
- use of renewable energy sources (windmills, solar panels). These hotels include a 5* hotel located in Turkey, Eskisehir, "Rixos Eskisehir". The hotel building is lit by solar and

wind energy, and a ground source heat pump is used for automatic space heating. All waste is collected separately and sent for recycling.

- ecosystem architecture.

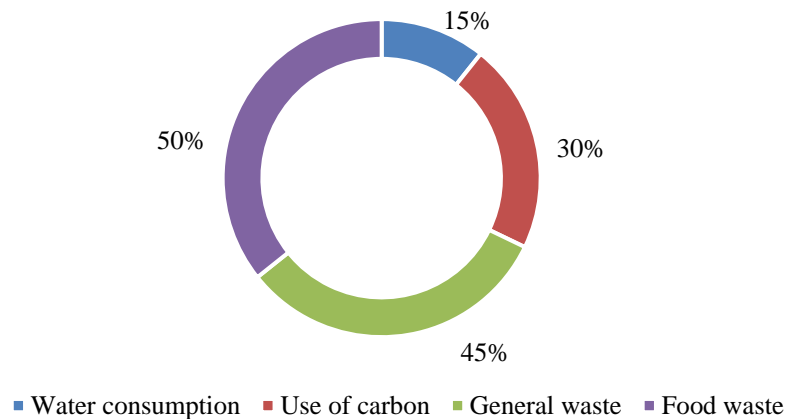


Figure 2. Marriott's Waste Reduction Plan

Despite this, the above is not the only advantages. They may also:

- it provides a unique travel experience as many of these hotels have architecture designed to be part of the environment without compromising the overall natural aesthetic. For example, in the state of Vancouver, Canada, there is the Free Spirit Spheres hotel, whose rooms are small spheres located at a height of 5 to 100 feet, depending on the age and thickness of the trees. "Architecture is a way of shaping and creating a living environment that reflects feelings and is in harmony with the environment. The sphere is a form of architecture that reflects the idea of unity," explains architect Tom Chudleigh. In a typical square/rectangular dwelling, the walls, floor, and ceiling are separated from each other by hard lines, and often by materials – they all come together in a sphere;

- it allows us to increase contact with nature: eco-hotels are more often built in protected areas where ordinary hotels are not allowed, so access to these areas connects people not only with nature, but also with private places, a good option for lovers of solitude and harmony. For example, in Kenya there is a 5* hotel "Giraffe Manor", here is what is written about it: "This luxurious all-inclusive hotel is located in a 1930s estate and is surrounded by a park that is home to endangered giraffes". One of the most exciting things about Giraffe Manor is the constant herd of Rothschild giraffes, who may come in the morning and evening, poking their long necks through the windows in hopes of a treat before retiring to their forest retreat;

- it teaches guests about respect for nature: the experience of this type of tourism will allow travelers to acquire skills and experience suitable for everyday life (correct waste disposal, etc.).

With these benefits and more, green hotels are trending in 2022 as travelers look for new travel experiences they can enjoy in an environmentally friendly way.

What environmental programs were implemented in hotels in Krasnoyarsk? For example, in order to reduce water consumption, guests can refuse to wash bed linen daily. For example, this program is being implemented in the 4* Oktyabrskaya Hotel, Krasnoyarsk. The rooms at The Savoy, a 5-star hotel in the UK, are equipped with energy-saving lights and smart motion sensors that monitor changes in lighting and air conditioning, keeping energy consumption to a minimum.

Based on the foregoing, we can come to the following conclusion: at present, the hospitality industry is trying to popularize and implement environmental projects and ensure that energy and water consumption is reduced to the minimum possible. Nowadays, there is already a successful operation of eco-hotels in the world market, which also contributes to the growth of the ecological culture of consumers. The growth of this culture can contribute to good economic growth, because consumers are willing to pay extra for an environmentally friendly product, thus taking care of both themselves and the environment.

Thus, the implementation of eco-hotels is promising, and on the example of foreign hotels, one can see that the implementation of environmental programs within the accommodation facilities themselves is achievable, effective and affordable.

In addition, the environmental certificate that hotels receive not only emphasizes respect for regular consumers and potential guests, but also confirms the social responsibility of such a business.

References

1. Konovalov A. Life in ECO style. M. : Alpina Publisher, 2011. 128 p.
2. Eco-hotels in Russia. URL: <https://www.travelline.ru/blog/zachem-otelyu-byt-ekologichnym-podborka-poleznykh-materialov> (date of access: 11/27/2022).
3. Eco-hotels in the world, statistics. URL: <https://ria.ru/20190811/1557362156.html> (date of access: 11/23/2022).
4. Ecological hotels as a modern innovative concept in the hospitality industry // cyberleninka.ru. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskie-oteli-kak-sovremennaya-innovatsionnaya-kontseptsiya-v-industrii-gostepriimstva> (date of access: 10/14/2022).
5. Goncharova I. Image as a means of achieving success. M. : Equilibrium, 2007. 53 p.
6. Wilson J. Eco-friendly house. Styles inspired by nature. M. : Art-Rodnik, 2008. 144 p.
7. Polstyanaya N. V. Ecological hotels as a modern innovative concept in the hospitality industry. Kharkov : Pegasus, 2010. 25 p.
8. The best hotels in Turkey. URL: <https://www.booking.com> (date of access: 11/19/2022).
9. What are eco-hotels and why are they gaining popularity. URL: <https://www.biletik.aero/handbook/blog/oteli/chto-takoe-eko-oteli-i-pochemu-oni-nabirayut-populyarnost> (date of access: 11/27/2022).

УДК 339.92:006.065:811.1/.9

STANDARDIZATION AS A WAY OF INTERNATIONAL COOPERATION

E. R. Yakovleva, V. N. Yurdanova*

Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Abstract. This article explores the role of standardization of goods and services in communication and establishing links and friendly relations between states. The spheres in which knowledge of a foreign language is required in the field of standardization in order to establish contact with foreign countries are considered.

Keywords: standardization; international cooperation; international relations

* © Yakovleva E. R., Yurdanova V. N., 2023

Trade is a significant aspect of modern interstate relations. Trade is inextricably linked with technical regulation and Customs, as Customs controls the import and export of goods across the border, and technical regulation is the protection of the market from low-quality and unsafe products. Technical regulation depends on the economic system of the country [1]. Technical regulation under capitalism in most countries is a two-level system, which includes technical regulations and standards. The market cannot independently ensure safety of products, as a result [2], the state is forced to intervene by creating technical regulations which are mandatory, and standards which are responsible for the quality of goods and are applied on a voluntary basis, it means that the manufacturer can independently decide which standard to comply with. Standardization acts as a way of international cooperation in the scope of harmonization and use of standards. Collaboration in the field of standardization often requires knowledge of a foreign language for the purposes of international negotiations. The purpose of this work is to study the areas of communication and international cooperation in the framework of international standardization of goods and services.

There are various groups of standards organizations. This is the main form of international cooperation in the field of standardization. The main one is the International Organization for Standardization, abbreviated ISO. ISO has 166 member countries, including Russia. Figure 1 shows a map of ISO participants. The figure shows that almost all countries resort to international cooperation through cooperation in the field of standardization of goods and services in the international organization for standardization [3].

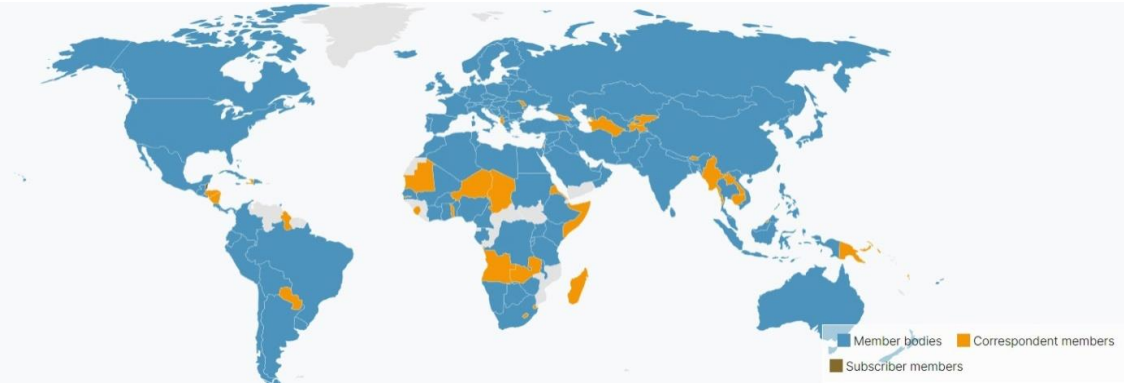


Figure 1. Map of ISO member countries

Except ISO, there is IEC (International Electrotechnical Commission), which includes 88 member countries, of which 62 countries are full members, and 26 countries are associate members. In general, there are various stages of creating standards that are realized in a foreign language. The first stage is the proposal stage. It means that one of the participating countries proposes to make the object of standardization what is most relevant at the moment. Further, the project is discussed at general meetings, after which the development of the standard itself begins. When the first version of the standard is ready, the discussion of the standard begins, including the acceptance of comments and revision. After that, the discussion of the standard begins again: if the majority of countries approve the standard, preparations for the release of the standard begin. For all these, it is important to speak a foreign language at a level sufficient for negotiations, as well as communication skills. Table 1 shows IEC member countries [4].

Although Russia has lost some trading partners, work is underway to establish new trade ties with other countries, and there are also trading partners in Asia and other parts of the world. Based on this, customs authorities and persons associated with foreign economic activity are increasingly forced to resort to the use of foreign languages in the field of trade

and certification. For instance, when drawing up a customs declaration, a customs declarant must use a foreign language in the declaration, an exporter must use a foreign language when marking, since the marking and declaration are provided in the language of the country where the goods will be exported. In addition, exporters also need knowledge of foreign languages to study the technical regulation of a foreign country, since the products must meet the safety and quality requirements of the country to which the goods are exported, and therefore must comply with the standards of this country. Thus, cooperation between individual subjects of one country and the market of another country occurs due to technical regulation and standardization.

Table 1

IEC member countries

Part of the world	Full members	Associate members
Australia	Australia, New Zealand	-
Asia	China, India, Indonesia, Iran, Iraq, Israel, Japan, South Korea, Kuwait, Malaysia, Oman, Pakistan, Philippines, Qatar, Russia, Saudi Arabia, Singapore, Thailand, Turkey, United Arab Emirates	Bahrain, Bangladesh, Cyprus, North Korea, Jordan, Kazakhstan, Sri Lanka, Vietnam
America	Argentina, Brazil, Canada, Chile, Colombia, Mexico, Peru, USA	-
Africa	Algeria, Egypt, Nigeria, South Africa	Cote D'Ivoire, Kenya, Morocco, Ethiopia, Ghana, Tunisia, Uganda
Europe	Austria, Belarus, Belgium, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Hungary, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, Serbia, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Ukraine, United Kingdom	Albania, Bosnia and Herzegovina, Estonia, Georgia, Iceland, Latvia, Lithuania, Malta, Moldova, Montenegro, North Macedonia

There are warning signs standardized in the world community that are applied in the form of marking on goods [5]. The main ones are: "Handle with care", "Inflammable", "Do not drop" etc. When goods arrive at customs, customs officers need to determine how to handle the goods with special standardized markings in order to keep the goods intact. These standardized stamps are also a way of international cooperation as they are used in exports to many countries.

Standardization has entered into all spheres of our life; it has not bypassed the customs activity. Customs activities can be considered as a service to participants in foreign economic activity. Any service must meet certain quality criteria, respectively, customs activities too. The quality of Customs services in Russia is of particular importance due to the fact that in 2012 Russia joined the World Trade Organization - WTO. The quality of customs activity lies in the acceleration and simplification of Customs processes. The "services" of the customs authorities consist in the following functions: ensuring the economic security of the country, protecting the market from low-quality goods, assisting participants in foreign economic activity in carrying out import and export operations, and more. Thus, customs services can be characterized as services of a special kind, related to the protection of the economic security of the state, ensuring the interests of the national economy and aimed at developing foreign economic relations. Standardization in the Customs activity has not received due development, but in any case it has some kind of harmonization. For instance, in the customs unions of countries there is a single system of standards, so in the Eurasian Economic Union most of the standards are harmonized between the participating countries. The situation is the same in the European Union. There is also an unwritten standardization related to Customs operations.

It lies in the established practice of international trade. For example, one of the trade usages states that the seller pays all costs associated with Customs formalities, fees and duties. Another form of international cooperation in the field of Customs is cooperation within the framework of international intergovernmental conferences. These conferences address certain issues and establish general principles, such as not applying extremely onerous duties on importers, which is also a form of standardization.

Thus, we can conclude that standardization is a good way of international cooperation, countries sit down at the negotiating table and develop standards that will be relevant and applicable to each of the participating countries. Based on the number of participants in international organizations for standardization, we can conclude that a huge number of countries are ready to cooperate with each other in the field of standardization. One of the main advantages of this type of international cooperation is that standardization does not have barriers of sanctions, since the standards are applied in all participating countries in the same way, regardless of political relations between them. Also, standardization may be the result of international cooperation in the conclusion of international treaties and associations in Customs unions.

References

1. Menshikova V. K. Customs regulation of foreign economic activity in the context of reforming the Federal Customs Service // Materials of the VI All-Russian scientific-practical conference with international participation "Problems of the development of the market for goods and services: prospects and opportunities for the subjects of the Russian Federation." Siberian Federal University, Institute of Trade and Services. 2020. P. 681–684.

2. Menshikova V. K. The concept, essence and legal regulation of environmentally friendly products // Collection of materials of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation "Regional markets for consumer goods: quality, environmental friendliness, business responsibility" under total ed. Y. Y. Suslova. 2019. P. 238–241.

3. International Organization for Standardization [Electronic resource]. Members of ISO. Access mode: <https://www.iso.org>.

4. International Electrotechnical Commission [Electronic resource]. IEC member countries. Access mode: <https://iec.ch>.

5. Menshikova V. K., Maltseva N. V., Chehunov V. V. Utilization and processing of solid household waste in Russia and other countries // Collection of materials of the II All-Russian scientific and practical conference with international participation "Regional markets for consumer goods: quality, environmental friendliness, business responsibility" under the general. ed. Y.Y. Suslova. 2019. P. 244–247.

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ
**«Актуальные проблемы
и перспективы развития
гостиничного бизнеса»**

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

М. В. Анехов*

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент О. М. Сергачева

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В этой статье рассматриваются основные тенденции развития ИТ-технологий в деятельности гостиничных предприятий, что особенно актуально в настоящее время, когда без использования современных технологий предприятие гостиничной индустрии не может быть конкурентоспособным. ИТ-технологии играют важную роль в развитии гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства в целом, однако пандемия COVID-19 нанесла серьезный удар по развитию гостиничной индустрии. В ходе данного исследования было выявлено, как благодаря применению ИТ-технологий можно значительно улучшить сервис в гостиничной индустрии.

Ключевые слова: ИТ-технологии; индустрия гостеприимства; гостиничный бизнес; конкурентоспособность; COVID-19

Гостиничная индустрия является частью туристического бизнеса и обладает значительным потенциалом для дальнейшего развития, что способствует повышению эффективности роста национальной экономики, развитию отраслей, связанных с созданием и обеспечением туристического и гостиничного хозяйства, совершенствованию социальной и производственной инфраструктуры [1, 2].

В связи с недавними изменениями в современном обществе и образе жизни людей индустрии путешествий, туризма и гостеприимства не могут не задаться вопросом о будущем гостиничного сервиса. Все будущие изменения в гостиничных технологиях основаны на следующих критериях: повышение уровня комфорта клиентов, оптимизация процессов обслуживания и их разработка, автоматизация рабочих процессов и их совершенствование, применение различных интернет инструментов, рост выручки, эффективный маркетинг и управление репутацией.

Согласно исследованию Statista, посвященному повышению комфортности проживания в отелях, 35% респондентов хотят, чтобы их отели организовали бесконтактную оплату, согласно исследованиям, чем меньше гость контактирует с другими людьми, тем в большей безопасности он себя ощущает, а это означает, что привычные процессы нужно максимально автоматизировать [3].

Данное направление гостиничных технологий повысит комфорт для гостей отеля, оптимизирует процедуры регистрации заезда и отъезда, значительно улучшит сам рабочий процесс. Каждый четвертый опрошенный также ожидает, что в их отелях будут «умные» ключи от номеров. Это потому, что, находясь в отпуске или деловой поездке в незнакомом городе, люди часто теряют некоторые предметы, такие как ключи от номера, или забывают запереть свою дверь и т. д.

Однако, внедрив технологию smart room в гостиничную индустрию, можно быстро решить эту проблему. Например, современные отели теперь рекомендуют загрузить мобильное приложение, чтобы получить полный доступ к своим номерам. Кроме того, можно сэкономить значительную сумму инвестиций, так как больше не нужно заказывать пластиковые карты или переоформлять ключи, а также заставлять платить гостя за утрату ключа. К сожалению, технология пластиковых ключей мораль-

* © Анехов М. В., 2023

но устарела. Следует отметить, что многие отели вводили эту технологию для экономии энергопотребления, ведь для того, чтобы в номере осуществлялась подача электричества, нужно вставить ключ-карту в специальную ячейку, однако участились случаи, когда туристы обходят данную систему и вставляют в ячейку для ключ-карты сторонние предметы (например, картон), для того чтобы пока отдыхающих нет в номере кондиционер продолжал свою работу. Такая ситуация актуальна для отелей на юге России.

Одной из последних тенденций в гостиничных технологиях является технология интеллектуального распознавания лиц, которая уже применяется в крупных отраслях промышленности при идентификации сотрудников компании.

В гостиничном бизнесе можно попробовать использовать эту функцию для замены системы ключей или карточек, таким образом гостям станет намного проще входить в апартаменты и управлять там любым процессом, что повысит комфортность пребывания и положительно скажется на конкурентоспособности гостиничного предприятия. В свою очередь, персоналу отеля становится легче управлять рабочим процессом и отслеживать работу каждого сотрудника при выполнении служебных обязанностей.

Эти примеры были продемонстрированы, чтобы показать реальную потребность гостиничной индустрии идти в ногу со временем и применять новые технологии для улучшения своего бизнеса.

В настоящее время различные владельцы отелей применяют на практике все больше и больше идей новейших гостиничных технологий, чтобы донести их до конечных потребителей и побудить их немедленно забронировать апартаменты. Некоторые инновационные идеи отелей распространены во всем мире, в то время как другие могут зависеть от местоположения отеля и его целевой аудитории.

Тенденция к более разумному энергопотреблению стала возможной благодаря внедрению сложных алгоритмов ML, которые могут отслеживать термодинамические изменения и погодные условия снаружи, а также датчиков, регистрирующих контроль энергопотребления. Поскольку электроэнергетика в целом прокладывает путь к более чистым и устойчивым сетям, индустрия гостеприимства не отстанет.

Интеллектуальное управление энергопотреблением – от освещения до климат-контроля – позволяет отелям экономить в среднем 20 % потребляемой энергии, что является экономически выгодным для отелей. Кроме того, интеллектуальное управление энергопотреблением способно сократить выбросы углекислого газа на 70 %. С точки зрения гостей, гостиничные технологии помогут настроить их номера в соответствии с их предпочтениями, создавая персонализированный опыт, который делает клиентов счастливыми и повышает вероятность возвращения в эту гостиницу снова [4].

Пандемия COVID-19 привела к необходимости социального дистанцирования, и эта норма ускорила внедрение роботов в отелях. В сочетании с постоянным поиском возможностей для создания уникальных впечатлений, технология позволит владельцам отелей создать безопасное и приятное пространство для отдыха. В 2022 г. основными областями применения роботов является оказание услуг и сбор товаров для клиентов.

Гости подмосковного отеля Cosmos Collection Izumrudny Les, входящего в Cosmos Hotel Group, теперь могут ездить по территории на беспилотном такси «Яндекса» и вызывать роботов для доставки еды.

Izumrudny Les стал первым отелем в России, постояльцы которого могут пользоваться беспилотными технологиями [5]. Так как территория отеля Izumrudny Les составляет более 220 га, то на помощь приходит робот-доставщик, который может быть сконструирован для доставки еды и напитков гостям, это означает, что даже если территория гостиницы очень большая или в отеле десятки этажей и комнат, менеджерам больше не нужно будет нанимать тонны людей для доставки еды и расходных материа-

лов. Люди могут внести более ценный вклад, например, ответить на вопросы гостей, которые взаимодействуют с этими роботами, и обеспечить обслуживание клиентов.

Одной из самых впечатляющих новых технологий в отелях являются роботы, которые выполняют различные задачи, традиционно выполняемые людьми. Например, отель FlyZoo Hotel – Alibaba Future Hotel, который находится в Ханчжоу, использовал роботов для обслуживания номеров, предоставления гостям всей необходимой информации, уборки номеров и автоматизации рутинных процессов, насколько это возможно [6].

Поскольку наш мир становится цифровым, многие технологии создаются для того, чтобы сделать повседневную жизнь проще и комфортнее. Например, голосовое управление, распознавание лиц и управление мобильными устройствами могут поднять личный опыт посетителей на новый уровень и заставить их остаться здесь немного дольше или вернуться позже. Просто представьте, что клиент входит в свою комнату после утомительной прогулки по улицам незнакомого города или рабочей конференции. По его команде «устал» голосовой помощник мгновенно приготовит расслабляющую ванну, предложит посмотреть любимый сериал и т. д. Звучит как отличная идея для инновации в гостинице, которая, несомненно, сделает это фишкой отеля [7; 8].

Не стоит забывать, что технологическая система отеля теперь подразумевает различные процессы и услуги для эксплуатации и контроля. Кроме того, отель больше, чем когда-либо прежде, зависит от электронных данных. Таким образом, если эта система не защищена должным образом, любой может легко отключить ее и привести весь рабочий процесс в хаос, но самое страшное, это украсть данные пользователей. Основными целями кибербезопасности являются защита системы от атак программ-вымогателей, фишинговых атак, распределенных атак типа отказа в обслуживании и человеческих ошибок внутри компании. Кроме того, улучшение кибербезопасности сохранит данные клиентов в безопасности, обеспечит их резервное копирование и возможность восстановления, так что вам больше не нужно беспокоиться об уязвимости процесса.

Технологии в гостиничном бизнесе уже стали неотъемлемой частью нашего общества, они оказывают огромное влияние на все сферы деятельности, поэтому различные отрасли должны идти в ногу со временем, чтобы выдержать конкуренцию. Предоставляя своим клиентам исключительный сервис и непревзойденные номера, оснащенные по последнему слову техники, можно значительно увеличить число гостей, которые выберут именно этот отель для проживания, а надежная и современная разработка программного обеспечения для путешествий и гостиничного бизнеса на заказ поможет не только выдержать конкуренцию, но привлечь внимание новых клиентов, а также повысить производительность труда сотрудников гостиничного предприятия [2; 9].

Список литературы

1. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Индустрия туризма и гостеприимства в Красноярском крае: проблемы и направления развития // Экономика и предпринимательство. 2021. № 12 (137). С. 368–371.
2. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д. Региональные особенности формирования конкурентных преимуществ новых коллективных средств размещения на рынке гостиничных услуг // Экономика и предпринимательство. 2020. № 7 (120). С. 484–491.
3. Statista.com [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/1155082/coronavirus-hotels-level-of-comfort-improvement> (дата обращения: 20.11.2022).

4. [www2.deloitte.com](https://www2.deloitte.com/us/en/pages/energy-and-resources/articles/power-and-utilities-industry-outlook.html) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/energy-and-resources/articles/power-and-utilities-industry-outlook.html> (дата обращения: 20.11.2022).

5. [Corporate.cosmosgroup.ru](https://corporate.cosmosgroup.ru/ru/article/andeks-v-izumrudnom-lesu-2) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://corporate.cosmosgroup.ru/ru/article/andeks-v-izumrudnom-lesu-2> (дата обращения: 23.11.2022).

6. [www.businessinsider.com](https://www.businessinsider.com/alibaba-hotel-of-the-future-robots-ai-2019-10) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.businessinsider.com/alibaba-hotel-of-the-future-robots-ai-2019-10> (дата обращения 23.11.2022).

7. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Современные инновационные технологии в индустрии гостеприимства // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы XXI Междунар. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов, молодых ученых и практиков. Красноярск, 2021. С. 914–920.

8. Кизимова Д. П., Изосимова И. В. Система автоматизации отеля – как один из факторов его успешного функционирования // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, торг.-экон. ин-т, 2019. С. 326–329.

9. Сергачева О. М., Батраев М. Д., Изосимова И. В. и др. Подходы к изучению конкурентоспособности гостиничных предприятий в регионах на основе сравнительного анализа их конкурентных преимуществ // Экономика и предпринимательство. 2020. № 5 (118). С. 366–370.

УДК 640.4:379.82-053.2

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦАХ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

А. Д. Ведерникова, Е. А. Семенова*

Научный руководитель – канд. биол. наук, доцент И. В. Изосимова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье представлен анализ детских дополнительных услуг, предоставляемых в гостиницах города Красноярска, а также в других регионах России; рассматриваются возможные направления расширения ассортимента услуг.

Ключевые слова: дополнительные услуги; ассортимент услуг; гостиницы; обслуживание детей; платные услуги; конкурентоспособность

В настоящее время наблюдается стремительный рост спроса на организацию досуга для детей, в т. ч. во время путешествий и проживания в гостиницах. Услуги няни, наличие детских каналов и мебели в гостиничных предприятиях, а также специальные детские мероприятия, функционирующие на постоянной основе, увеличивают посещаемость и рост доходов гостиниц [1–3]. Актуальность научной статьи обусловлена тем, что мероприятия по совершенствованию детских дополнительных услуг в гостинице дают возможность гостиничному предприятию не только получать дополнительный доход от оказанной услуги, но и привлечь новых потенциальных гостей [4; 5].

* © Ведерникова А. Д., Семенова Е. А., 2023

Целью исследования являлось изучение ассортимента детских дополнительных услуг, предоставляемых в гостиницах города Красноярск, и разработка предложений по их расширению.

Семейный отдых с детьми является одним из самых востребованных и активно продвигаемых направлений в туризме, поэтому очень важно обеспечить максимально комфортные условия для детей и их родителей, чтобы иметь конкурентное преимущество перед гостиницами других регионов.

Спрос на семейный туризм в последнее время вырос не только в России, но в городе Красноярске, поэтому в рамках исследования изучались гостиницы нашего города, которые предлагают размещение туристам с детьми. Выборка проведена среди отелей категории 3 и 4 звезды, где наблюдается наиболее широкий выбор услуг для данного сегмента потребителей.

Согласно данным сайта Tripadvisor услуги отдыха с детьми предлагают гостиницы: Hilton Garden Inn, «Красноярск», «Ибис Красноярск Центр», «Огни Енисея», «Октябрьская», «Новотель Красноярск Центр», «Гараж», «Метелица», «Sky Отель» и «Снежная Сова». Анализ на наличие детских дополнительных услуг, представленных на официальном и сторонних сайтах бронирования, представлен в табл. 1 и графически на рис. 1.

Таблица 1

Дополнительные услуги для детей в гостиницах города Красноярск

Гостиница	Дополнительные услуги для детей
Красноярск	Проживание в номере с детьми со скидкой 10 % Размещение и завтрак для детей до 5 лет бесплатно Детское меню Детский стульчик Детская кроватка Раскраски и карандаши
Октябрьская	Детские телеканалы Детское меню Детская кроватка
Hilton Garden Inn	Детский стульчик бесплатно Детское меню Размещение для детей Поздний выезд до 18 : 00 Приветственные подарки и завтраки Детская кроватка
Метелица	Детские телеканалы Услуги няни Детская кроватка
Снежная Сова	Детские телеканалы Детское меню Детская кроватка Высокие детские стульчики
Новотель Красноярск Центр	Игровая зона в помещении Детское меню Детские телеканалы Зал видеоигр Бесплатное размещение для детей Детская кроватка
Ибис Красноярск Центр	Детское меню (оплачивается отдельно) Настольные игры Детская кроватка
Огни Енисея	Детское меню

Гостиница	Дополнительные услуги для детей
Sky Отель	Детские телеканалы Детские книги, музыка или фильмы Детское меню Услуги няни Детская кроватка
Гараж	Детские телеканалы Детское меню

Согласно данным, представленным в табл. 1 и на рис. 1, можно сделать вывод, что в гостиницах Красноярска ассортимент детских дополнительных услуг весьма ограничен. Гостиницы слабо ориентированы на детский сегмент, в основном представляют детское меню, кроватки, телеканалы и детские стульчики.

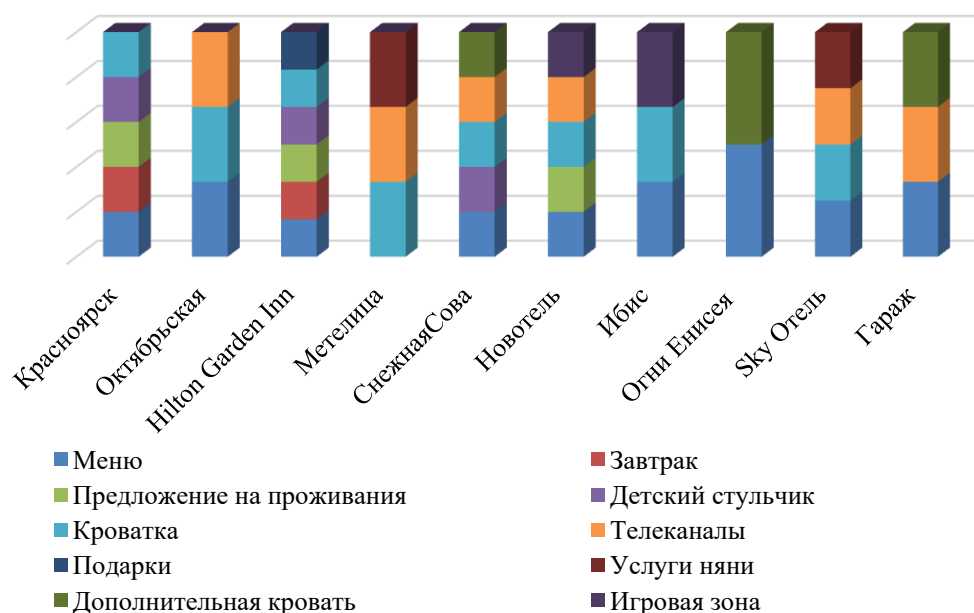


Рис. 1. Ассортимент детских услуг в гостиницах Красноярска

По количеству и разнообразию детских дополнительных услуг можно выделить гостиницу Hilton Garden Inn, так как помимо наличия детской мебели и детских телеканалов, которые являются весьма распространенными среди гостиниц Красноярска, бесплатно предоставляются проживание для детей и поздний выезд, а также подарки для детей до 12 лет. Услуги няни предлагаются только в гостиницах «Sky Отель» и «Метелица».

Данный анализ свидетельствует о том, что в Красноярске владельцы гостиничного бизнеса недостаточно оценивают влияние детских дополнительных услуг на востребованность на рынке, тратят меньшее количество ресурсов на развитие данного вида услуг.

Для проведения сравнительного анализа мы рассмотрели ассортимент услуг для детей, предоставляемых семейными гостиницами категорий 3 и 4 звезды в различных регионах России: «Novotel Екатеринбург Центр» (Екатеринбург), «Аквамарин» (Адлер), «Гестен» (Москва), «Арбат Хаус» (Москва), Bridge Resort (Сочи). Данные представлены в табл. 2.

Детские дополнительные услуги в гостиницах России

Название гостиницы	Детские дополнительные услуги
Novotel Екатеринбург Центр (категория 4 звезды)	Территория детской безопасности: столики в общественном пространстве закругленные углы; игровая зона; подарок мягкая игрушка и марципановый мишка
Акварин (категория 3 звезды)	Детский клуб на территории гостиницы, детские халаты в номере, детское меню, услуги няни
Гестен (категория 3 звезды)	Детская кроватка с красивым постельным бельём, детский халатик, тапочки, гипоаллергенная косметика, книжки для малышек. В ресторанах есть детское меню, а в любое время суток в номер подадут тёплое молоко и печенье. Гостиница «Гестен» расположена рядом с Парком им. Горького, который предоставляет богатую инфраструктуру развлечений – детский клуб, международный детский сад, летний веревочный парк, игровую площадку и скидка на посещение этого всего
Арбат Хаус (категория 4 звезды)	Игровая зона, настольные игры, услуги няни, детские телеканал, детская мебель и скидка на проживание с детьми 15 %
Bridge Resort (категория 4 звезды)	Игровые площадки с батутами, игротека с приставками Xbox, детский бассейн, комната с игрушками для малышек, детский клуб, мастер-классы и развлекательные и оздоровительные программы

Анализируя услуги, предоставляемые гостиницами России, можно сделать вывод о том, что в центральной части России детские дополнительные услуги играют значимую роль. Большинство семейных гостиниц 3-4 звезды готовы предоставить широкий ассортимент услуг для детей. Многие объекты размещения оснащены игровыми зонами и детскими площадками, где ими занимаются специализированный персонал. Отели ориентированы на клиентов с детьми и уделяют им особое внимание.

Для разработки рекомендаций по расширению ассортимента детских дополнительных услуг нами проводился анализ отзывов на сайте www.tripadvisor.ru с целью определения наиболее предпочтительных критериев для родителей при выборе гостиницы в городе Красноярске. Данные представлены на рис. 2. Следует отметить, что наибольшее внимание клиенты уделяют безопасности (28 % респондентов), наличию детского питания и условий проживания (отметили по 22 % респондентов), развлечения для детей (17 % респондентов). Наименьшие показатели (11 % респондентов) приходятся на территорию.

- Локация и территория
- Условия проживания
- Детское питание
- Развлечения
- Безопасность

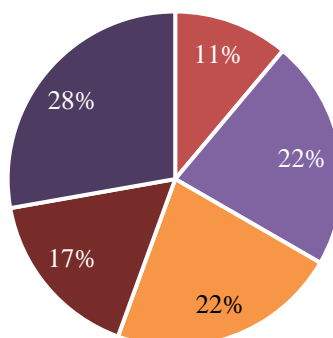


Рис. 2. Критерии выбора гостиницы, которыми руководствуются семьи с детьми

Под показателем безопасности для постояльцев понимаются следующие: высокие розетки, круглые углы мебели и т. п. Организованное проживание и питание для детей позволяет постояльцам провести спокойный отдых, не задумываясь об этом. Меньше всего уделяют внимания обустройству территории, поскольку большинство отелей располагаются недалеко от центра или местных достопримечательностей.

По итогам анализа отзывов с сайта www.tripadvisor.ru можно сделать вывод о том, что детские дополнительные услуги являются одними из важных критериев при выборе гостиничных услуг в гостиницах.

В результате исследования нами предложен ряд мероприятий, которые целесообразно внедрить как детские дополнительные услуги в гостиницах Красноярска.

1. Предоставление скидки на проживание с детьми. Обеспечит лояльное отношение родителей и даст возможность потратить сэкономленные деньги на детские дополнительные услуги в этой же гостинице.

2. Организация игровой зоны с настольными играми и развивающими программами. Позволит родителям отдохнуть во время проживания в гостинице, а отелю получить прибыль за оказание дополнительной платной услуги.

3. Предоставление услуг няни и аниматоров (за дополнительную плату).

4. Особое обслуживание на стойке регистрации, где ребенок может пройти «детскую» регистрацию, заполнив анкету, почувствовав себя взрослым. Вручение детской игрушки в подарок улучшит отношение клиентов к гостинице.

5. Предоставление в номерах гипоаллергенных гигиенических наборов. Именно такие приятные мелочи являются сильным маркетинговым инструментом и создают приятную атмосферу для постояльцев

Подводя итог изложенному выше, следует отметить: несмотря на то, что на сегодняшний день очень важным критерием для отдыха семей с детьми является наличие дополнительных детских услуг (например, детские игровые комнаты, дополнительное оборудование для детей в номере, наличие детского меню в ресторане гостиницы, шоу-программы с участием аниматоров), в гостиницах города Красноярска данные услуги развиты слабо. В то же время в Центральной части России данный вид услуг набирает всю большую популярность. Таким образом, считаем возможным рекомендовать расширение ассортимента детских дополнительных услуг в гостиницах Красноярска, что позволит привлечь не только приезжие семьи с детьми, но и городские.

Список литературы

1. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д. Региональные особенности формирования конкурентных преимуществ новых коллективных средств размещения на рынке гостиничных услуг // Экономика и предпринимательство. 2020. № 7 (120). С. 484–491.

2. Сергачева О. М., Батраев М. Д., Изосимова И. В. и др. Подходы к изучению конкурентоспособности гостиничных предприятий в регионах на основе сравнительного анализа их конкурентных преимуществ // Экономика и предпринимательство. 2021. № 5 (118). С. 366–370.

3. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Современные инновационные технологии в индустрии гостеприимства // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы XXI Междунар. науч.-практ. конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и практиков. Красноярск, 2021. С. 914–920.

4. Богданова А. А., Лебедева О. Е. Дополнительные услуги как способ повышения эффективности предприятий гостиничного бизнеса // Москва-Берлин. 2020. С. 25–29.

5. Помазкова Е. И. Разработка дополнительной услуги в гостиничном бизнесе // Гуманитарные науки. 2022. № 98. С. 94–98.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

К. И. Грибова, Е. С. Казакова, А. Ш. Сарыглар*

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент О. М. Сергачева

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматривается современное состояние гостиничной индустрии Красноярского края. Сфера гостеприимства является одним из прибыльных направлений, влияющим на формирование экономического состояния и туристского потенциала региона. Влияние социальных, экономических, природных факторов может способствовать как развитию гостиничного бизнеса, так и его стагнации, потому отелям важно анализировать множество аспектов и своевременно адаптироваться к изменившимся условиям. В работе представлены и проанализированы статистические показатели числа коллективных средств размещения Красноярского края, а также численность иностранных и отечественных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения за 2017–2021 гг. Определены проблемы и перспективы развития гостиничного бизнеса Красноярского края.

Ключевые слова: гостиница; пандемия; туризм; гостиничный бизнес; экономика

Индустрия гостеприимства – быстроразвивающаяся отрасль, в которой каждый день применяются инновационные новшества в управлении гостиничным предприятием. Туризм и гостеприимство неразрывно связаны друг с другом и являются комплексом составных частей, который относится к социальной и экономической средам жизни общества. Главную роль в формировании инфраструктуры туризма играют услуги размещения и питания туристов [1, 2].

Мировая индустрия гостеприимства на протяжении последних лет занимает лидирующие позиции по популярности у крупных инвесторов, а также у мелких предпринимателей. Одной из причин этого является то, что рост гостиничного бизнеса не прекращается даже во время глобального экономического кризиса, так как средний класс путешествует несмотря на обстоятельства. Также глобализация экономики способствует формированию и развитию экономических связей между странами, отраслями и компаниями, что, в свою очередь, способствует развитию мирового туризма, одним из звеньев которого является гостиница [3].

Красноярский край является одним из перспективных направлений развития внутреннего и въездного туризма. Регион славится богатым культурно-историческим развитием, характеризуется значительным разнообразием природно-климатических условий и ландшафтов. В крае находятся такие уникальные туристские объекты, как памятник природы краевого значения «Географический центр Российской Федерации» (Эвенкийский район), исторический центр г. Енисейска, плато Путорана (объект Всемирного наследия ЮНЕСКО), музей-заповедник «Ергаки», «Красноярские Столбы» и др. [4–6]

В настоящее время разрабатываются и внедряются со стороны государства различные программы поддержки, что положительно влияет не только на финансовую составляющую отелей, но и на экономику в целом.

* © Грибова К. И., Казакова Е. С., Сарыглар А. Ш., 2023

Показатели за период с 2017 по 2021 г. Оценка различных показателей помогает составить полноценное мнение о какой-либо области. Поэтому этот аспект является одним из важнейших при изучении вопроса.

Гостиничный бизнес улучшает экономическое состояние страны, занимая значительную роль в экономике страны, а также развивая при этом туризм и гостеприимство в ней. В современном бизнесе сфера гостеприимства традиционно остается востребованной услугой с сильно сегментированным акцентом, и только в этой сфере можно встретить разнообразие качества и сервиса.

Согласно данным федеральной службы государственной статистики ЕМИСС, самым сложным годом для индустрии гостеприимства стал 2020 г., так как после активного роста числа гостиниц в 2018 и 2019 гг., связанным с проведением Зимней универсиады – 2019, в данном регионе можно наблюдать значительный спад (рис. 1) [7]. Этот спад связан с ограничениями, вызванными пандемией COVID-19 и сокращением числа въездных туристов в регион. Тем не менее в 2021 г. в связи со снятием ограничений и после проведения различных программ государственной поддержки малого и среднего бизнеса гостиничная отрасль в Красноярском крае вышла на новый уровень. К мерам финансовой поддержки можно отнести отсрочки по кредитам сроком до 6 месяцев и льготный период платежей по кредиту. Мерами федеральной поддержки являются сниженная общая ставка страховых взносов до 15 %, единый тариф 0 % по страховым взносам на выплаты работникам и продление действия лицензий [8].

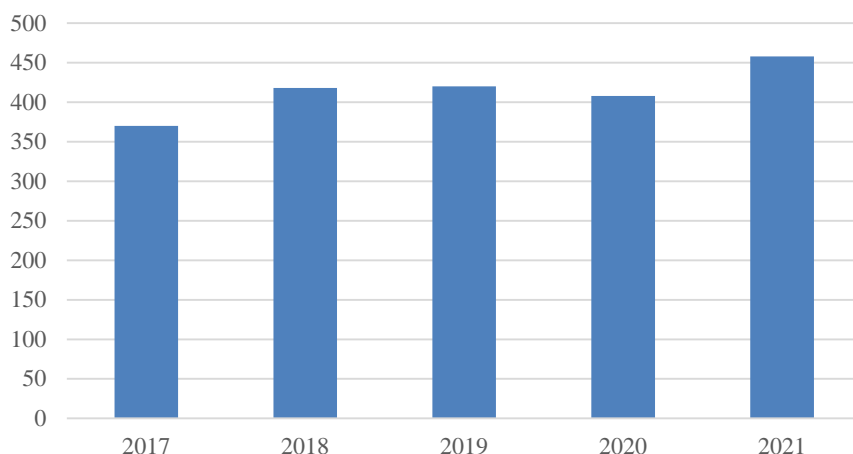


Рис. 1. Число коллективных средств размещения в Красноярском крае в 2017–2021 гг.

Пик численности иностранных туристов приходится на 2019 г., связано это с проведением Зимней универсиады (рис. 2). Участниками стали спортсмены из таких стран как Россия, Казахстан, США, Япония, Италия, Швеция и т. д.

Как упоминалось выше, пандемия в значительной мере повлияла на сферу гостиничного бизнеса, что сказалась и на численности туристов в регионе. Поэтому в 2020 г. Красноярский край, как и Россия в целом, стал менее актуальным направлением для туризма в сравнении с предыдущими годами (рис. 2, 3).

В связи с сокращением количества международных авиарейсов произошла переориентации предприятий турбизнеса на внутренний туризм. По этой причине 2021 г. стал рекордным по численности отечественных туристов, размещённых в гостиницах Красноярского края (рис. 3) [7].

Современное состояние гостиничного бизнеса в Красноярском крае. Февраль 2022 г. внёс свои коррективы в экономику России, в связи с наложением санкций с российского рынка ушло или приостановило свою деятельность большое количество международных компаний. Гостиничная сфера России также лишилась систем интернет-бронирования, были расторгнуты договоры с глобальными системами бронирования.

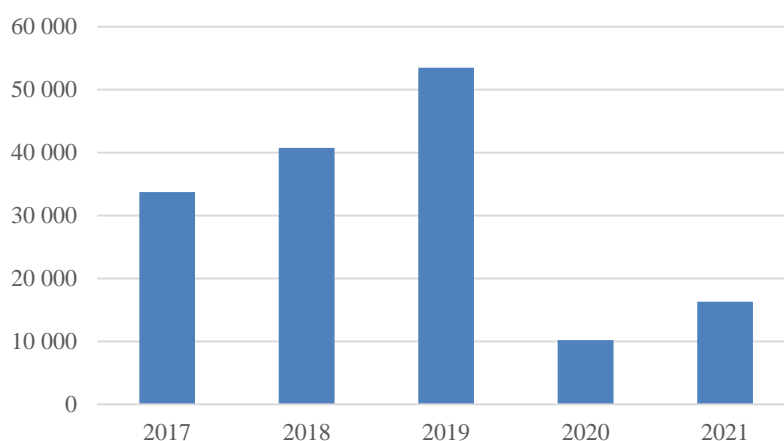


Рис. 2. Численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения Красноярского края в 2017–2021 гг.

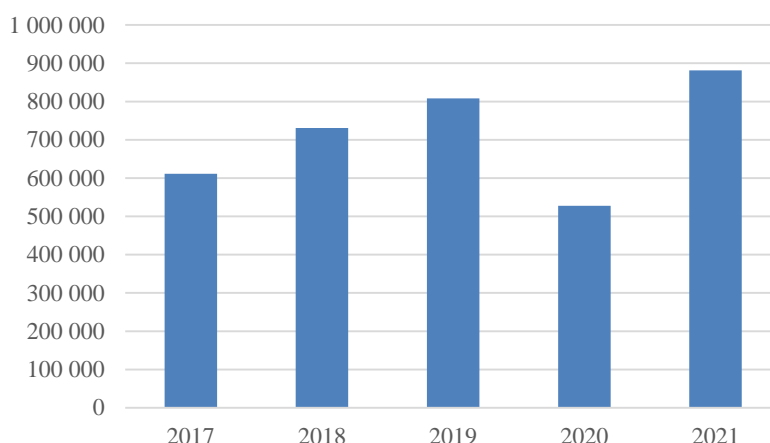


Рис. 3. Численность граждан РФ, размещенных в коллективных средствах размещения Красноярского края в 2017–2021 гг.

Несмотря на сложившуюся экономическую ситуацию в стране, связанную с проведением СВО, государство предпринимает меры для успешного развития гостиничной отрасли. Внедряются инновационные услуги, разрабатываются и обновляются информационные технологии, которые ранее заменяли крупные международные зарубежные компании. В частности, это касается отечественных систем интернет-бронирования, таких как «Островок.ру», «Посуточно.ру», TL:Channel Manager и др. Данные события могут положительно повлиять на развитие российских IT-компаний, которые занимаются разработкой продуктов для гостиничного бизнеса. В дальнейшем туристический рынок России будет менее зависимым от иностранных продуктов, станет самостоятельнее и устойчивее к кризисам.

Перспективы развития гостиничного бизнеса Красноярского края. Красноярский край считают популярным туристическим направлением Сибири. Туристов привлекают не только богатая культура и наследие, но и локальная сибирская кухня, которая представлена в заведениях региона. Из-за большого потока гостей края особое внимание уделяется развитию гостиничного бизнеса и уровня обслуживания. В свою очередь, повышаются требования к квалификации сотрудников сферы услуг.

Красноярский край повышает туристический потенциал путем создания необычных средств размещения, которые сочетают в себе комфортное размещение и дарят гостям незабываемые впечатления. Появился новый формат отдыха на природе – глэмпинг (одно из направлений экотуризма, включающее в себя отдых на природе с элементами удобств отеля). Из-за возросшей популярности экотуризма данный вид размещения является привлекательным для туристов. Главное преимущество глэмпинга заключается в погружении в красоту сибирской природы и отдыхе от городской суеты.

Также организуются различные проекты и форумы по информированию событийных мероприятий Красноярского края. Такие мероприятия привлекают туристов со всей России не только в большие города, но в более удалённые районы края. Это способствует развитию гостиничного фонда региона, так как существует необходимость в размещении гостей.

Сфера гостиничного бизнеса для Красноярского края имеет большое влияние на развитие региона. Потому эта отрасль требует значительного внимания со стороны Правительства и Администрации края. Перед отельерами Красноярска также стоит важная задача – повысить туристскую привлекательность города и края, развивать диверсификацию гостиничных услуг, деловой и индивидуальный туризм, формировать системы продвижения турпродукта на специализированных международных выставках и в специализированных СМИ. В качестве основного продукта (услуги) потребителю должен быть предложен высокий уровень сервиса и комфорта, приемлемый для широкой целевой аудитории.

Список литературы

1. Сафронова Т. Н., Яброва О. А., Камоза Т. Л., Евтухова О. М. Современные тенденции и проблемы развития гостиничного рынка Красноярского края // Наука Красноярья. 2019. Т. 8. № 3. С. 82–97.
2. Сергачева О. М., Мацюжинская Л. И. Организация рекламной деятельности на рынке гостиничных услуг города Красноярска // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск : Сиб. Федер. ун-т, 2020. С. 316–319.
3. Козловская Н. В., Сергачева О. М. Актуальные проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства на современном этапе // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. С. 281–282.
4. Зайцева Н. А. Влияние внешнеэкономических факторов на разработку стратегий развития предприятий индустрии гостеприимства в новых реалиях отношений России со странами Запада // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 8. С. 6–14.
5. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Индустрия туризма и гостеприимства в Красноярском крае: проблемы и направления развития // Экономика и предпринимательство. 2021. № 12 (137). С. 368–371.
6. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д. Региональные особенности формирования конкурентных преимуществ новых коллективных средств размещения на рынке гостиничных услуг // Экономика и предпринимательство. 2020. № 7 (120). С. 484–491.

7. Федеральная служба статистических данных (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 28.11.2022).

8. Региональная программа Красноярского края «Развитие малого и среднего предпринимательства Красноярского края до 2024 года» : Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р.

УДК 338.486.2:502.131.1

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ESG-ПОВЕСТКИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ И ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

М. И. Денисова¹, Н. А. Назаров¹, О. М. Сергачева^{2*}

¹Национальный исследовательский университет ИТМО, г. Санкт-Петербург

²Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В данной работе рассматриваются принципы развития ESG-повестки на примере туристического и гостиничного бизнеса. Изучено само понятие устойчивого развития, а также принципы ESG как индикатор достижения цели, рассмотрены существующие проблемы в процессе ESG-трансформации сфер туризма и гостеприимства, а также проанализированы перспективы развития устойчивого туризма в Российской Федерации.

Ключевые слова: устойчивое развитие; ESG-повестка; гостиничный бизнес; туристический бизнес; ESG-туризм; устойчивый туризм; экологический след; экотуризм; экологическая сертификация

Исключительно важными для человечества являются такие глобальные проблемы, как экологические и социальные, поиски путей решения которых привели к разработке концепции устойчивого развития. Другими словами, это развитие, отвечающее потребностям настоящего времени без ущерба для благополучия будущих поколений [1]. Многие компании не только за рубежом, но и в России стараются придерживаться данной концепции, а для удобства оценки степени эффективности движения бизнеса к достижению целей устойчивого развития, существует аббревиатура ESG, обозначающая три основных принципа:

- E (environment) – компания заботится об экологии;
- S (social) – компания заботится об обществе и учитывает его интересы;
- G (governance) – корпоративное управление компанией максимально прозрачное и понятное [2].

В течение последних пяти лет тенденция на устойчивое развитие хорошо укоренилась в России, во многом за счет активного развития нормотворчества в этой сфере, формирования четкого вектора роста, создания рейтинговых агентств. С 2020 г. было начато создание нормативной базы для льготного финансирования зеленых проектов. Так, в настоящее время ESG-оценка отражается на инвестиционной привлекательности бизнеса. Рассматривая возможность предоставления кредитов различным компаниям, одна треть крупнейших банков Российской Федерации принимает во внимание рейтинг устойчивого развития данного бизнеса – это определяет ставки кредитования в данном банке [3].

* © Денисова М. И., Назаров Н. А., Сергачева О. М., 2023

Однако в связи со сложившейся геополитической обстановкой развитие ESG-повестки в России претерпевает серьезные трудности. Введенные санкционные ограничения и, как следствие, отток иностранного капитала из страны, негативно влияет на развитие сектора ESG-акций, а также готовность бизнеса интегрировать ESG-принципы в свою деятельность и, как следствие, заморозку ESG-бюджетов некоторыми крупными компаниями. Таким образом, российская экономика претерпевает процесс переориентации на внутренние инвестиции, национальную таксономию и государственную поддержку, а также поиск зеленых инвесторов на азиатском рынке [4].

Концепция устойчивого развития коснулась также туристического и гостиничного бизнеса. Руководитель комитета РСТ по развитию устойчивого туризма Вита Саар считает, что ESG-подход в сфере туризма является инструментом, позволяющим компаниям ориентироваться в условиях политической и экономической турбулентности на глобальном и внутреннем трэвел-рынках. Так, по данным РСТ и Ростуризма, за 2021 г. 34 из 86 субъектов РФ показали уровень устойчивого туризма выше среднего [5]. Генеральный директор сервиса по поиску авиабилетов «Купибилет» Дмитрий Свиридов также отмечает положительное влияние инициативы ESG-развития на туризм в регионах. Таким образом, это способствует появлению региональных туристических брендов, минимизации пагубных для окружающей среды выбросов в атмосферу и привлечению локального бизнеса [6]. Стоит отметить и то, что развитие регионального туризма, в свою очередь, также способствует развитию ESG-подхода.

Примером регионального брендинга может послужить проект VISITSIBERIA, развивающий бренд Красноярского края. Описание на официальной странице проекта в социальной сети «ВКонтакте» гласит, что это «самый полный гид о путешествиях по Красноярскому краю» [7]. Здесь пользователь может найти идеи для отдыха в регионе: от вечерних экскурсий после работы и походов выходного дня до многодневных туров и экспедиций по природе края. Также на «VISITSIBERIA» публикуются креативные рассказы про Красноярский край, его достопримечательности, яркие события, культуру и быт коренных народов.

Таким образом, локальный бренд «VISITSIBERIA» – это пример продвижения туристского потенциала Красноярского края, что, в свою очередь, является важным элементом процесса минимизации экологического следа. Например, туристы из Иркутской области после изучения материалов, представленных на VISITSIBERIA, могут предпочесть авиапутешествию до Кавказа путешествие на поезде в соседний Красноярский край, что существенно сократит уровень транспортных выбросов, а, следовательно, и углеродный след. То есть данный пример наглядно иллюстрирует, что развитие региональных брендов способствует ESG-развитию.

Экологический след – это площадь биологически продуктивной территории и акватории, необходимой для производства потребляемых человеком ресурсов и поглощения отходов [8]. Главным видом отходов является двуокись углерода, образующаяся при сжигании ископаемого топлива. Так, многие авиакомпании уже сейчас занимаются инвестициями в разработку экологически нейтрального топлива для самолетов, а ОАО «РЖД» показывает при покупке билета на поезд, какое количество CO₂ будет выброшено в атмосферу во время поездки – важно также уточнить, что поезд является более экологичным видом транспорта, чем самолет.

Таким образом, использование железнодорожного транспорта вместо авиаперевозок – более приемлемо в концепции экологичных путешествий. Существуют так называемые «железнодорожные туры», в которых турист не только перемещается на поезде, но и ночует там. Данный подход помогает сократить количество выбросов.

Однако минимизация экологического следа – одна из миссий ESG-повестки не только сферы туризма в целом, но и представителей гостиничного бизнеса в частности.

Согласно данным издания Recycle, средства размещения эмитируют 264 млн тонн CO₂ в год, что соответствует выбросам 65 электростанций, работающих на угле [9]. В числе наиболее эффективных мер сокращения выбросов эксперты называют установку энергосберегающих отопительных и охлаждающих систем, применение энергосберегающих приборов и установку окон с двойным остеклением. ESG-трансформация индустрии гостеприимства – сложный и долгий процесс, который может и должен начинаться хотя бы с небольших шагов, например, за счет «зеленой» оптимизации повседневных операций, таких как использование экологически безопасной моющей химии или закупки мяса от местных производителей.

Существуют также и более масштабные проекты, например, программа «Аренда памятника за 1 рубль», суть которого заключается в том, что арендатор в ходе торгов получает в пользование объект культурного наследия и обязуется отреставрировать/отремонтировать его в течение 7 лет, после чего город предоставляет данный объект арендатору на 49 лет по ставке арендной платы в размере 1 рубль за 1 кв. м в год [10]. Так, в 2019 г. на аукцион был выставлен ОКН «Особняк-контора и здание библиотеки лесопильного производства Ф. Я. и Н. Я. Колобовых», а победитель торгов – ООО «ПЁТРЪ» – принял на себя обязательства провести мероприятия по восстановлению здания и приспособлению его под современное использование и, в последующем, здание будет предназначено для размещения в нем объекта гостиничной инфраструктуры [11]. Благодаря данному подходу проект будет оправдан сразу с трех точек зрения: экологической, экономической и социальной.

Восстановление исторических зданий – не единственный путь развития ESG-повестки в сфере гостеприимства. Новым перспективным направлением в гостиничном бизнесе в Европе стало такое явление, как чемпинг (champing). Чемпинг – это концепция, заключающаяся в ночевке в заброшенных исторических церквях. Это явление набирает популярность в Англии, где при таком размещении в стоимость входит спальное место, свечи и фонари, за отдельную плату также можно заказать завтрак. Данная концепция была разработана благотворительной организацией The Church Conversation Trust, жертвующей средства с доходов от размещения туристов на содержание храмов. В перспективе чемпинг может быть внедрен и в России. Таким образом, помимо критерия environment, т. е. экологической составляющей, в данном направлении может быть удовлетворен также и критерий social, при котором могут быть привлечены местные волонтеры, занимающиеся сохранением руинированных объектов.

Актуальной проблемой развития ESG-повестки в Российской Федерации является отсутствие единой процедуры сертификации по стандартам ESG. Так, известны случаи, когда у одной и той же компании оценка в разных ESG-рейтингах различалась. Такая отчасти субъективная оценка связана с тем, что некоторые рейтинги готовы закрывать глаза на недочеты по какому-либо из критериев, если в другом организация добилась прорыва. Таким образом, ESG-рейтинги стремятся поощрить инициативу компании в стремлении к «зеленой» трансформации. Другие рейтинги, в свою очередь, не делают исключений и считают средний балл по четко установленным критериям.

Одной из самых распространенных является международная программа добровольной экологической сертификации отелей Green Key, которая на данный момент работает в 65 странах, включая РФ. Эти сертификаты выдаются средствам размещения, которые соответствуют 140 экологическим критериям, подтверждают высокую экологическую ответственность предприятий индустрии гостеприимства и способствуют устойчивому развитию туризма. Например, в 2022 г. сертификат Green Key получил курорт «Роза хутор» [12].

В заключение необходимо отметить, что ESG-повестка является важной с точки зрения не только сохранения окружающей среды (соблюдения E-принципа), но и обес-

печения выполнения S и G принципов в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства, которым, зачастую, уделяется меньше внимания. Все это позволит не только развивать бизнес, отвечающий требованиям современности, но и увеличить в перспективе турпоток, так как уровень сознательных граждан, предпочитающих «зеленые» средства размещения, растет.

Список литературы

1. Устойчивое развитие [Электронный ресурс] // Центральный Банк Российской Федерации : официальный сайт. 2022. Режим доступа: <https://cbr.ru/develop/ur>.
2. Гришин Я. Что такое ESG – расшифровка понятия, критерии, принципы [Электронный ресурс] // СовкомБлог. 2021. Режим доступа: https://sovcombank.ru/blog/esg/chto-takoe-esg--rasshifrovka-ponyatiya-kriterii-printsipi#h_60023067511638151238395.
3. ESG-повестка для бизнеса: устойчивое развитие в новой реальности [Электронный ресурс] // РБК+. 2022. Режим доступа: <https://chr.plus.rbc.ru/news/624598017a8aa90f36782a28>.
4. Скороход А. М. Оценка потенциальных эффектов esg-трансформации в современных реалиях // Сборник статей XI Международной научной конференции. М., 2022. С. 115–122.
5. Сафронова И. Как в российском туризме реализуется повестка ESG и устойчивого развития [Электронный ресурс] // RATA-news. 2022. Режим доступа: https://ratanews.ru/news/news_17032022_5.stm.
6. Свиридов Д. Устойчивый туризм: каким образом ESG меняет индустрию путешествий [Электронный ресурс] // РБК Тренды. 2022. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/green/6304d1ab9a7947265b31deec?page=trend&nick=green&from=infinityscroll>.
7. Visitsiberia [Электронный ресурс] // Официальный сайт. 2022. Режим доступа: https://vk.com/visitsiberia_info.
8. Экологический след субъектов Российской Федерации. М., 2014. 88 с.
9. Андриевская А. Отели могут снизить свой углеродный след [Электронный ресурс] // Сетевое издание Ресайкл (Recycle). 2021. Режим доступа: <https://recyclemag.ru/news/oteli-mogut-snizit-uglerodnii?ysclid=lamwmqanb1286842818>.
10. Принят законопроект «Аренда памятника за 1 рубль» [Электронный ресурс] // Администрация Санкт-Петербурга: официальный сайт. 2018. Режим доступа: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/kio/news/131608>.
11. В Санкт-Петербурге стартовала программа «Аренда памятника за 1 рубль» [Электронный ресурс] // Администрация Санкт-Петербурга : официальный сайт. 2019. Режим доступа: <https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/kio/news/172931>.
12. Морозов М. А., Морозова Н. С. ESG-трансформация предприятий туристской и гостиничной индустрии // Сервис в России и за рубежом. М., 2022. С. 86–93/

ГОСТИНИЧНЫЙ РЫНОК В РЕСПУБЛИКЕ ТЫВА**А.-Ч. А. Донгак****Тувинский государственный университет, г. Кызыл*

Аннотация. В статье представлены результаты исследования гостиничного рынка в Республике Тыва. Проведен анализ слабых и сильных сторон некоторых гостиниц, отелей. Гостиничный бизнес в регионе находится на стадии формирования, но имеет огромные перспективы развития, поскольку регион является интересным с точки зрения туризма.

Ключевые слова: гостиница; мини-отель; этностиль; туризм; Тыва; «Буян-Бадыргы»; «Одуген»; «Алдын-Булак»; «Бий-Хем»; Енисей

Республика Тыва имеет богатейшую историю, самобытную культуру, редкостный исторические памятники, которые все вместе располагают к развитию гостиничной сферы и сферы туризма. Тыва характеризуется богатейшими туристическими ресурсами, но при этом занимает незначительную долю в туристическом потоке.

Гостиничный бизнес является ключевым сектором в сфере туризма поскольку они взаимосвязаны. Данный бизнес создает рабочие места и пополняет бюджет и тем самым он является одним из видов экономической деятельности, которая приносит доход стране.

История развития гостиничного бизнеса уходит в далекие времена (например, таверны и средств размещения гостей над таверной). И на сегодня данная сфера постоянно развивается модернизируется, появляются новые виды средств размещения туристов гостей. Например, сегодня развивается бесконтактное заселение, где гостей заселяют без участия физического присутствия администратора. И даже только это может говорить о том, что в сфере гостиничного бизнеса широко развивается и применяется техническое и цифровое направление. Различные программы и приложения, такие как BNOVO, TRAVELLINE, «СУТОЧНО.РУ», EXTRANET и другие, которые позволяют бизнесу упростить систему бронирования, оформления гостей и их размещения. Развитию гостиничного бизнеса сегодня также помогают банки, так, например гостью для того, чтобы оплатить услугу, всего лишь можно перейти по ссылке или оплатить через QR-код.

В регионе сегодня рынок гостиничных услуг в регионе находится на стадии развития, в основном гостиницы региона находятся в столице Республики Тыва г. Кызыле.

В настоящее время доля туризма в общем объеме валового регионального продукта в Тыве составляет около 0,5 % (по России – 4,8 %, в мире – 10,4 %); 0,7 % населения занято в сфере туризма, а в целом в России данный показатель составляет 1,4 %. Что в два раза меньше, чем в целом по стране [1].

Всего в регионе имеется 87 коллективных средств размещения с 1 259 номерами на 3 744 койко-мест. Большая их часть, примерно 78 %, отнесена к категории «без звезд» – это турбазы, базы отдыха, гостевые дома, займки, сельские гостиницы и т. д.

Двухзвездочных гостиниц в республике всего 4, или 16,7 % (гостиница «Монгулек», ул. Кочетова, д. 1; Гостиница «Буян-Бадыргы» [2], ул. Московская, д. 1; Гостиничный комплекс «Одуген»; Гостиница «Коттедж», ул. Красных Партизан, д. 38). Одна гостиница имеет категорию 5 звезд (отель «Азимут» международной гостиничной сети) [3].

* © Донгак А.-Ч. А., 2023

В регионе действуют 11 туристических маршрутов. Сертификаты соответствия национальным стандартам получили 7 из них. Для повышения туристической привлекательности создан календарь региональных событий, включающий более 40 мероприятий.

Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения за 2021 г. составил 176,9 млн руб., что по сравнению с 2020 г. (113,6 млн руб.) больше на 55,7 %.

Объем налоговых поступлений от туристско-рекреационной деятельности за период с января по декабрь прошлого 2021 г. составил 47,9 млн руб. А по сравнению с таким же периодом 2020 г. произошло снижение на 11 %. Это связано с пандемией – кризисом, который произошел по всему миру. Но с частичной отменой ограничительных мер показатели стали повышаться.

Также в регионе имеются мини-отели, рассчитанные на размещение 16–20 человек, базы отдыха, коттеджи для отдыха, юрты в Этнокультурном комплексе «Алдын-Булак» [4], юрточный комплекс «Бий-Хем» [5] и др.

Анализ сильных и слабых сторон некоторых гостиниц региона (табл. 1) показал нам, что гостиничный бизнес в Тыве в принципе активно развивается: есть стандартные гостиницы, есть современная гостиница 5 звезд, а также в некоторых гостиницах и средствах размещения гостей упор делается на этностиль, что не может не радовать.

Но также хотелось бы отметить, существующие барьеры, которые тормозят данное направление в регионе. В частности это:

- сезонность;
- административные барьеры;
- низкая рентабельность;

Развитие гостиничного бизнеса в регионе возможно достичь не только используя экономические и психологические факторы, но также совершенствуя факторы управленческого характера. Использование управленческих факторов позволит достичь результатов, которые представлены на рис. 1.

Для повышения эффективности и результативности деятельности гостиничного бизнеса необходимо укреплять спрос через укрепление потребностей гостей. Именно важно повышать качество обслуживания и повышать удобства для гостей.

Также важно использование и перенимание опыта мировых стандартов. Данное перенимание опыта особенностей деятельности гостиничного сектора во взаимодействии с туристическими потоками позволят определить:

- направленность и пути внедрения стандартов в практике региона;
- средства и источники инвестирования;
- параметры, объемы и этапы затрат для выравнивания гостинично-туристского комплекса с российскими, мировыми тенденциями формирования рынка услуг гостеприимства и туризма» [6].

Таким образом, на сегодня в регионе существует специфика функционирования гостиничного бизнеса, которая состоит в малоизученности этого перспективного направления предпринимательской деятельности. Недостаток проработки в существующих отечественных научных исследованиях многих конкретных проблем функционирования гостиничного бизнеса сказывается на разработке учета специфики формирования концепции и стратегии развития гостиничной индустрии как способа поиска условий повышения эффективности управления ею на макро- и микроуровне не только на внутреннем, но и на внешнем рынках и роста конкурентоспособности.

Также в рамках развития туризма и соответственно и гостиничного рынка в Республике Тыва из официального сайта региона было отмечено, что правительство заключило с Общенациональным Союзом индустрии гостеприимства (ОСИГ) соглашение 14–16 мая в Кызыле на туристическом форуме «Тува – земля живых традиций» о разработке новой стратегии развития туризма в регионе [1].

Анализ сильных и слабых некоторых гостиниц в регионе

Название	Сильные стороны	Слабые стороны
Гостиница «Монгулек», ул. Кочетова, д. 1. 20 номеров	Уютные номера, люксы и полулюксы, находится рядом с автовокзалом, достопримечательностями города: Хурээ «Цеченлиг», парком культуры и отдыха и др.	Удаленность от центра города, отсутствие официального сайта, дороговизна номеров
Отель «Азимут»	5 звезд. Находится у реки Енисей. Наличие Wi-Fi, мест отдыха на территории отеля: бассейн, фитнес-залы, игровые для детей. Завтраки входят в стоимость. Трансфер. Бизнес-зал, конференц-зал. Бар, ресторан. Парковка. Наличие сайта	Ценник на номера и услуги самый дорогой
Гостиница «Буян-Бадьргы», ул. Московская, д. 1. 37 номеров	Дизайн номеров. Ремонт. Парковка. Ресторан. Банкоматы	Отдалённость от центра города. Дороговизна
Гостиница «Коттедж», ул. Красных Партизан, д. 38. 12 номеров	Находится в центре, рядом музыкально драматический театр, Дом народного творчества, берег Енисея. Уютные номера	Отсутствие собственного сайта. Цены за проживание не соответствуют своим номерам, завышены
Этнокультурный комплекс «Алдын-Булак»	Расположен в живописном месте на берегу реки Енисей. Красивый дизайн комплекса. Есть бизнес-залы, конференц-залы. Трансфер. Комфортабельные юрты, оснащенные электричеством, санузлом. Ресторан	Находится в отдалении от города. Цены достаточно дорогие. Бронь
Юрточный комплекс «Бий-Хем»	Находится на берегу реки Бий-Хем. Этно-стиль. Юрты, которые использует население Тувы, а не туристы. Убранство юрт. Официальная страница в «ВКонтакте»	Отдаленность. Отсутствие трансфера. Бронь. Отсутствие своего сайта



Рис. 1. Результаты использования управленческих факторов

По итогу данного исследования развития гостиничного бизнеса в Республике Тыва, можно отметить, что данное направление в регионе находится сегодня на стадии формирования, однако имеет огромные перспективы развития, поскольку регион является интересным с точки зрения туризма, благодаря уникальной природе и культуре.

Список литературы

1. Тува и Общенациональный Союз индустрии гостеприимства заключили соглашение о сотрудничестве // Официальный сайт Правительства Республики Тыва. Ре-

жим доступа: https://rtyva.ru/press_center/news/tourism/47571/?ysclid=1b4ut8292t154211355 (дата обращения: 25.11.2022).

2. Официальная страница в «ВКонтакте» Гостиницы «Буян-Бадыргы». Режим доступа: https://vk.com/tuva_hotel?ysclid=1b4vzl6ixs545358374 (дата обращения: 30.11.2022).

3. Официальный сайт Международной гостиничной сети Отель «Азимут». Режим доступа: <https://dzen.ru/?yredirect=true> (дата обращения: 30.11.2022).

4. Официальный сайт Этнокультурного комплекса «Алдын-Булак». Режим доступа: <https://aldyn-bulak17.vsite.biz/?ysclid=1b4vv80j6h300767268> (дата обращения: 30.11.2022).

5. Официальная страница в «ВКонтакте» Юрточный комплекс «Бий-Хем». Режим доступа: <https://vk.com/biykhem> (дата обращения: 30.11.2022).

6. Об утверждении Концепции развития туризма в Республике Тыва до 2025 года : постановление Правительство Республики Тыва от 17.04.2020 № 162 (с изм. на 22.07.2020). Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/570773067> (дата обращения: 25.11.2022).

УДК 640.4:005.412(083)

БИЗНЕС-АНАЛИТИКА И ПОДХОД DATA DRIVEN В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Л. В. Зоммер*

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент М. Д. Батраев

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматриваются основные преимущества подхода data driven и использования методов бизнес-аналитики в управлении гостиничным предприятием по сравнению с устаревшими паттернами в принятии решений. Выявлены ключевые аспекты во внедрении данного подхода; рассмотрен дашборд как инструмент для принятия бизнес-решений. Предложен алгоритм действий по подготовке информационной инфраструктуры к внедрению подхода data driven.

Ключевые слова: гостиничный бизнес; бизнес-аналитика; BI-аналитика; менеджмент; информатизация; сбор данных; консолидация данных; big data; data driven

За всю историю человечества произошло несколько технических и технологических революций, каждая из которых значительно изменяла качество жизни населения планеты. Аграрная революция – переход от собирательства и охоты к животноводству и земледелию; промышленная революция с ее паровым двигателем, позволившая человеку отойти от ручного монотонного труда; а также открытие нефти и газа в качестве источника энергии – все эти этапы человечество преодолело за тысячи лет, постепенно набирая обороты и все быстрее выходя на новые уровни развития [1].

Одним из ключевых событий стало создание и распространение Интернета в планетарных масштабах, что являлось предпосылкой для постепенной цифровизации всех сфер деятельности человека. Как следствие, сегодня ежеминутно генерируется огромное количество информации с безграничным потенциалом в использовании.

* © Зоммер Л. В., 2023

Не секрет, что количество сгенерированных данных лавинообразно растет каждый год – по некоторым оценкам, 90 % всей информации, накопленной в мире, было создано за два года, и, согласно прогнозам, объем данных будет ежегодно увеличиваться на 40 %. В 2020 г. было создано порядка 64 зеттабайтов данных (1 зеттабайт равен триллиону гигабайт), что на 314 % больше, чем в 2015 г. [2] Таким образом, закономерно сформировался целый пласт паттернов и технологий в IT-индустрии, которые используют данные для решения проблем бизнеса и эффективного управления им.

Полное название рассматриваемого в статье подхода – Data Driven Decision Making (DDDM), т. е. информационно обоснованные принятия решений. Он стал альтернативой устаревшему подходу HiPPO (Highest Paid Person's Opinion) – принятию решений на основе мнения руководства либо авторитетного, опытного, «самого высокооплачиваемого» сотрудника. Проблема этого подхода в том, что руководитель или менеджер не могут быть объективными и компетентными во всех вопросах и знать все особенности бизнес-процессов [3].

С технологической точки зрения этот подход сопровождает бизнес-аналитика (Business Intelligence, BI) – совокупность технологий, программного обеспечения и практик, направленных на достижение целей бизнеса путём наилучшего использования имеющихся данных – принятия решений, основанных на данных.

Ключевые признаки, свидетельствующие об использовании подхода data driven:

- все потоки данных в компании систематизированы, назначение и смысловая нагрузка потоков данных понятны аналитикам и топ-менеджменту;
- используются автоматизированные средства и методы сбора данных, консолидации информации из разных источников;
- настроен процесс превращения данных в информацию и знания о бизнесе для поддержки принятия улучшенных и неформальных решений;
- внедрена информационная система, обеспечивающая бизнес-пользователям разных уровней доступ к знаниям и данным [4].

В гостиничном бизнесе эти параметры применимы так же, как и в любой другой сфере. Преимущество подхода в универсальности, также огромным плюсом является то, что data driven готовит фундамент для дальнейшей цифровизации и автоматизации бизнес-процессов предприятия, ведь без обширной модели данных возрастает трудоемкость и сложность внедрения IT-технологий.

В качестве первого шага рекомендуется централизовать и автоматизировать функцию сбора и хранения данных в компании, естественно, с учетом всех требований информационной безопасности для предотвращения утечек данных. Эти функции может взять на себя отдел бизнес-аналитики, отдел управления базами данных и др. При необходимости такой функцией может заниматься подразделение, которое инициировало внедрение подхода data driven, – административный офис или топ-менеджмент при поддержке IT-ресурса. Для этого необходимо проанализировать текущие источники поступающей информации, их наполненность бизнес-данными. Например, первичными для службы бронирования данными будет общая информация о клиентах – номера телефонов и ФИО, информация о прошлых пребываниях в гостинице, особые предпочтения. Для PR-отдела ключевыми показателями являются конверсия рекламы, количество времени, проведенное на сайте отеля.

Движение данных на первом этапе внедрения подхода data driven схематично показано на рис. 1. Таким образом формируется первичная модель данных, вокруг которой можно добавлять новые потоки, расширять перечень получаемых данных и использовать их для реализации подхода data driven. Модель потоков и таблиц изображена на рис. 2.

Как следствие, с учетом подготовки информационной инфраструктуры и организационных преобразований в компании, становится доступным внедрение самого под-

хода принятия решений, основанных на данных. Главным условием, как было сказано ранее, является информационная система, обеспечивающая бизнес-пользователям разных уровней доступ к знаниям и данным.



Рис. 1. Консолидация данных различных служб в центральной базе данных

Такой системой является перечень информационных панелей, с обобщенным названием дашборд. Дашборд – это визуальное представление важной бизнес-информации, консолидированной из разных функций предприятия. Данные в нем сгруппированы и расположены таким образом, чтобы их изменения можно было легко и быстро отслеживать. Его можно сравнить с приборной панелью автомобиля – все ключевые показатели работы машины, либо бизнеса, можно увидеть на информационных панелях (рис. 3) [5].

На начальном этапе внедрения инструмент бизнес-аналитики дашборд должен отвечать на примитивные вопросы работы функций гостиничного предприятия. Постепенно наращивая объем данных и компетенции сотрудников ИТ-отдела, система дашбордов может стать настоящим помощником как руководителям на местах, так и топ-менеджменту. Потенциал данного инструмента и похода data driven становится по-настоящему безграничным, когда процессы сбора информации стабилизированы. Тогда все необходимые метрики будут визуализированы, недостатки и пробелы в биз-

нес-процессах будут выявляться более оперативно, а реагирование на критичные ситуации и отрицательные тренды станут предсказуемыми.

Таким образом, в статье были приведены преимущества подхода data driven в управлении гостиничным предприятием, схематично отражены необходимые практические шаги для внедрения инструментов бизнес-аналитики. Для смены вектора в управлении гостиницей с использованием данных осталось только начать.

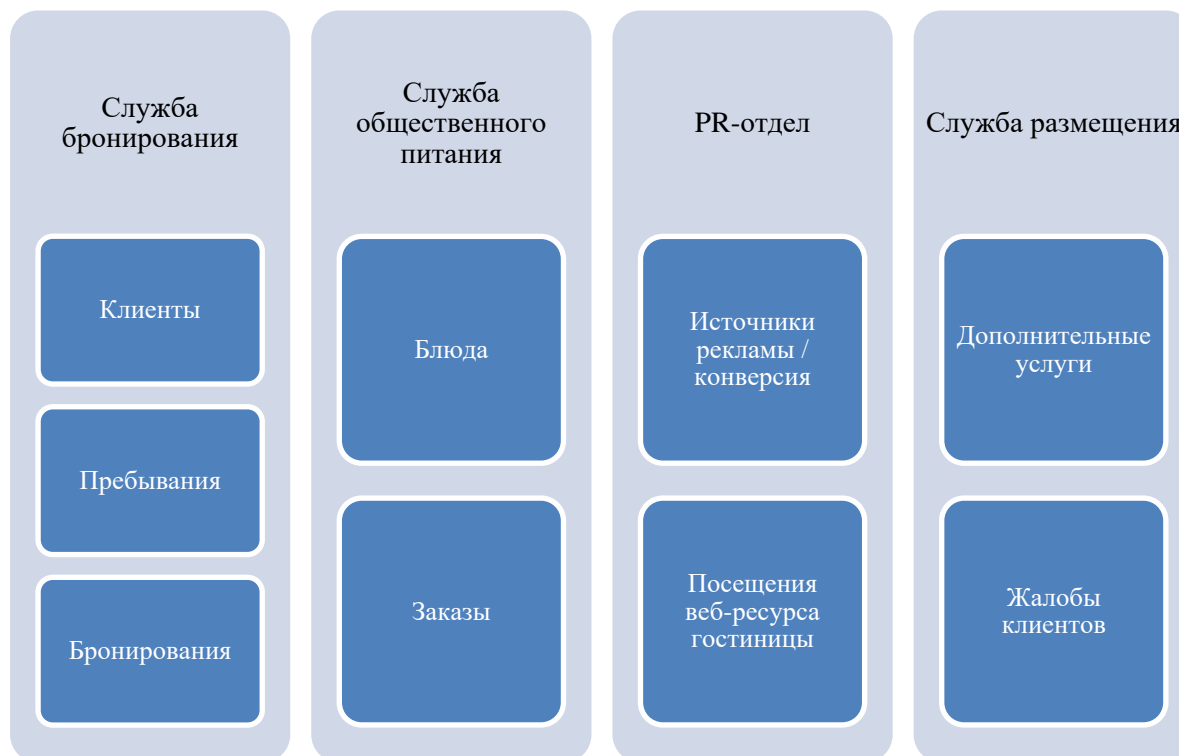


Рис. 2. Первичная модель данных гостиничного предприятия



Рис. 3. Визуальное сравнение дашборда с приборной панелью автомобиля

Список литературы

1. Чермушкин Е. А., Прудов А. В. Технические и технологические революции в человеческой истории [Электронный ресурс] : доклад. Режим доступа: <https://school-science.ru/6/16/38175>

2. Инновации в сфере данных для целей развития [Электронный ресурс] : доклад // Организация Объединенных Наций. Режим доступа: <https://www.un.org/ru/global-issues/big-data-for-sustainable-development>.

3. Data Driven – подход [Электронный ресурс] : блог / Онлайн-школа Skillfactory. Режим доступа: <https://blog.skillfactory.ru/glossary/data-driven-podhod>.

4. Милорадов К. А. Технологии бизнес-анализа на предприятиях индустрии гостепреимства [Электронный ресурс] : научный журнал // Международный журнал экспериментального образования. Режим доступа: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=4402>.

5. Иванов И. Сила дашбордов [Электронный ресурс] : блог // IT-ресурс Habr. Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/youmoney/blog/521372>.

УДК 338.483(571.51)+640.4:379.84(571.51)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГЛЭМПИНГА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Д. В. Карпова*

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент А. М. Тимофеева

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы развития глэмпинга в России, анализируется деятельность данного вида размещения в Красноярском крае на примере глэмпинга «Nut House», предлагаются места для размещения глэмпингов на территории Красноярского края.

Ключевые слова: глэмпинг; загородный отдых; внутренний туризм; экотуризм

На сегодняшний день наблюдается рост загородного туризма. Отмечается, что спрос на отдых в удаленных от города местах связан не с ценой, а с желанием туристов уехать в уединенные места подальше от крупных городов и поближе к относительно нетронутой природе, рекам, озерам или же достопримечательностям и арт-объектам [1]. Данное желание можно отнести к определенному виду туризма – экотуризм. Чаще всего он представляет собой такие средства размещения, как загородные базы отдыха, санатории, различные лагеря, глэмпинги.

Целью настоящей работы является определение перспектив развития глэмпинга в Красноярском крае.

Глэмпинг – понятие не новое в сфере туризма, но стоит отметить, что в нашей стране данное направление только начало активно развиваться. История возникновения термина берет свое начало в 1997 г., когда в Великобритании новые водительские права автоматически отменили возможность буксировать прицеп с караваном, поэтому отдых в кемпингах для многих стал невозможен. Для управления автомобилем с прицепом требовалось получение дополнительной лицензии. В 1998 г. разразившийся кризис ограничил в финансовых средствах потребителей, пользующихся услугами отелей. Однако потребности отдыхать осталась. В новых рыночных условиях необходимо было искать пути решения продолжения бизнеса. Рынок обратился к концепции кемпинга, успешно реализуемой в Африке. Инновационное решение соединить кемпинг с комфортом и удобствами и вложить это в новые конструкционные формы дало старт раз-

* © Карпова Д. В., 2023

витию направления глэмпинга. Преимущество в соотношении цены и качества по сравнению с гостиницами привлекло внимание потребителей, которые раньше не имели опыта кемпинга. Возможность кратковременного отдыха вдали от суеты городской жизни и от родителей пополнило потребительский сегмент миллениалами. А яркие репортажи в социальных сетях об объектах размещения глэмпинга быстро увеличили ряды поклонников. Так началось триумфальное шествие глэмпинг-туризма по Европе. Различные уровни комфорта и стиля способствовали его популярности. К 2014 г. глэмпинг существовал во Франции, Хорватии, Словении, Испании, Италии, Португалии и насчитывал 1 100 точек [2]. На данный момент по всему миру насчитывается около 8 000 действующих глэмпингов.

В России первый глэмпинг появился в 2016 г. Тогда на берегу Оки, в 100 км от Москвы, застроили «Гуляй город». Через два года, в 2018 г., компания RussiaDiscovery стала экспедиционным партнером проекта #MamontCamp – совместно с агентством Fisherbird они организовали программу активного отдыха в первом в России классическом капсульном глэмпинге, построенном на Кольском полуострове. В последнее время также появилось несколько небольших проектов в Москве и Подмосковье, Карелии и на Алтае. Хотя данная индустрия в нашей стране только начинает бурно развиваться, в 2018 г. свою работу начала независимая некоммерческая структура – Ассоциация глэмпинга, которая популяризирует сам формат размещения и агрегирует информацию. Также она помогает открывать новые глэмпинги и поддерживает существующие. Ежегодно рынок глэмпингов растет и трансформируется в самостоятельную отрасль внутри индустрии туризма. На это повлияла пандемия, которая ограничила выезды за пределы страны и увеличила спрос на внутренний туризм. Свое влияние также внес и социальный стресс, который с каждым годом только увеличивается. Это способствовало увеличению спроса на уединенный отдых, который данный вид размещения может предоставить. Особую роль сыграла и плохая экология, на фоне которой вырос общественный интерес к экотуризму и помогает устойчивому увеличению спроса на размещение в глэмпингах.

Несмотря на то, что глэмпинг как вид отдыха только развивается в России, на конец ноября 2021 г. насчитывается 230 действующих глэмпингов по всей стране, еще 300 планировалось открыть в 2022 г. (рис. 1).

Следует отметить, что большая часть глэмпингов расположена в 13 регионах нашей страны, т. е. только в 44 субъектах из 85. Без сомнения, лидерами являются Московская область (24 объекта) и Краснодарский край (20 объектов). В Калужской, Тверской, Ленинградской областях, а также в республиках Алтай и Карелия находятся от 11 до 16 глэмпингов [3].

На данный момент в Красноярске только 4 загородных места для отдыха позиционируют себя как глэмпинг. Это может быть связано с климатом, так как большинство модулей отапливаются не от центрального отопления, а от печного. При этом, как показало исследование, в настоящее время в России более 50 % глэмпингов функционируют круглогодично (рис. 2) [3].

Следующей причиной, по которой данный вид размещения не сильно представлен у нас – это выбор места расположения глэмпинга. Хотя наш край имеет большое количество красивых мест, выбрать подходящее достаточно сложно. Наиболее подходящие варианты земель по целевому назначению для создания глэмпингов – земли рекреационного назначения, реакционные зоны национальных и природных парков, земли населенных пунктов, лесного фонда и историко-культурного назначения. Несмотря на все сложности, в Красноярске имеются успешно развивающиеся глэмпинги и один из них – глэмпинг «Hut House».

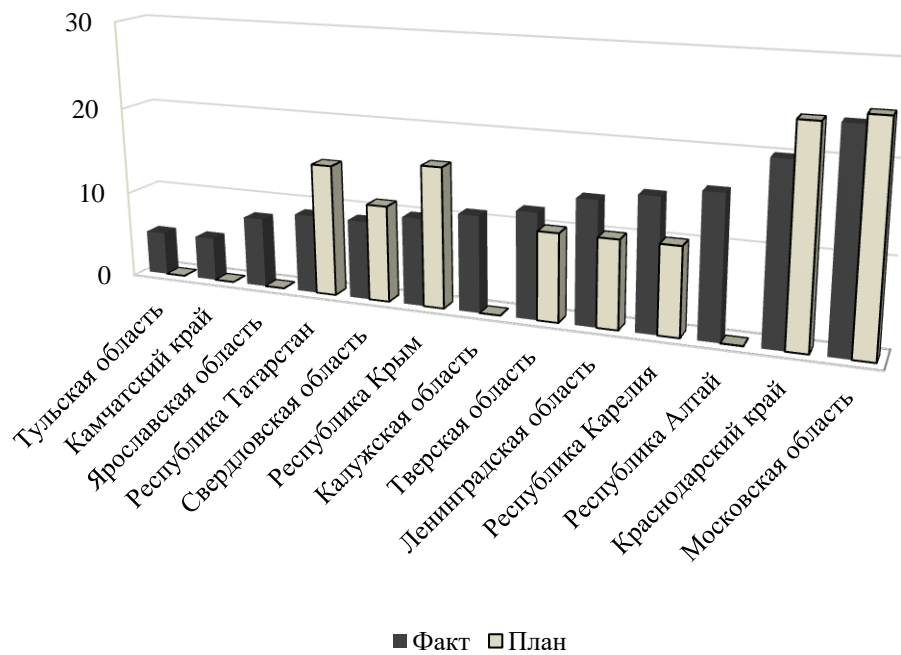


Рис. 1. Количество функционирующих глэмпингов и планируемых к открытию в разрезе регионов-лидеров

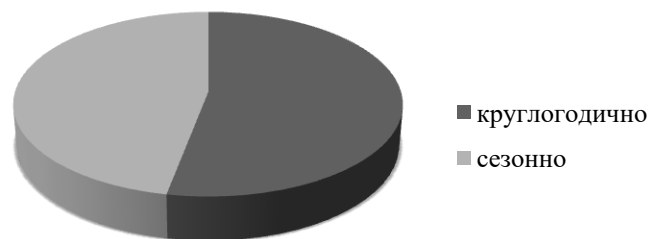


Рис. 2. Периодичность работы глэмпингов

Глэмпинг «Hut House» находится в Емельяновском районе в коттеджном поселке Александрия. Данное расположение помогает сбежать от городской суеты и побыть наедине со своей семьей или мыслями. Он представляет собой совокупность из 5 домов, каждый из которых рассчитан на компанию до 4 человек. Комфортабельные домики «A-Frame» оборудованы всем необходимым для комфортного отдыха – полноценная кухня со всем необходимым оборудованием и посудой, полноценная ванная комната с душем, раковиной и туалетом. Также на территории предусмотрены следующие виды активностей: зона барбекю возле каждого домика, костровая чаша, настольные игры, парковка на территории домиков, беседки, в т. ч. и теплая беседка до 20 человек, детская площадка, quadro баня, купель Фурако под открытым небом, велосипеды и шезлонги для загара [4].

Данный глэмпинг предлагает большое количество услуг для комфортного расположения гостей. В таком средстве размещения важно создать все необходимые условия, чтобы у проживающего не только остались положительные эмоции от отдыха, но и чтобы он не чувствовал ограничений в действиях, т. е. воссоздать все городские условия – и у «Hut House» это получилось.

На данный момент «Hut House» – одно из популярных средств размещения такого типа на территории Красноярского края. Глэмпинг работает круглый год и пользуется спросом среди отдыхающих. Во-первых, это отдых на природе: рядом находится лес, который минимально подвергнут антропогенному или техногенному воздействию. Во-вторых, комфорт, который заключается в качественном сервисе, большом количестве дополнительных услуг, возможном размещении с детьми и с удобствами проживания. Третья причина – это возможность уединения вдали от города и данное средство размещения готово это предоставить.

На сегодняшний день развитие данной ниши туризма идет в пределах Красноярска. Как правило, глэмпинги состоят из 2-3 домиков, что говорит о том, что данный вид размещения начинает развиваться, хоть и медленно. Мы считаем, что возможность популяризации глэмпинга на территории Красноярского края поможет ему распространиться на территории всей Сибири и сможет конкурировать с другими гостиничными предприятиями региона [5]. В Красноярском крае много природных красот, в нем расположены государственные заповедники, заказники, национальные парки [6]. Все это говорит о возможном потенциале мест для развития глэмпинга. Мы предлагаем размещать их на территории поселка Усть-Маны и залива Шумиха. Эти места давно полюбили туристам, поэтому развитие нового средства размещения пройдет успешно. Кроме того, считаем наиболее перспективными местами для открытия новых глэмпингов следующие:

1) Анашенский бор – место, где сочетается в себе сосновый бор и песчаный пляж. Плотные массивы деревьев способствуют созданию ощущения у гостей уединения и приобщения к природе. На данный момент в это место приезжают люди, которые ищут спокойствия вокруг, в глэмпинге люди смогут оставаться в бору намного дольше;

2) плато Путорано – место пользуется спросом среди туристов, но туристическая инфраструктура не сильно развита. Из-за этого приходится останавливаться в палатках, так как туристических баз на территории мало. Но не все готовы жертвовать своим комфортом.

Таким образом, развитие глэмпинга в Красноярском крае является актуальным и перспективным вопросом. В крае достаточно много красивых уникальных мест, которые все больше привлекают туристов, в т. ч. иностранных [1]. При этом следует отметить, что развитие глэмпинг-туризма будет влиять на развитие индустрии туризма и гостеприимства, а также способствовать развитию экотуризма в макрорегионе Енисейская Сибирь.

Список литературы

1. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Индустрия туризма и гостеприимства в Красноярском крае: проблемы и направления развития // Экономика и предпринимательство. 2021. № 12 (137). С. 368–372.

2. Безрукова Н. Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2020. № 2. С. 28–37.

3. Ассоциация глэмпингов России : официальный сайт. Режим доступа: <https://glamping-association.ru> (дата обращения: 27.11.2022).

4. Глэмпинг «Hut House» : официальный сайт. Режим доступа: <https://hut24.ru> (дата обращения: 28.11.2022).

5. Сергачева О. М., Батраев М. Д., Изосимова И. В., Тимофеева А. М. Предложения по формированию конкурентных преимуществ для гостиничных предприятий региона (на примере Красноярского края) // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы XXI Междунар. науч.-практ. конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и практиков. Красноярск, 2021. С. 940–945.

6. ТИЦ Красноярского края : официальный сайт. Режим доступа: <https://visitsiberia.info> (дата обращения: 28.11.2022).

ОБЗОР СТРАТЕГИЙ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО И ТУРИЗМ В ЦЕЛОМ

К. Р. Кашапов, В. И. Золотаренко, О. В. Корчевская*

*Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева, г. Красноярск*

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы и тенденции внедрения информационных технологий в гостиничное дело и туризм в целом, предложенные Правительством Российской Федерации на период до 2035 г. Они направлены на комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации путем создания условий для формирования и продвижения конкурентоспособного и качественного продукта на внутреннем и международном туристских рынках, а также на повышение доступности туристических услуг для граждан Российской Федерации. В работе приведен обзор предложенных для внедрения IT-технологий в одну из важных сфер туризма – гостиничное дело. Рассмотрены современные информационные технологии, которые можно внедрить в гостиничное дело для улучшения качества оказания услуг и привлечения клиентов.

Ключевые слова: гостиничное дело; информационные технологии; информационные системы; туризм; автоматизация

В настоящее время из-за геополитического кризиса и последствий коронавирусной инфекции продолжает увеличиваться спрос на туризм внутри страны. В 2021 г. объем рынка гостиничных услуг восстановился на 26,6 % к уровню 2020 г. – до 154,5 млн ночевок (в 2020 г. объема рынка упал до 122,0 млн ночевок) [1]. За счет этого появились дополнительные сервисы с использованием современных технологий, уменьшающие контакты между клиентами и персоналом. Помимо этого, дополнительным стимулом для отдыха в России стала программа туристического кешбэка, созданная Ростуризмом и платежной системой «МИР». Также Правительством Российской Федерации разработана программа по развитию цифровой экономики в стране и стратегию развития туризма. Данная ситуация является благоприятным моментом для развития отечественного туризма и внедрения цифровых технологий для быстрого и качественного обслуживания клиентов, что в дальнейшем может повысить конкурентоспособность российского туризма и вывести гостиничный бизнес на новый уровень.

Проблемы внедрения информационных технологий. На данный момент индустрия гостеприимства претерпевает ряд изменений из-за внедрения различных информационных технологий, которые обеспечивают эффективное функционирование гостиницы за счет автоматизации ряда рабочих процессов.

Согласно утверждениям экспертов, ни одна гостиница не сможет полноценно функционировать без автоматизированных систем управления [2]. Если на сегодняшний день лишь в некоторых гостиницах автоматизированы определенные процессы, то в скором будущем настанет день, когда без применения информационных технологий ни один бизнес не сможет существовать на рынке из-за конкурентности.

Если большинство уже исследованных и проверенных информационных систем (компьютерные системы, программные средства бронирования, электронная оплата услуг и др.) уже полностью функционируют в большей части гостиниц, то вопросы изучения возможности внедрения и использования таких информационных технологий, как голосовые ассистенты, системы Интернета вещей и цифровые платформы, в гостиничных пред-

* © Кашапов К. Р., Золотаренко В. И., Корчевская О. В., 2023

приятных остаются малоисследованными или сложно осуществимыми. Данные инновационные технологии только начинают интегрироваться в гостиничный бизнес [3].

В настоящее время Правительством Российской Федерации разработана Стратегия развития туризма и программа «Цифровая экономика Российской Федерации», в которых утверждены планы по внедрению цифровых технологий во все сферы экономики нашей страны, предусмотрена поддержка туристического бизнеса. В связи с этим для решения возникающих проблем на пути автоматизации процессов в гостиничном деле необходимо комплексное исследование востребованности в современных информационных технологиях, предложенных Правительством Российской Федерации.

Стратегия развития туризма. В соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р «О Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» ключевой задачей и условием реализации социальной функции туризма является повышение доступности туризма, обеспечение доступности туристских услуг для населения и формирования качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках [4].

Что касается качества, то важно обеспечить комплексной безопасностью и информативностью весь процесс планирования и реализации туристической поездки (от бронирования до проживания). На начальных этапах это можно реализовать с помощью цифровых платформ, предоставляющих широкий и проверенный выбор туристических услуг. Цифровая платформа станет удобным средством для планирования поездки для посетителей и прекрасным местом продаж для гостиничного дела. Также модернизация и развитие пользовательских интерфейсов в сочетании с цифровизацией инструментов продвижения позволит создавать видеовещание на разных языках с информационно-познавательным контентом. В поддержании порядка могут помочь современные технологии в сфере безопасности и защите персональных данных.

Для повышения уровня предоставляемых услуг необходим мониторинг качества услуг на территории, что также можно реализовать с помощью цифровой платформы и сезонной отчетностью. Фактическая оценка туристом путешествия и степень расхождения ожиданий, связанных с посещением гостиницы, с реальным набором впечатлений впоследствии транслируются и накапливаются в информационном пространстве и оказывают влияние на принятие решения о направлении путешествия новыми туристами либо о повторном путешествии.

Ниже представлены целевые показатели развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. (табл. 1). По прогнозам, показатель доступности туризма для населения будет постепенно расти вместе с инвестициями.

Таблица 1

Целевые показатели развития туризма в Российской Федерации

Целевой показатель	Единицы измерения	2017 г.	2025 г.	2035 г.
1. Валовая добавленная стоимость туристской индустрии	млрд руб.	3158	6039	16306
2. Повышение доступности туризма для граждан Российской Федерации	единиц	0,4	0,6	1
3. Экспорт туристских услуг	млрд долл. США	8,9	16,7	28,6
4. Инвестиции в сферу туризма (2017 год – 100 %)	процентов	100	150	300

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Реализовать и дополнить идеи стратегии развития туризма поможет программа развития цифровой экономики в Российской Федерации. Так, в соответствии с Распоряжением Правительства

Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р «Цифровая экономика Российской Федерации» планируется усовершенствовать сети связи, которые обеспечивают удовлетворение потребностей по взаимодействию с данными государства, бизнеса и граждан, учитывая технические требования, предъявляемые современными цифровыми технологиями, создать эффективную систему сбора и обработки информации, а также их хранения и представления потребителям [5].

Также правительство Российской Федерации планирует достигнуть состояния защищенности личности, общества и государства от внутренних и внешних информационных угроз, добиться достойного и устойчивого уровня социально-экономического развития Российской Федерации в условиях цифровой экономики, что включает в себя:

- обеспечение единства, устойчивости и безопасности информационно-телекоммуникационной инфраструктуры Российской Федерации на всех уровнях информационного пространства;
- обеспечение организационной и правовой защиты личности, бизнеса, государственных интересов при их взаимодействии в условиях цифровой экономики;
- создание условий для лидирующих позиций России в области экспорта услуг и технологий информационной безопасности.

Реализация программы по развитию цифровых технологий в сфере гостиничного дела повысит привлекательность для туристов, привлечет ранее незаинтересованное население за счет комплексного обеспечения хорошего уровня линий коммуникаций.

Подводя итоги сказанному выше, можно сделать вывод, что автоматизация гостиничных предприятий – это лишь вопрос времени. Он является актуальным для всего гостиничного дела, независимо от номерного фонда, месторасположения и категории гостиницы, так как внедрение информационных технологий принесёт колоссальную прибыль, позволит расширять рынки сбыта, привлечет новых клиентов по всей стране и миру.

Список литературы

1. Анализ рынка гостиничных услуг в России в 2017–2021 гг., прогноз на 2022–2026 гг. Перспективы рынка в условиях санкций [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://businessstat.ru/catalog/id1871> (дата обращения: 25.11.2022).
2. Алимбиева Е. Роль современных информационных технологий в развитии гостиничного бизнеса // Образовательный портал «Справочник». Режим доступа: https://spravochnick.ru/gostinichnoe_delo/rol_sovremennyh_informacionnyh_tehnologiy_v_razvitiy_gostinichnogo_biznesa (дата обращения: 25.11.2022).
3. Карлова А. И. Особенности применения современных информационных технологий в гостиничном бизнесе // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2020. С. 335–338.
4. О Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р // Официальный интернет-портал правовой информации : сайт. Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201909230010?ysclid=law2izq7zi601510934> (дата обращения: 25.11.2022).
5. Цифровая экономика Российской Федерации : Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р // Правительство России : сайт. Режим доступа: <http://government.ru/docs/all/112831> (дата обращения: 25.11.2022).

ПРОГРАММНАЯ ПОДДЕРЖКА СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

А. А. Лях, Э. М. Джабиева *

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург*

Аннотация. В статье рассмотрены современные инструменты коммуникации и взаимодействия с потребителями гостиничных услуг. Проведено сравнение гостиничных CRM-систем и выявлена наиболее эффективная.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия; потребители; вовлечение; CRM; гостиничный бренд

Почему в последнее время гостиничным брендам так важно применять современные стратегии управления взаимоотношениями с потребителями гостиничных услуг и «вовлекать» их в бренд?

Дело в том, что в настоящее время потребители гостиничных отраслей сами определяют тенденции с точки зрения цифровых платформ, социальных сетей, а также различных услуг и продуктов.

Нынешнее поколение станет в будущем основной клиентской базой каждой организации, независимо от отрасли. Поэтому знание того, как привлечь и удовлетворить потребителей современного мира, является ключом к успешному и прибыльному бизнесу в долгосрочной перспективе [1; 2].

Вовлеченность гостей во взаимодействие с брендом похожа на принцип «вовлеченности клиентов» в маркетинге. Это процесс, посредством которого гостиничный бренд взаимодействует с гостями через выбранные маркетинговые каналы, поддерживая их вовлечение на протяжении всего пути, начиная от бронирования номера и заканчивая выездом из отеля. Главная цель состоит в том, чтобы обеспечить прочные связи с потребителями гостиничных услуг, укрепить их лояльность к бренду и поощрять повторное бронирование отелей определенной гостиничной сети.

Это также относится к тому, насколько хорошо гостиничная сеть может привлечь и удерживать внимание своей нынешней или будущей целевой аудитории, используя имеющиеся маркетинговые модели и инструменты для взаимодействия и регулярной коммуникации с потребителями.

Пользовательский опыт – то, как люди взаимодействуют и вовлекаются в работу с гостиничным брендом, это может сыграть важную роль в выигрышной маркетинговой стратегии. При правильном подходе отели могут использовать привлечение клиентов, чтобы выделиться на фоне конкурентов и создать долгосрочные, лояльные отношения.

Цель привлечения клиентов – улучшить связи между гостиничным брендом и потенциальными гостями, превратив деловую сделку в долгосрочные отношения.

В современном мире крупным гостиничным брендам важно привлекать и удерживать свою целевую аудиторию с помощью различных маркетинговых стратегий и инструментов. Вот несколько способов, с помощью которых гостиничные бренды используют возможности привлечения клиентов для создания прочных связей:

- отзывы;
- информационные платформы и социальные сети для тесного и регулярного взаимодействия с целевой аудиторией;

* © Лях А. А., Джабиева Э. М., 2023

- маркетинг влияния (привлечение блогеров и инфлюенсеров);
- специальные и выгодные предложения (например, бронирование в последнюю минуту со специальными ценами для спонтанных поездок);
- CRM-системы (базы данных, почтовые рассылки, программа лояльности, чат-помощник).

Для компаний, предоставляющих услуги, на первом месте всегда должен стоять клиент, особенно если это гостиничный бизнес, поэтому очень важно регулярно мониторить современные тенденции и услуги и то, как они предоставляются и как их оценивают сами клиенты. Научно-технический прогресс сделал потребителей более требовательными, борьба за клиента стала сложнее. Однако тот же научно-технический прогресс предоставил возможности компаниям использовать ИИ (искусственный интеллект) для более персонализированного и удобного покупательского опыта. Как в отеле, так и в ресторанах с помощью программного обеспечения CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) сохраняется и систематизируется информация о гостях: имена, контактные данные, особые предпочтения или частота поездок. Это может иметь решающее значение, когда дело доходит до удержания постоянных клиентов и превращения разовых посетителей в постоянных гостей [3].

Отели без программного обеспечения CRM могут столкнуться с пробелами работы с базами данных гостей, когда речь идет об обслуживании определенных постоянных посетителей определенного средства размещения, что может привести к потере, как прибыли, так и потенциальных клиентов.

Говоря о маркетинговых стратегиях вовлечения потребителей в гостиничный бренд стоит уделить особое внимание данным инструментам взаимодействия с клиентами, так как в современных реалиях каждому предприятию, в данном случае средствам размещения, важно удерживать высокие конкурентные позиции посредством привлечения и удержания лояльных потребителей, так как в низкий сезон или в период, когда номерной фонд загружен мало, именно целевая аудитория, которая доверяет бренду, может обеспечить гостиничной сети стабильную прибыль и устойчивые позиции. Вот почему так важно удерживать лояльных потребителей и применять эффективные маркетинговые инструменты, в т. ч. CRM-системы.

Программное обеспечение CRM может помочь отелям управлять профилями клиентов и, соответственно, предоставлять персонализированное обслуживание. Таким образом, использование CRM может способствовать долгосрочному росту гостиничной сети.

Анализируя статистику и опросы отечественных и зарубежных отельеров, можно выделить две CRM-системы: Revinate и Cendyn, которые имеют более широкий функционал и возможности применения диджитал маркетинга.

Данная CRM также автоматизирует маркетинг на уровне всей сети по нескольким каналам: объединяет электронную почту и сайт, показывает рекламные кампании и кампании в соцсетях. Это стимулирует рост всего бренда. Централизованное хранение данных позволяет отслеживать поведение гостей и их предпочтения на основе данных от всех объектов, это поможет выявлять постоянных гостей, предлагать им номера повышенной категории и дополнительные услуги, оказывать гостям приоритетное обслуживание.

В табл. 1 мы провели сравнение двух CRM-систем, чтобы изучить возможности и функционал каждой из них и понять, какая система наиболее эффективна. Анализируя приведенные данные, можно сделать вывод, что функционал и интерфейс данных CRM-систем дает возможность образовать тесное взаимодействие потребителя и гостиницы. Средство размещения с помощью одной системы может интегрировать различные стратегии диджитал маркетинга для вовлечения и удержания потребителей.

Сравнение гостиничных CRM-систем Revinate и Cendyn [4–7]

Характеристика	Revinate Hotel CRM	Cendyn eInsigh CRM
АСУ	Revinate Hotel CRM позволяет создавать карточку гостя, обрабатывая данные из разных систем. Отели могут собрать все данные о гостях в единой базе данных, объединить платежные системы и сторонние источники данных. Просмотр истории пребывания гостей, включая информацию о бронировании, стоимости и каналах бронирования	eInsight CRM обеспечивает автоматизацию маркетинга, анализ и статистику гостевых данных для корпоративных отелей, сетей отелей и мультибрендовых отелей. Повышает лояльность и использует данные в реальном времени, чтобы обеспечить индивидуальный подход для каждого гостя
Компания	Компания реализует управление гостевыми данными в отелях. Занимается разработкой продуктов по автоматизации процессов сбора данных. Объединяет базы данных отелей и создает профили гостей, обеспечивая четкое представление об их интересах, с целью предоставления качественного сервиса. Предлагает продукты: Revinate Marketing, Guest Feedback, Hotel CRM, Multi-Hotel. Компания основана в 2009 г.	Компания производит и поставляет облачное программное обеспечение для оптимизации затрат для отельеров и туристических компаний. Компания предлагает автоматизированные системы для отелей, охватывающих гостиничный маркетинг, управление доходами и привлечение гостей. Компания основана в 1996 г.
Модули / приложения	Встроенные модули: <ul style="list-style-type: none"> – автоматизированное отслеживание электронных писем; – сегментированные опросы; – рекламные рассылки; – ежедневные отчеты; – пользовательский модуль программы лояльности 	Встроенные модули: <ul style="list-style-type: none"> – составление отчетов; – сегментация и персонализация целевой аудитории; – электронные рекламные рассылки; – отзывы гостей в реальном времени; – редактор шаблонов. Модуль обратной связи с гостями
Функциональные возможности	Расширенные возможности для создания отчетов, централизованное хранилище данных, создание гостевых профилей, электронные рассылки с учетом сегментации гостей, продажа дополнительных услуг	Программа лояльности (клуб привилегий), многоканальный маркетинг (маркетинговые кампании по электронной почте для гостей с учетом сегментации, предложения повысить категорию номера или сделать предзаказ доп.услуг, питания и мероприятий в отеле)
Сильные стороны	Revinate прост в использовании, требует минимальных технических знаний, единая база данных экономит время на поиски информации в нескольких программах, актуальная информация о гостях, высокий уровень поддержки клиентов, подробные показатели распределения доходов	Оптимизация затрат для отельеров и туристических компаний, обслуживание 30 000 клиентов в 143 странах, отличительная черта – обширность интеграции, простота в использовании электронных рассылок, аналитические отчеты, удобный интерфейс по оценкам пользователей
Слабые стороны	Дизайн модулей и форматирование, неточная информация о ценах для гостей (гость заказал номер с допами, а цена была как за обычный номер), нет возможности менять размер фотографий в модулях, малый выбор графических возможностей	Мало вариаций шаблонов и макетов, отсутствуют многие функции, которые входят в стандартную комплектацию большинства других программ для электронного маркетинга, занимает много времени во время установки, нет открытого доступа к информации о ценообразовании продукта
Примеры использования	Onyx hospitality group, hyatt, Marriott, Hilton	The Set Hotels, Minor Hotels, Grey-stone Hotels, Fontainebleau

Исходя из данных, приведенных в табл. 1, можно сравнить и выявить преимущества одной системы над другой. Мы выявили, что система Cendyn имеет большее преимущество на рынке в отличие от Revinate, так как:

- 1) дольше существует на рынке;
- 2) больше информации о продукте и функциональных возможностях;
- 3) расширенные дизайнерские возможности;
- 4) ответы на отзывы гостей в реальном времени;
- 5) более развитая программа лояльности;
- 6) обширная интеграция с другими цифровыми платформами.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что внедрение маркетинговых стратегий и современных инструментов для вовлечения потребителей во взаимодействие с гостиничным брендом, которые описаны в статье, может помочь улучшить в целом впечатление потребителя от бренда, повысить показатели удержания и позволить увеличить количество бронирований, в то же время повысив общий уровень удовлетворенности клиентов и получив ценные отзывы и информацию от клиентов. Чем лучше впечатления, которые предоставляются гостю, пока он останавливается в отеле, тем больше вероятность того, что он поделится своим мнением в Интернете и продолжит взаимодействовать с определенным гостиничным брендом в социальных сетях в будущем, что, несомненно, создаст надежную клиентскую базу, которая в любой период сможет обеспечить гостиничному бренду устойчивые позиции и стабильную прибыль.

Список литературы

1. Ефремова М. В. Управление качеством гостиничных услуг : учебник и практикум для вузов. М. : Юрайт, 2020. 351 с.
2. Ключевская И. С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник. 2-е изд. М. : Инфра-М, 2020. 236 с.
3. Ильина Е. Л., Тарасенко Э. В., Латкин А. Н., Валединская Е. Н., Русо М. А. Современные и инновационные методы управления маркетингом высококорпоративных гостиничных предприятий // Инновации и инвестиции. 2020. № 5. С. 28–33.
4. HotelTechReport [Электронный ресурс] / Best marketing tools. 10 Best CRMs for Hotels in 2022. Режим доступа: <https://hoteltechreport.com/marketing/hotel-crm>, свободный (дата обращения: 09.04.2022).
5. HotelTechReport [Электронный ресурс] // eInsight® CRM (Cendyn). Режим доступа: <https://hoteltechreport.com/marketing/hotel-crm/cendyn-einsight>, свободный (дата обращения: 09.04.2022).
6. HotelTechReport [Электронный ресурс] / Revinate (Marketing) – Режим доступа: <https://hoteltechreport.com/marketing/hotel-crm/revinate-marketing>, свободный (дата обращения: 09.04.2022).
7. Datumize [Электронный ресурс] // Databerg. Top hotel guest engagement strategies you need to know in 2020. Режим доступа: <https://blog.datumize.com/top-hotel-guest-engagement-strategies>, свободный (дата обращения: 11.04.2022).

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ УСЛУГ КЕЙТЕРИНГА СЛУЖБАМИ ПИТАНИЯ ПРИ ГОСТИНИЦАХ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКА)

А. О. Солнцева, Д. А. Матвеева*

Научный руководитель – канд. биол. наук, доцент И. В. Изосимова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. В статье рассмотрен вопрос развития кейтеринга в гостиничных предприятиях города Красноярск. Представлен анализ по следующим показателям: виды кейтеринга, объем предоставляемых услуг, спрос на услугу, формат обслуживания, ценовая политика, виды меню для кейтеринга.

Ключевые слова: кейтеринг; дополнительная услуга; виды кейтеринга; форматы обслуживания; спрос; гостиничное предприятие

Кейтеринг стремительно развивается в современном обществе. В настоящее время услугу оказывают рестораны, кафе и многие другие стационарные заведения общественного питания, а также компании, специализирующиеся на оказании услуг кейтеринга. С каждым годом все больше людей открывают для себя кейтеринг, поскольку это достаточно обширная услуга, круг возможностей которой очень широк. С помощью кейтеринга можно организовать как грандиозный официальный прием, так и небольшую частную вечеринку, барбекю на природе или детский праздник.

В гостиничных комплексах среди дополнительных услуг, предлагаемых гостям, услуги кейтеринга занимают важное место и приносят гостинице существенный доход, размер которого может составить до 10–15 % годовой выручки гостиницы [1–4].

Процесс организации кейтеринга на базе гостиничного комплекса имеет ряд преимуществ.

Во-первых, архитектурно-планировочное решение здания гостиничного комплекса, как правило, предполагает наличие multifunctional помещений, специально оборудованных для проведения различного рода мероприятий.

Во-вторых, служба кейтеринга, находясь в структуре гостиничного комплекса, где всегда предлагаются услуги питания, может содержать постоянный штат обслуживающего и производственного персонала.

В-третьих, гостиница располагает современной технической базой для организации кейтеринга (различного рода профессиональное оборудование, мебель и др.).

Целью нашего исследования являлось изучение организации и предоставления услуг кейтеринга в гостиницах города Красноярск.

Для достижения поставленной цели был изучен гостиничный рынок Красноярск с целью выявления гостиниц, которые предоставляют услуги кейтеринга.

На основании проведенного исследования определено, что услуги кейтеринга оказывают следующие гостиницы: гостиничный комплекс «Снежная сова», SPA Отель «Такмак»; АМАКС сити-отель «Красноярск»; гостиница «Сибирь» [5–8].

Анализ организации предоставления услуг осуществлялся по следующим показателям: виды кейтеринга; объем предоставляемых услуг; спрос на услугу; формат обслуживания; ценовая политика; виды меню для кейтеринга.

Основные виды кейтеринга в анализируемых гостиницах представлены в табл. 1.

* © Солнцева А. О., Матвеева Д. А., 2023

Виды кейтеринга

Признак	Гостиничный комплекс «Снежная сова»	SPA Отель «Такмак»	АМАКС сити-отель «Красноярск»	Гостиница «Сибирь»
Основные виды кейтеринга	Кейтеринг в помещении; социальный кейтеринг; розничный кейтеринг	Кейтеринг в помещении; кейтеринг вне помещения; социальный кейтеринг; розничный кейтеринг; VIP-кейтеринг; кейтеринг напитков и коктейлей	Кейтеринг в помещении; социальный кейтеринг; розничная продажа готовой кулинарной продукции	Кейтеринг в помещении; кейтеринг вне помещения; социальный кейтеринг; розничный кейтеринг; VIP-кейтеринг; кейтеринг напитков и коктейлей

Таким образом, данные табл. 1 свидетельствуют о том, что каждая гостиница предоставляет несколько видов кейтеринга. Наиболее распространенными являются: кейтеринг в помещении, социальный кейтеринг и розничный кейтеринг.

Наиболее широкий выбор видов кейтеринга оказывают SPA Отель «Такмак» и гостиница «Сибирь». Дополнительно в их услуги входит организация VIP-кейтеринга с привлечением высококвалифицированных поваров и официантов, а также кейтеринг напитков и коктейлей. АМАКС сити-отель «Красноярск» предлагает розничную продажу готовой кулинарной продукции в офисы или на дом.

Каждая гостиница включает в услугу кейтеринга следующие основные мероприятия: составление меню и расчет; сервировка, оформление и декор; обслуживание мероприятия; аренда посуды, текстиля, мебели. Помимо этого, SPA Отель «Такмак» предлагает услуги персонала (поваров или официантов на дому), транспортные услуги, аренду помещений для проведения мероприятий.

Анализ спроса на услуги кейтеринга связан с периодами года. Данные представлены на рис. 1.

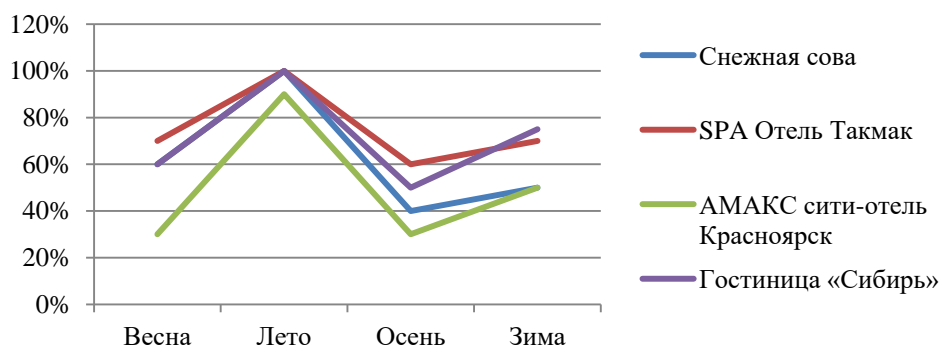


Рис. 1. Сезонный спрос на услуги кейтеринга

Анализ данных диаграммы показал, что в каждой гостинице наибольший спрос на услуги кейтеринга, как правило, отмечается в летнее время, когда появляется возможность отдохнуть на природе, увеличивается количество свадеб, а в учебных заведениях и детских садах начинаются выпускные. С наступлением осени и весны спрос на услуги кейтеринга снижается. В зимний же период, когда растет количество корпоративов и праздников, спрос снова увеличивается.

Формат организации мероприятия определяется целью мероприятия; количеством гостей, временем проведения мероприятия, местом проведения и бюджетом. Исходя из этого, гостиницы предлагают различные форматы обслуживания гостей. Предлагаемые гостиницами форматы представлены в табл. 2.

Таблица 2

Форматы обслуживания

Признак	Гостиничный комплекс «Снежная сова»	SPA Отель «Такмак»	АМАКС сити-отель «Красноярск»	Гостиница «Сибирь»
Формат обслуживания	Банкет (свадьба, день рождения, корпоратив); фуршет; кофе-брейк	Банкет (свадьба, день рождения, корпоратив, детские праздники); фуршет; кофе-брейк; коктейль-пати; пикники, барбекю на природе; тематические вечеринки	Банкет (свадьба, день рождения, корпоратив); фуршет; кофе-брейк	Банкет (свадьба, день рождения, корпоратив); фуршет; кофе-брейк

На основании данных табл. 2 можно сказать, что наибольшее разнообразие форматов обслуживания гостей при оказании услуги кейтеринга, предоставляет SPA Отель «Такмак». Дополнительно к основным форматам они занимаются организацией коктейль-пати, пикников, барбекю на природе и тематических вечеринок. Остальные средства размещения проводят традиционные мероприятия в формате банкетов, как правило, банкета с частичным обслуживанием официантами, банкета-фуршет и кофе-брейк [9].

Предлагаемое гостиницами максимальное количество гостей на фуршете и банкете представлено в табл. 3.

Таблица 3

Максимальное количество гостей на фуршете и банкете, организуемых в гостиницах

Гостиничный комплекс «Снежная сова»	SPA Отель «Такмак»	АМАКС сити-отель «Красноярск»	Гостиница «Сибирь»
Фуршет до 800 чел.; банкет до 500 чел.	Фуршет до 1000 чел.; банкет до 700 чел.	Фуршет до 800 чел.; банкет до 500 чел.	Фуршет до 1000 чел.; банкет до 800 чел.

В ходе работы был произведен анализ средней стоимости банкета с частичным обслуживанием официантами, банкет-фуршета и кофе-брейка в расчете на одну персону в каждой гостинице. Результаты представлены на рис. 2.

На основании данных диаграммы сделан вывод, что ценовой диапазон во всех гостиницах примерно одинаковый: стоимость банкетов на одну персону во всех средствах размещения составляет в среднем 2 000 руб. Стоимость фуршетов на одну персону самая минимальная в SPA Отель «Такмак», она составляет 800 руб., а наибольшая стоимость – 1 000 руб. в гостиницах «Снежная сова» и АМАКС сити-отель. Стоимость кофе-брейка варьируется от 90 руб. до 200 руб. на одну персону.

В ходе исследования в анализируемых гостиницах были рассмотрены предлагаемые виды меню для кейтеринга, данные о которых представлены в табл. 4. Самый широкий ассортимент видов меню представлен в гостиничном комплексе «Снежная со-

ва» – шесть видов. В других средствах размещения представлены только фуршетное и банкетное меню. В АМАКС сити-отель «Красноярск» услуги кейтеринга также оказываются по меню а-ля карт.

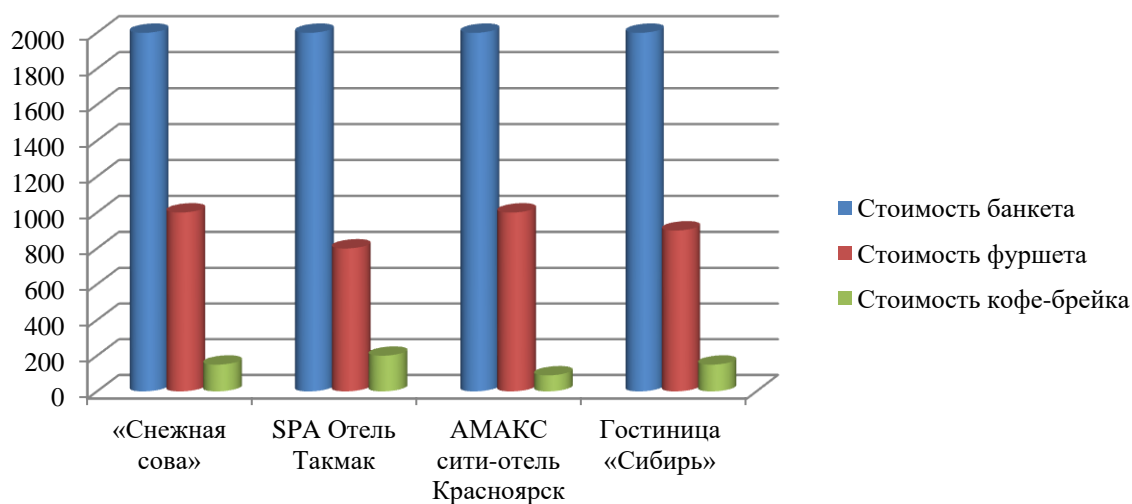


Рис. 2. Средняя стоимость мероприятий (в расчете на 1 персону)

Таблица 4

Виды меню

Признак	Гостиничный комплекс «Снежная сова»	SPA Отель «Такмак»	АМАКС сити-отель «Красноярск»	Гостиница «Сибирь»
Виды меню	Основное меню; фуршетное меню; детское меню; осеннее меню; бизнес-ланч; банкетное меню	Банкетное меню; фуршетное меню	Банкетное меню; меню а-ля карт	Банкетное меню; фуршетное меню

Таким образом несмотря на то, что рынок гостиничных услуг города Красноярска достаточно разнообразен, предоставление услуги кейтеринга в гостиницах широко не распространено. Среди изученных гостиниц услуги кейтеринга предоставляют четыре гостиницы: гостиничный комплекс «Снежная сова», SPA Отель «Такмак», АМАКС сити-отель «Красноярск» и Гостиница «Сибирь». В результате анализа мы пришли к выводу, что наиболее развито данное направление в загородном отеле SPA отель «Такмак».

Список литературы

1. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Индустрия туризма и гостеприимства в Красноярском крае: проблемы и направления развития // Экономика и предпринимательство. 2021. № 12 (137). С. 368–371.
2. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д. Региональные особенности формирования конкурентных преимуществ новых коллективных средств размещения на рынке гостиничных услуг // Экономика и предпринимательство. 2020. № 7 (120). С. 484–491.
3. Сергачева О. М., Батраев М. Д., Изосимова И. В. и др. Подходы к изучению конкурентоспособности гостиничных предприятий в регионах на основе сравнительно-

го анализа их конкурентных преимуществ // Экономика и предпринимательство. 2021. № 5 (118). С. 366–370.

4. Изосимова И. В., Сергачева О. М., Батраев М. Д., Тимофеева А. М. Современные инновационные технологии в индустрии гостеприимства // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы XXI Междунар. науч.-практ. конференции студентов, аспирантов, молодых ученых и практиков. Красноярск, 2021. С. 914–920. 9

5. Официальный сайт гостиницы «Снежная сова» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://snowyowlhotel.ru> (дата обращения: 06.02.2022).

6. Официальный сайт гостиницы «SPA Отель Такмак» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://takmakhotel.ru> (дата обращения: 06.02.2022).

7. Официальный сайт гостиницы «АМАКС сити-отель Красноярск» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://krasnoyarsk.amaks-hotels.ru/?> (дата обращения: 06.02.2022).

8. Официальный сайт гостиницы «АМАКС сити-отель Красноярск» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.siberiahotel.ru/about> (дата обращения: 06.02.2022).

9. Изосимова И. В., Сергачева О. М. Искусство обслуживания в ресторанных заведениях : учеб. пособие. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2021. 172 с.

УДК338.48

АРКТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Д. Д. Шитова*

Научный руководитель – канд. техн. наук, доцент Т. Н. Сафронова

Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Аннотация. Туристский рынок России сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в развитии экономики. В настоящее время наблюдается тенденция развития новых видов туризма. Особый интерес вызывает туризм в Арктике. Площадь арктических регионов России составляет 5 млн кв. км, на которых проживает 2 677 тыс. человек, в т. ч. 19 малочисленных народов, располагаются объекты их историко-культурного наследия, имеющие историческую и культурную ценность общемирового значения. Стратегия развития туризма в РФ до 2035 года предусматривает создание преференциальных режимов, направленных на комплексное развитие туристских территорий, включая развитие туристской, коммунальной и транспортной инфраструктуры, реконструкцию аэропортов и транспортных хабов, федеральных автомобильных дорог. В России с 30 июня 2022 г. начали действовать национальные стандарты «Арктический туризм», позволяющие повысить безопасность путешествий и качество туристических услуг в Арктической зоне России. Создание качественных и разнообразных арктических туристских продуктов может вывести туризм в Арктической зоне России на конкурентоспособный уровень.

Ключевые слова: арктический туризм; туристский рынок России; стратегия развития; арктические ГОСТы

* © Шитова Д. Д., 2023

В настоящее время туризм является мощной мировой индустрией, выступает своеобразным стимулятором социально-экономического развития. Рынок гостиничных услуг рассматривается как часть туристского рынка. Эти рынки являются стимулами развития друг друга.

Туристский рынок России сохраняет значительный потенциал для ускорения темпов роста и усиления роли в развитии экономики. По данным Комитета по туризму и Организации экономического сотрудничества и развития, в последние годы отрасль формирует 3,8 % валового внутреннего продукта страны и 0,7 % общей численности занятых, что значительно ниже, чем в ряде развитых стран мира [1]. Ключевыми конкурентными преимуществами развития туризма в Российской Федерации является наличие множества точек притяжения для внутренних и въездных туристов, имеющих в том числе общемировое значение для развития разнообразных видов туризма, ориентированных практически на любые группы потребителей [1].

В настоящее время наблюдается тенденция развития новых видов туризма. Особый интерес вызывает туризм в Арктике. Рост туристической отрасли увеличивает доходы экономики, однако нерегулируемый туризм имеет негативные последствия для природной зоны. Развитие инфраструктуры, увеличение загрязнения и вред экологии – все это наносит вред экосистемам Арктики. При этом устойчивый туризм ведет к сохранению природы и культуры.

Восемь государств имеют территории в Арктике и, таким образом, выполняют роль хранителей региона – Канада, Дания, Россия, Исландия, Норвегия, Швеция, Финляндия, США. В северных регионах арктических государств проживает более четырех миллионов человек, большую роль в развитии экономики и сохранении экологии Арктики играют организации, представляющие коренные народы арктических регионов, в том числе Российская ассоциация коренных малочисленных народов Севера.

Арктический туризм – временные путешествия людей в арктические районы Земли на срок менее одного года в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях, без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [2].

Площадь арктических регионов России составляет 5 млн кв. км., на которых проживает 2 677 тыс. человек, в том числе 19 малочисленных народов, располагаются объекты их историко-культурного наследия, имеющие историческую и культурную ценность общемирового значения. Арктическая зона России включает в себя территории восьми регионов страны – Архангельской и Мурманской областей, Ямало-Ненецкого, Ненецкого и Чукотского автономных округов, республик Коми и Саха (Якутия) и Красноярского края.

В Арктическую зону Красноярского края входят: муниципальное образование город Норильск, Таймырский Долгано-Ненецкий муниципальный район, муниципальное образование Туруханский район, сельское поселение «Поселок Суринда», сельское поселение «Поселок Тура», сельское поселение «Поселок Нидым», сельское поселение «Поселок Учами», сельское поселение «Поселок Тутончаны», сельское поселение «Поселок Ессей», сельское поселение «Поселок Чиринда», сельское поселение «Поселок Эконда», сельское поселение «Поселок Кислокан», сельское поселение «Поселок Юкта» Эвенкийского муниципального района [3].

Важную деятельность в изучении и популяризации Арктики играет Российское географическое общество. Направления деятельности: природоохранная и исследовательская деятельность; экспедиционная деятельность; издательская и информационная деятельность; просветительская и образовательная деятельность.

Для долгосрочного развития российской Арктики разработана утверждена «Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечение национальной безопасности на период до 2035 года» [4].

Целями Стратегии являются: поддержка социального развития, обеспечение доступности социальной инфраструктуры; поддержка и развитие бизнеса: государственная поддержка инвесторов, хозяйственной деятельности малочисленных народов; обеспечение сохранения культурного наследия, сохранения и развития языков малочисленных народов; развитие транспорта: морских портов, хабов, строительство ледоколов, автомобильных дорог; развитие природоохранных мероприятий: адаптация к изменениям климата, экологический мониторинг и др.

Общая динамика развития арктического туризма за 10 лет отражена рис. 1 и 2. Из представленных данных видно, что туристический поток за последние годы в Арктику вырос более чем в 1,6 раз (с 725 тыс. до 1172 тыс. человек в год). Объем платных услуг гостиничного рынка вырос в 1,3 раза. Доля иностранных граждан в Российской Арктике составила 5,8 % (68 тыс. чел.) в 2019 г., что может быть связано с общей неразвитостью туристической инфраструктуры Арктики, а также с дополнительными ограничениями на въезд в РФ.

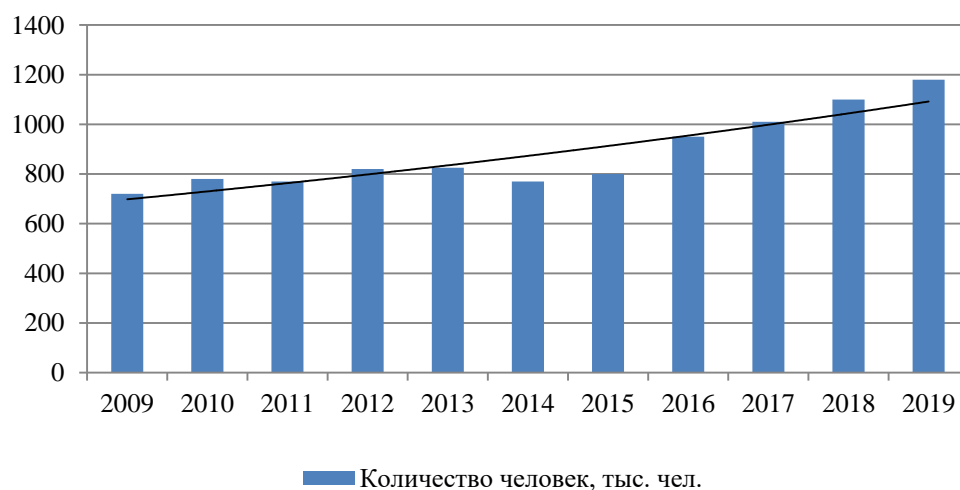


Рис. 1. Количество человек, посетивших Арктику в РФ, тыс. чел.



Рис. 2. Объем платных услуг гостиничного сектора, млн долл.

Несмотря на общий рост количества туристов в арктических регионах РФ, Арктика занимает последнее место по посещению туристами среди всех регионов России, однако имеет большой потенциал для увеличения туристических потоков при развитии требуемой инфраструктуры.

Стимулировать развитие туризма в арктических регионах должно создание инфраструктуры современного уровня, строительство и реконструкция гостиничного фонда, регулирование в сфере транспорта, создание досуговых центров, организация кемпингов и предприятий кейтеринга, открытие сувенирных лавок и объектов социальной и специальной туристской инфраструктуры, туристско-информационных центров в различных городах, внедрение интерактивной экспозиции в музеях [5]. Для приема туристских круизных судов требуется реконструкция морских и речных портов Арктики, а также транспортное обеспечение круизного туризма в городах стоянок судов.

Стратегия развития туризма в РФ до 2035 года предусматривает создание преференциальных режимов, направленных на комплексное развитие туристских территорий, включая развитие туристской, коммунальной и транспортной инфраструктуры, реконструкцию аэропортов и транспортных хабов, федеральных автомобильных дорог [1]. Развитие туристской индустрии направлено на формирование туристского продукта с учетом природного, культурного, этнического разнообразия регионов России. К перспективным направлениям развития круизного туризма в России Стратегией отнесено развитие экспедиционного туризма в Арктической зоне [1].

В России с 30 июня 2022 г. начала действовать серия национальных стандартов «Арктический туризм», которые позволят повысить безопасность путешествий и качество туристических услуг в Арктической зоне России. Серия стандартов состоит из шести частей [6]: «Туристские и экскурсионные услуги в Арктической зоне Российской Федерации. Основные положения»; «Требования по обеспечению безопасности туристов в Арктической зоне Российской Федерации»; «Безопасность активных видов туризма в Арктической зоне Российской Федерации. Общие положения»; «Требования к туристской инфраструктуре в Арктической зоне Российской Федерации»; «Информационные знаки системы навигации в сфере туризма в Арктической зоне Российской Федерации. Общие требования»; «Предотвращение конфликтных ситуаций между туристами и белым медведем. Требования».

В стандартах с учетом сложных климатических и природных особенностей прописываются рекомендации к организации экскурсионных программ и туристических маршрутов в Арктике, требования к квалификации работающего с туристами персонала, к туристической инфраструктуре, транспорту, снаряжению; закреплены положения, регламентирующие организацию коммуникаций во время путешествия, в том числе со спасателями и местными жителями; к единому стандарту приводится система навигации для туристов в Арктике [6].

В соответствии со ГОСТами туристская инфраструктура в Арктической зоне России должна включать в себя: жилой блок; научно-технический блок; узел связи; систему водоподготовки и водоснабжения; блок питания (столовая, кухня для приготовления пищи, склад хранения продуктов); медицинский блок; банно-прачечный блок; блок основного и резервного автономного энергообеспечения (дизельная или иная основная и резервная электростанция) с базой хранения топливных ресурсов, территорию и гараж для хранения автотранспортной техники; блок очистки сточных вод и утилизации отходов; складской блок, дополнительно может включать в свой состав: аэродром с взлетно-посадочной полосой (вертодром) и дополнительной инфраструктурой; подъездные автомобильные и железные дороги; инфраструктуру для водного транспорта; дополнительные инфраструктурные объекты для комфортного и безопасного пребывания персонала и туристов на объектах [6].

Для бесперебойной работы в условиях инфраструктурно-климатических ограничений туристская инфраструктура должна:

- противостоять длительным, в отдельных случаях круглогодичным, крайне низким отрицательным температурам, динамическим нагрузкам, ветрам высокой интенсивности и продолжительности, иным неблагоприятным погодно-климатическим факторам;

- иметь высокий класс энергетической эффективности и возможность защиты от нападения хищных животных;

- обладать достаточными резервными запасами расходуемых ресурсов при невозможности их своевременного возобновления и высокой ремонтпригодностью в кратчайшие сроки;

- обеспечивать безопасное и комфортное пребывание туристов и персонала при длительных неблагоприятных погодно-климатических условиях [6].

Создание качественных и разнообразных арктических туристских продуктов – одна из основных задач, решение которых может вывести туризм в Арктической зоне России на конкурентоспособный уровень и сделать его инструментом устойчивого социально-экономического развития арктических регионов [7].

Необходима разработка и внедрение большего числа туристских маршрутов, отличающихся разнообразием, сложностью прохождения, характером достопримечательностей. Полезно использовать зарубежный опыт вовлечения туристов в традиционную деятельность – рыбалку, езду на собаках, оленях, создание традиционных предметов декоративно-прикладного искусства, проживание в семьях коренных малочисленных народов Севера, участие в их быте, приготовлении национальных блюд, установке чумов [5], что уже начинает развиваться в российской Арктике.

Индустрия туризма может стать важной и устойчивой составляющей социально-экономического развития всех регионов Арктической зоны Российской Федерации и позволит заложить основы и современные тренды развития арктического туризма. Туристов со всего мира привлекает природа Арктики, которая дает возможность своими глазами увидеть удивительный и загадочный мир, познакомиться с самобытной культурой коренных малочисленных народов Севера, их бытом и традициями.

Список литературы

1. Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648> (дата обращения: 16.09.2022).

2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : Федеральный закон РФ от 24.11.1996 № 132-ФЗ (с изм. и доп.) // Российская газета. 1996. 24 ноября.

3. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации» : Постановление Правительства РФ от 30.03.2021 № 484 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/400534977> (дата обращения: 16.09.2022).

4. Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/566091182> (дата обращения: 26.09.2022).

5. О Концепции развития туризма в Республике Саха (Якутия) на 2020–2024 годы : распоряжение Правительства Республики Саха (Якутия) от 28.04.2020 № 401-р [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View> (дата обращения: 28.09.2022).

6. ГОСТ Р 59850–2021. Арктический туризм: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29.11.2021 № 1634-ст. Режим доступа: https://allgosts.ru/03/200/gost_r_59850.3-2021 (дата обращения: 24.10.2019).

7. Модели развития малого и среднего предпринимательства в условиях Арктики: Всероссийская (с международным участием) молодежная научно-практическая конференция (23– 25 октября 2019 года) : сб. статей / отв. ред. А. П. Шихвердиев. Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2019. 316 с.