

# Научные записки ОрелГИЭТ

**№1 (33)**

**2020 г.**

Издается с мая 2010 г. Выходит 4 раза в год.

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу  
«Пресса России» (индекс E13171)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

**Свидетельство о регистрации:**  
ПИ № ФС77-67658 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель:** ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет  
экономики и торговли»  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**Издатель:** ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет  
экономики и торговли»  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**При перепечатке ссылка на издание обязательна**

**Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)**

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ»:  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12  
Телефон: (4862) 255037, e-mail: almanah-ogiet@mail.ru

© ОрелГУЭТ, 2020

Подписано в печать 26.03.2020 г. Дата выхода в свет 09.04.2020 г.  
Заказ №4. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Усл. печ. л. 6,0. Тираж 1000 экз.  
Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета  
на полиграфической базе ОрелГУЭТ  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**Главный редактор:**

**Воронкова И.Е.** доктор исторических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Редакционный совет:**

**Алдошина М.И.** доктор педагогических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

**Дзуржинский К.** PhD  
Ягеллонский университет в Кракове, Польша

**Дли М.И.** доктор технических наук, профессор  
Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»  
в г. Смоленске

**Завиц М.** PhD, doc. PaedDr. ThDr.  
Университет Коменского в Братиславе, Словакия

**Зубцов Ю.Н.** доктор медицинских наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Лисичкин В.Г.** доктор технических наук, доцент  
ФГКВБОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

**Лозенко В.К.** доктор технических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

**Паршутина И.Г.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт университет и торговли»

**Рисин И.Е.** доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ  
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

**Шманев С.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**Чечкин А.В.** доктор физико-математических наук, профессор  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**Ответственный редактор:**

**Жучков А.А.** кандидат технических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Литературный редактор:**

**Зайцева Н.Н.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Переводчик:**

**Лепешкина Г.Г.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

---

# СОДЕРЖАНИЕ

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

- Бардовский В.П., Звягинцева Ю.А.**  
Разработка модели инновационного развития компании 4
- Пьянова Н.В., Алекса Е. А., Попова А.И., Блинчикова Д.А**  
Современные технологии развития рынка товаров и услуг компании X5 Retail Group 9
- Семенова М.А.**  
Особенности командной работы при проектной деятельности организации 16

## ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

- Скворцова Н.А., Ченцова К.Г.**  
Развитие системы электронной коммерции торговых компаний 20
- Лиленко А.Т.**  
К вопросу о государственной поддержке предпринимательства 25

## ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ

- Вохмина Е.Е., Летяго Ю.А.**  
Использование шафрана и семян льна в хлебобулочных изделиях 31
- Баянова Д.С.**  
Применение розмарина в хлебобулочных изделиях 35
- Петрова Я.С.**  
Влияние порошка спирулины на показатели качества пирожного макарон 39

## ОБЩАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИКА

- Должикова Х.В., Зубарева Т.В., Должиков А.Г.**  
Здоровьесберегающие поведение в системе высшего образования 42

- УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ** 46

УДК 658.5:001.895

Бардовский В.П., Звягинцева Ю.А.

## РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Bardovsky V.P., Zvyagintseva Yu.A.

## WORKING OUT OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT MODEL OF THE COMPANY

**Бардовский Виктор Петрович;** кандидат экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;  
e-mail: bardovskijv@bk.ru

**Bardovsky Victor Petrovich;** candidate of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;  
e-mail: bardovskijv@bk.ru

**Звягинцева Юлия Александровна;** кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;  
e-mail: yguliazv@yandex.ru

**Zvyagintseva Yulia Alexandrovna;** candidate of economics sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;  
e-mail: yguliazv@yandex.ru

Анализируя сложившуюся практику инновационной деятельности отечественных промышленных компаний, можно утверждать, что многие из них не осуществляют осознанную и обоснованную инновационную политику, не разрабатывают инновационные стратегии для развития своего бизнеса, предпочитая наиболее простой путь заимствования. В статье на примере ОАО «Калужский турбинный завод» рассматриваются принципы разработки модели инновационного развития промышленной компании.

Analyzing innovative activity of domestic industrial companies, it is possible to assert that many of them do not carry out conscious and substantiated innovative policy and do not develop innovative strategy for business development preferring the most simple way of borrowing. In the article the principles of working out of innovative development model of the industrial company are considered on the example of JSC "Kaluga Turbine Plant".

*Ключевые слова:* инновационное развитие компании.

*Keywords:* innovative development of the company.

Важной задачей стратегического управления компанией является разработка модели инновационного развития. Принципы разработки модели инновационного развития компании рассмотрим на примере ОАО «Калужский турбинный завод». ОАО «Калужский турбинный завод» является крупнейшим в России и на территории СНГ предприятием по разработке и производству паровых турбин и блочных турбогенераторов для энергетических объектов различных отраслей промышленности в диапазоне мощностей от 0,5 до 80 МВт. Выпущенные компанией паровые турбины работают в 43 странах мира. В таблице 1 представлена доля продукции ОАО «Калужский турбинный завод» на рынке России.

Таблица 1 – Доля продукции ОАО «Калужский турбинный завод» на рынке России в 2018 г. [4]

Наименование продукции	Доля на рынке (в %)
Турбины паровые мощностью до 15 МВт	85
Турбины паровые мощностью от 15 до 30 МВт	65
Турбины паровые мощностью от 30 до 80 МВт	5
Турбогенераторы мощностью до 8 МВт	85
Насосы нефтяные типа ПН 150-50	100
Насосы самовсасывающие типа ЦНС 150-50	100

В настоящее время ОАО «Калужский турбинный завод» освоено производство более 100 типов паровых турбин и блочных турбогенераторов. Используя широкую номенклатурную линейку, ОАО «Калужский турбинный завод» в состоянии поставить продукцию, удовле-

творяющую практически любым требованиям заказчиков.

Неблагоприятным моментом является то, что в 2016 - 2018 гг. происходит снижение основных показателей финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Калужский турбинный завод». Выручка снизилась с 11349055 тыс. руб. в 2016 г. до 5438801 тыс. руб. в 2018 г.; валовая прибыль в 2016 г. составляла 1544555 тыс. руб., в 2017 г. – 1187969 тыс. руб. В 2018 г. ее значение было отрицательным – 1497776 руб. В 2016 г. ОАО «Калужский турбинный завод» имело чистую прибыль в размере 953795 тыс. руб., в 2017 г. – 781791 тыс. руб. В 2017 г. компания имела отрицательный финансовый результат в размере 1657219 тыс. руб. В таблице 2 приведена динамика чистых активов, коэффициента автономии и коэффициента текущей ликвидности. За эти годы происходило снижение чистых активов с 11002291 тыс. руб. в 2012 г. до 40195578 тыс. руб. в 2018 г. Коэффициент автономии был ниже нормативного значения (0,5 и более единиц). Коэффициент текущей ликвидности при норме 1,5-2 и более единиц в 2014 - 2018 гг. превышал это значение.

Таблица 2 – Финансовые показатели ОАО «Калужский турбинный завод» в 2012 - 2018 гг. [4]

№ п/п	Финансовый показатель	Годы (на 31 декабря)						
		2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
1	Чистые активы (тыс. руб.)	4019578	4437609	5192852	6834091	9234229	10194771	11002291
2	Коэффициент автономии (норма: 0,5 и более)	0.32	0.28	0.23	0.2	0.18	0.29	0.38
3	Коэффициент текущей ликвидности (норма: 1,5-2 и выше)	1.7	1.7	2.5	2.8	4.4	1.3	1.4

В таблице 3 приведены показатели рентабельности ОАО «Калужский турбинный завод» в 2012 - 2018 гг. С 2012 г. по 2015 г. прибыль до вычета процентов и налогов (ЕБИТ) увеличивалась с 545823 тыс. руб. до 3048349 тыс. руб. С 2016 г. по 2017 г. происходит снижение прибыли до вычета процентов и налогов с 1034896 тыс. руб. до 927172 тыс. руб. В 2018 г. этот показатель имел отрицательное значение в размере 1655737 тыс. руб. С 2016 г по 2018 г. происходит снижение рентабельности от продаж.

Таблица 3 – Рентабельность ОАО «Калужский турбинный завод» в 2012 - 2018 гг. [4]

№ п/п	Финансовый показатель	Годы						
		2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
1	Прибыль до вычета процентов и налогов (ЕБИТ)	(1655737)	927172	1034896	3048349	1988898	907613	545823
2	Рентабельность продаж (прибыли от продаж в каждом рубле выручки)	-9.5%	10.1%	10.5%	10.7%	6.7%	9.8%	9.4%
3	Рентабельность собственного капитала (ROE)	-16%	7%	10%	30%	27%	16%	10%
4	Рентабельность активов (ROA)	-4.9%	1.9%	2.1%	5.7%	5.9%	5.1%	3.8%

Кредиторская задолженность ОАО «Калужский турбинный завод» по итогам 2018 г. составила 18,6 млрд руб., а дебиторская задолженность - 18,3 млрд руб. Снижение кредиторской и дебиторской задолженности произошло в основном за счет уменьшения полученных

авансов и уменьшения отложенной дебиторской задолженности по выполненным этапам по долгосрочным контрактам в связи с отгрузкой продукции. В 2018 году компания приняла ряд решений по расширению портфеля заказов для различных отраслей промышленности, а именно: по возобновлению и модернизации производства редукторов, освоению производства турбодетандеров, а также по модернизации находящихся в эксплуатации паровых турбин.

В 2018 году в компании также был успешно проведен первый инспекционный аудит системы менеджмента качества на соответствие международным требованиям МС ИСО 9001:2015 и российским стандартам ГОСТ Р ИСО 9001-2015, СРПП ВТ и дополнительных требований (ГОСТ РВ 0015-002-2012) представителями ООО «Русский Регистр – Балтийская инспекция». Подтверждены сертификаты соответствия системы менеджмента качества ОАО «Калужский турбинный завод» требованиям данных стандартов. Всего за 2016 - 2018 гг. на модернизацию производства и повышение его эффективности направлено более 970 миллионов рублей. В 2018 году были введены в эксплуатацию горизонтальные токарные металлообрабатывающие центры с ЧПУ Puma 5100LYA (3шт.) PUMA 3100 (1шт.) и горизонтальный расточно-фрезерный станок модели Speedram 1000. ОАО «Калужский турбинный завод» прогнозирует рост показателей контрактации турбинной продукции и поступлений с 2020 года. Причиной спада этих показателей в предыдущие годы была нестабильная ситуация в экономике, следствием чего являлся дефицит средств у заказчиков для оформления заказов нового оборудования и финансирования действующих договоров.

Перспективы развития компании возможны при условии, если его деятельность, помимо успешной реализации типовой продукции, будет направлена на расширение номенклатуры и модернизацию выпускаемой продукции за счет инноваций. При этом существуют высокие риски ужесточения конкурентной борьбы, роста себестоимости собственного производства, появления на рынке нового энергетического оборудования, способного конкурировать по экономическим и техническим параметрам с оборудованием, выпускаемым компанией, а также повышения цен на материалы и сырье, используемое для производства энергетического оборудования.

Общая цель инновационной политики ОАО «Калужский турбинный завод» состоит в совершенствовании технологических процессов производства продукции, обеспечении конкурентоспособности продуктового ряда и обеспечении правовой охраны научно-технических разработок в качестве объектов промышленной собственности (изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, секретов производства (ноу-хау), товарных знаков и объектов авторских прав).

Основными направлениями ОАО «Калужский турбинный завод» в области научно-технического развития являются:

- создание новой и усовершенствованной продукции по бизнес-направлениям компании;
- создание новых или усовершенствованных технологий для производств компании;
- создание средств и способов по совершенствованию охраны труда, техники безопасности и экологии;
- разработка методических материалов, являющихся научно-технической базой для последующей разработки новых продуктов, технологий и оборудования;
- мониторинг появления новых технических решений по ключевым направлениям бизнеса.

Задача, которую ставит руководство предприятия для реализации стратегии инновационного развития, – обеспечить своевременную подготовку производства и техническое сопровождение поставок оборудования для атомной и нефтехимической отраслей в целях наиболее полного удовлетворения запросов потребителей на основе высокой культуры производства и продуктовой стратегии.

Рассмотрим, как реализуется инновационная стратегия «Калужский турбинный завод» на основе данных, полученных в ходе исследования деятельности компании [3, 5].

Первый этап. Определяются общие стратегические установки компании. Руководством компании определена миссия и цели инновационного развития. Миссия компании – развитие

новых перспективных продуктов и направлений, внедрение инноваций; повышение конкурентоспособности продукции на внутреннем и мировом рынке. Цели компании: максимизировать стоимость бизнеса для акционеров; оптимизировать инвестиционную программу и оборотный капитал; внедрить новые производственные системы; повышать операционную активность и сокращать постоянные расходы. Руководством компании выбрана защитная инновационная стратегия, что предполагает удержание уже достигнутых позиций за счет реализации инновационных разработок. Инновационные разработки должны способствовать сокращению затрат и добавлению новых потребительски значимых свойств к уже выпускающимся видам продукции.

Второй этап. Определение приоритетных направлений инновационного развития компании. Определение приоритетных направлений происходит с учетом анализа внутренней и внешней среды. ОАО «Калужский турбинный завод» планирует развивать инновационную деятельность в части освоения новых сегментов рынка, передовых технологий и форм работы; новых контактов и предложений, поиска новых областей деятельности, новых форм взаимодействия с клиентами; восприятия новых идей и предложений.

Выбранные направления инновационной стратегии предполагают реализацию как продуктовых, так и процессных инноваций. Продуктовые инновации будут реализовываться в первую очередь за счет собственных НИОКР. Процессные инновации в виде целенаправленного комплекса мер должны способствовать повышению эффективности производства.

Третий этап. Реализация стратегии. Данный этап включает в себя формирование портфеля проектов, разработку планов и мероприятий по инновационному развитию, проведение соответствующих структурных изменений. Освоение продуктовых и процессных инноваций на предприятии идет параллельно. Основу портфеля возможных продуктовых инноваций составляют собственные НИОКР.

Четвертый этап. Оценка стратегии и контроль результатов. С точки зрения коммерческого эффекта следует отметить, что реализация продуктовых инноваций позволит сэкономить предприятию за счет снижения себестоимости продукции и продать данный вид продукции по наиболее выгодной для предприятия цене. Научно-технический эффект от реализации проектов заключается в повышении конкурентоспособности выпускаемой продукции, что, в свою очередь, несет потенциальный экономический эффект. Это может выражаться в появлении новых заказчиков и, как следствие, загрузке производственных мощностей. Наиболее полную оценку экономического эффекта от реализуемого инновационного проекта можно будет дать по окончании его внедрения. С целью создания благоприятных условий для реализации продуктовых инноваций руководством ОАО «Калужский турбинный завод» предпринимаются шаги по совершенствованию методов организации производства. В данном случае можно говорить о реализации процессных инноваций на предприятии.

Анализ инновационного развития ОАО «Калужский турбинный завод» дает основания считать, что компания по реакции на внешнюю и внутреннюю среду придерживается стратегии следования за лидером (оборонительная). Предприятия, использующие стратегию лидерства, выводят на рынок совершенно новый продукт, услугу. Данные предприятия проводят мероприятия по расширению рыночного спроса, осуществляют наиболее глобальные научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР). Выбрав стратегию «следования за лидером», предприятие сначала ждет вывода продукции конкурента, затем начинает производить и реализовать её аналог (иногда даже не точно такой же продукт, а значительно улучшенный). Данная стратегия позволяет избежать маркетинговых просчетов, что влечет меньше рисков, нежели стратегия лидерства. Технологическим лидером рынка паровых турбин, паротурбинных установок, является компания SIEMENS (Германия).

Стратегия инновационного развития ОАО «Калужский турбинный завод» представляет собой защитную (оборонительную) стратегию. Такую стратегию применяют предприятия, обычно имеющие очень сильные дополнительные активы, такие как маркетинг, производство, каналы сбыта и репутация. Предприятие, применяющее оборонительную стратегию, выпускает продукт, не являющийся имитацией версии первопроходца, а скорее, занимается дифференцированным продуктом часто с лучшими функциями и более низкой стоимостью. Оно, по

сути, догоняет пионера, таким образом, не относится к первым, кто внедряет инновацию. В отличие от наступательных стратегий, направленных на усиление рыночной конкуренции, защитная стратегия состоит в удерживании того, что есть, и использовании своих конкурентных преимуществ. К преимуществам защитной стратегии относятся:

- широкий выбор вариантов и альтернатив внедрения инноваций;
- гибкость и адаптивность;
- возможность этой стратегии как крупными, так и средними по масштабам предприятиями;
- относительно низкая степень инновационного риска.

Недостатки защитной стратегии заключаются в невозможности занятия более высоких позиций на рынке, в догоняющем характере развития.

Таким образом, чтобы обеспечить переход к приносящим экономический эффект инновациям, компании необходимо придерживаться определенной модели инновационного развития.

Список источников:

1. Бабкин А.В., Чистякова О.В., Блаженкова Н.М., Петрова А.Д. Влияние инновационных факторов на развитие предпринимательства // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2018. – Т. 8. – №4 (29). – С. 27-38.
2. Балихина Н.В., Косов М. Е. Развитие инвестиционно-инновационных процессов в российской экономике. Финансовый аспект: монография. – М.: Юнити-Дана: Закон и право, 2015. – 231 с.
3. Инновационная деятельность в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.csrs.ru/archive/stat\\_2017\\_inno/innovation\\_2018.pdf](http://www.csrs.ru/archive/stat_2017_inno/innovation_2018.pdf) (дата обращения: 11.02.2020).
3. Леонова М.В., Шинкевич А.И. Диффузия инноваций: модели и технологии управления: монография. – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2014. – 163 с.
4. ОАО «Калужский турбинный завод»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.audit-it.ru/buh\\_otchet/4026007424\\_oao-kaluzhskiy-turbinnyy-zavod](https://www.audit-it.ru/buh_otchet/4026007424_oao-kaluzhskiy-turbinnyy-zavod) (дата обращения: 12.02.2020).
5. ОАО «Калужский турбинный завод»: миссия, видение, ценности [Электронный ресурс]. – URL: <http://oaoktz.ru/company/strategy/> (дата обращения: 12.02.2020).
6. Сибиряев А.С. Инструменты инновационной политики частного сектора экономики // Вестник НГИЭИ. – 2019. – №4 (95). – С. 58-65.

**Пьянова Н.В., Алекса Е. А., Попова А.И., Блинчикова Д.А**

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА  
ТОВАРОВ И УСЛУГ КОМПАНИИ X5 RETAIL GROUP**

**Ryanova N.V., Aleksa E.A., Popova A.I., Blinchikova D.A.**

**MODERN DEVELOPMENT TECHNOLOGIES OF GOODS  
AND SERVICES MARKET OF X5 RETAIL GROUP**

*Пьянова Наталия Викторовна; кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95;  
e-mail: rus.bagira@mail.ru*

*Алекса Елизавета Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95;  
e-mail: elizaveta.aleksa@mail.ru*

*Попова Анна Ивановна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95;  
e-mail: annaenot05@gmail.com*

*Блинчикова Дарья Алексеевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95;  
e-mail: elizaveta.aleksa@mail.ru*

*В современных условиях нестабильной внешней среды предприятия вынуждено видоизменять целевые установки, в частности, ключевой становится установка на поддержание устойчивости развития. Сложившаяся ситуация исследуется в статье на примере X5 Retail Group, которая является второй по объемам продаж отечественной розничной сетью. Торговые сети, организовывая новую пирамиду ведения бизнеса, находят новые способы коммуникации с покупателями, берут на вооружение новые разработки и внедряют их в свой бизнес, расширяя его и выстраивая новые бизнес-модели. Они предлагают покупателям полезные сервисы и интересный опыт, тем самым привлекают покупателей и завоевывают их лояльность. На основе анализа результатов деятельности торговых сетей, входящих в состав компании («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель», а также «Перекресток-Экспресс»), определены современные технологии развития рынка товаров и услуг.*

*Ключевые слова: торговые сети, рынок товаров, бизнес-модели, ретейл, X5 Retail Group, динамичность, инновационные технологии, логистика.*

*Ryanova Natalia Victorovna; candidate of economics sciences, associated professor; Orel State University named after I.S. Turgenyev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation;  
e-mail: rus.bagira@mail.ru*

*Aleksa Elizaveta Aleksandrovna; Orel State University named after I.S. Turgenyev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation;  
e-mail: elizaveta.aleksa@mail.ru*

*Popova Anna Ivanovna; Orel State University named after I.S. Turgenyev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation;  
e-mail: annaenot05@gmail.com*

*Blinchikova Daria Alekseevna; Orel State University named after I.S. Turgenyev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation;  
e-mail: elizaveta.aleksa@mail.ru*

*In today's unstable environment, the company has to change its target settings. In particular, the key setting is to maintain the development sustainability. The current situation is investigated in the article on the example of X5 Retail Group, which is the second largest domestic retail chain by sales. Trading network organized in a new business pyramid find the new ways of communication with the customers, apply new projects and implement them in their business expanding it and building new business models. They offer customers useful services and interesting experience, thereby attracting the customers and winning their loyalty.*

*In the article modern technologies for the development of the market of goods and services are defined based on the analysis of the results of trading networks of the companies: Pyaterochka, Perekrstok, Karusel, and Perekrstok Express.*

*Keywords: retail networks, product market, business models, retail, X5 Retail Group, dynamism, innovative technologies, logistics.*

Разработка и реализация современных научных технологий необходима для развития рынка товаров и услуг, так как от передовых технологий и их эффективной разработки и внедрения зависит функционирование государства, а следовательно, укрепление позиций страны на международной арене. С помощью инноваций рынок растёт невероятными темпами и при грамотном взаимодействии интегратора передовых технологий, осуществляющего научный задел для инновационной технологии или продукта, предприятий реального сектора, осуществляющих внедрение новшества, происходит совершенствование всех систем перехода на

инновационный путь развития и значительной доли инновационных товаров и услуг в ВВП.

Современные технологии развития рынка товаров и услуг нацелены на повышение продаж, совершенствование базовых показателей, формирование новых площадок и рост производительности любого бизнеса. Без современных инновационных технологий невозможно решить задачи по дальнейшему развитию рынка товаров и услуг, оптимизации бизнеса и предлагать на рынке товаров и услуг доступные и качественные товары покупателям в непростой экономической ситуации [3, с. 98].

В нынешнее время создаются условия для активизации вертикальной интеграции и преобразования торговых систем в торгово-промышленные системы, в которых ведущую роль будет играть торговый бизнес. Данная деятельность в РФ за последние годы – лидирующая область согласно занятости населения, в которой задействованы больше 12 млн жителей РФ, или наиболее 18% экономически активных граждан. В едином объеме торговли доля значительных торговых сетей является ориентировочно 30%, а в Европе – свыше 90% торговли занимают крупные торговые сети.

Сети магазинов, встраиваясь в новую пирамиду ведения бизнеса, находят иные способы коммуникации с покупателями, берут на вооружение новые разработки и внедряют их в свой бизнес, расширяя его и создавая новые бизнес-модели. Они предлагают покупателям полезные сервисы и интересный опыт, тем самым привлекают клиентов и завоевывают их лояльность [1, с. 143-150]. Продолжая такой путь развития, они расширяют свои сети, выходя в новые регионы и открывая там магазины, поглощая открытые там ранее небольшие магазины. Таким образом, компания X5 Retail Group за два года открыла свыше 5000 продуктовых торговых центров и миниуниверсамов. Подобное форсирование роста новых магазинов способствовало к окончанию 2018 года организации свыше 13500 магазинов. X5 Retail Group – лидирующая в РФ продовольственная организация по размерам продаж. Более того, это ведущая фирма нынешней розничной торговли формирует, развивает и распоряжается портфелем брендов сетевых торговых центров разных форматов: магазины у дома под брендом «Пятерочка», супермаркеты «Перекресток», гипермаркеты «Карусель», также магазины «Экспресс-Ретейл» под разными брендами.

Следует выделить, что всего под управлением сформировано 16 297 магазинов с лидирующими позициями в Москве и Санкт-Петербурге и значительным фигурированием в европейской части страны. X5 продолжает развиваться за счет слияний и поглощений других торговых сетей России. Сейчас X5 зафиксирована в рейтинге самых динамично развивающихся розничных продавцов мира от компании Deloitte. X5 Retail Group заняла 11-е место с 23,4-процентным ростом выручки за последние пять лет. Основные задачи компании: следование мультимедийной операционной модели, которая позволяет комбинировать большой масштаб компании и гибкость в управлении; управление ценностным предложением, адаптированным к текущим потребностям; расширение торговых площадок; поддержание высокой эффективности операций и инвестиций за счет достижения лучших показателей; разработка инновационных решений, использование новейших технологий и сильной корпоративной культуры [8, с. 173-175].

Российская биржа продуктовой розничной торговли считается восьмой по величине в мире. Часть шести основных участников в 2018 г. составила 27,6%. Из их числа X5 Retail Group является крупнейшим розничным ритейлером с долей примерно 10,7% (рисунок 1).

X5 Retail Group – это ведущая компания, которая задает тон развитию ретейла. Здесь возможно реализовать себя, принять участие в серьезных проектах, воплотить задумки в масштабах всей страны и увидеть итоги собственной деятельности. X5 Retail Group стремительно вводит инновации и автоматизирует процессы фактически во всех структурах: от финансов и логистики вплоть до непосредственного сервиса магазинов.

Фактически компания работает в четырех форматах торговли: дискаунтеры, супермаркеты, гипермаркеты и магазины шаговой доступности. Это самые популярные на сегодняшний день форматы розничной торговли. Комплексно они составили в 2015 году около 28% всего рынка российского ритейла. Более динамично в сети X5 развивается формат дискаунтеров

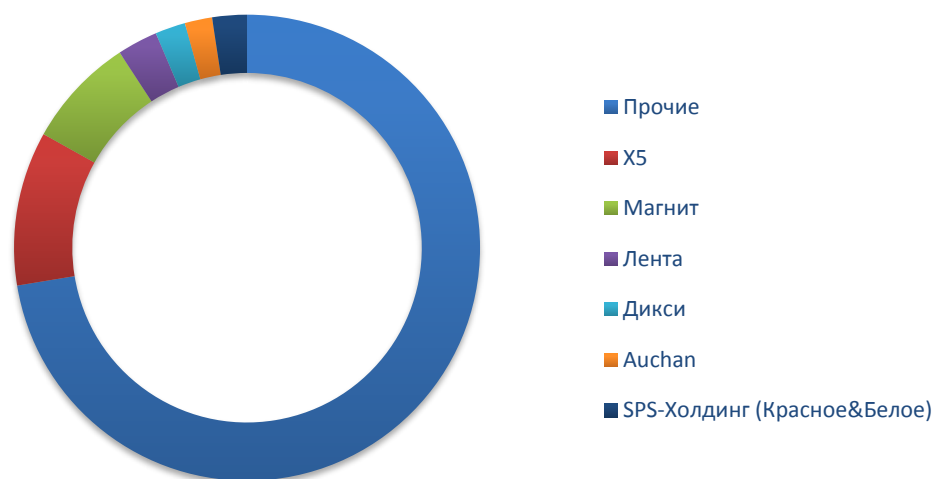


Рисунок 1 – Доля ведущих продуктовых ритейлеров в России в 2018 году

(«Пятерочка»), поскольку данный канал является преимущественно перспективным. Это связано с тем, что доходы жителей увеличиваются медленнее, нежели растет стоимость продовольствия, и потребители стараются приобретать товар с минимальной наценкой.

Одна из главных особенностей X5 Retail Group – это динамичность. Вопреки масштабам бизнеса все изменения в компании происходят очень быстро. Отчасти это требование самой области ретейла, которая требует стремительной реакции на модификацию рынка и действия конкурентов. Работать в такой среде интересно, и в ней кроются большие возможности для развития. X5 Retail Group следит за новыми трендами и методологиями, так что сотрудники компании могут принять непосредственное участие во внедрении решений. Также по причине того, что под управлением X5 Retail Group находится несколько торговых сетей, имеющих различную форму позиционирования на рынке, то компания имеет возможность более гибкой подстройки к разным категориям клиентов.

Конкурентные преимущества крупных розничных сетей [1]:

- возможность закупки больших партий продукции и получения максимально выгодных условий от поставщика;
- ориентация на вкусы потребителя и быстрая замена ассортимента товаров;
- централизация и высокий уровень организации фирмы за счет привлечения квалифицированных специалистов;
- снижение затрат на единицу товара за счет экономии на издержках по стимулированию сбыта, на закупке рекламы;
- акцент на потребительские предпочтения содействует эффективному осуществлению конкурентной борьбы.

Макроэкономическая ситуация последних лет, а также ряд преимуществ, присущих крупным сетям, оказали прямое или косвенное воздействие на сферы розничной и традиционной торговли и привели к снижению их рентабельности и частичного выхода малых и средних предприятий данной отрасли с рынка.

Тем не менее, X5 Retail Group в своей деятельности уделяет большое внимание не только экстенсивному расширению торговой сети, но и увеличению эффективности уже действующих точек за счет проведения различных акционных и скидочных кампаний. Важное место занимают акции по повышению лояльности потребителей и привлечению новых клиентов. Примерами акционной политики по повышению лояльности покупателя является выпуск дисконтных карт для постоянных покупателей «Выручай-карта» для сети «Пятерочка», «Карта клуба Перекресток» и т.д.

Ключевым фактором, содействующим стремительному темпу подъема фирмы X5 Retail Group, стало широкое применение аналитики, основанной на данных GIS. Данный вид

аналитики помогает компании прослеживать и давать прогноз тенденции в географических участках. С помощью сервиса можно подобрать максимально благоприятное место с целью открытия новой точки и размещения наружной рекламы на основе сведений GIS.

«GIS-аналитика» владеет следующими данными:

1) Число и частота поисковых запросов пользователей приложения GIS в заданной зоне. Согласно информации, общая публика составляет 47,3 миллиона пользователей в месяц, совершающая свыше 1,5 миллиарда поисковых запросов. 2) Сведения касательно спроса на продукты и услуги в зависимости от сезона, месяца, рабочих и выходных дней. 3) Данные о наличии конкурентов на необходимом участке. 4) Размещение торгово-развлекательных комплексов, гостиниц, достопримечательностей, а также количество остановок, маршрутов, проходящих через участок (учет маршрутов покупателей повысили показатели на 20%). 5) Количество зданий, подъездов, квартир в пределах установленного радиуса. 6) Число сотрудников в фирмах, которые расположены в выбранном регионе.

Увеличение допуска работников к данным GIS активизировали темпы подъема компании в 5 раз. Больше 800 специалистов располагают доступом к аналитике, генерируемой GIS ежедневно. В их число входят отдельные сотрудники на местах, которые занимаются поиском потенциальных участков размещения, менеджеры среднего звена (региональные руководители), обрабатывающие данные по потенциальным объемам продаж, и члены комитета, принимающие окончательные выводы по инвестициям.

Преимущества использования GIS-аналитики:

1. Во-первых, помогает менеджерам выбирать соответствующий формат магазина для каждой локации. Прежде всего, анализируя сильные экономические и демографические области, можно определить наиболее подходящий тип магазина, который будет продуктивно существовать и приносить доход.

2. Во-вторых, учитывает доход на душу населения и такой немаловажный фактор, как доступность парковки. Как правило, несмотря на схожесть общих тенденций развития сети, каждый регион отличается своей спецификой. Поэтому при планировании новой точки используются картографические показатели с целью оптимизации нынешних торговых пунктов. Они анализируют размеры продаж в каждой локации, модели покупательского поведения и информацию о том, где клиенты проживают или работают.

3. В-третьих, GIS-данные определяют наличие ассортимента продуктов в каждом магазине. Это может помочь обновлять перечень продукции и избегать хранения продуктов или предметов, на которые спрос может падать.

4. В-четвертых, специалисты фирмы применяли данные GIS для разбора порядка 10000 помещений, чтобы определить наилучшую арендную плату каждой локации.

В компании есть еще дополнительные инструменты, содействующие принятию решений. Следует выделить тепловую карту, представляющую собой графическое представление сведений, где отдельные значения в таблице отображаются при помощи цвета. Тепловая карта показывает автоматизированный расчет дохода магазина, который планируется открыть. Это отличный способ посмотреть на текущие тренды через аналитические данные, проверить качество оптимизации лендинга и определить, что следует делать далее. Новая тепловая карта становится основой формирования плана развития как потенциальных магазинов, так и трехлетней стратегии совершенствования всей компании.

Кроме того, X5 Retail Group считается лидером рынка розничной торговли согласно введению новейших видов EDI-документов (электронный обмен информацией) и ежегодному размеру электронного документооборота. Введение автоматического обмена счетами-фактурами влечет увеличение качества взаимного сотрудничества, упрощение и повышение стремительного взаимодействия с поставщиками. EDI-провайдер обозначается как сервисный посредник, который упрощает консультацию поставщиков, настройку структуры электронного документооборота, ее тестирование. Следует принимать во внимание то, что учетные системы потребителя и поставщика могут существенно отличаться, EDI-провайдер гарантирует надзор и подлинность переданных сведений. Данная структура позволяет поставщикам значительно

экономить не только финансовые ресурсы, но и собственное время за счет экономии на услугах по передаче и сбережению, копированию обычных документов [5].

Компания X5 предлагает три типа магазинов:

1. «Пятерочка» – сеть продовольственных магазинов «у дома», которая составляет самый большой сегмент компании. Она основана в 1999 году и на сегодняшний день является крупнейшей российской сетью продуктовых магазинов «у дома», включающей в себя более 14000 универсамов по всей стране. Так, в январе 2020 года зафиксировано открытие 15 354-го магазина. Предоставляет выгодное расположение в непосредственной близости от жилых домов; широкий товарный ассортимент; качественный товар экономического класса и продукцию собственных торговых марок; неограниченное количество промоакций [6].

2. Торговая сеть «Перекресток» – федеральная розничная торговая сеть, одна из первых сетей городских супермаркетов. На 2020 год в сети работает 852 супермаркета. Продолжая развитие, в настоящий момент X5 активно использует все больше методов привлечения клиентов к данной линии. Новая концепция развития «Перекрестка» призвана создать все условия для комфортного совершения покупок за счет эффективной организации торгового зала и его зонирования, светового и цветового оформления, созданных на основе предпочтений покупателей. Например, X5 запустила бесплатную сеть Wi-Fi с возможностью отправки покупателям рекламных оповещений, а впоследствии их подключения к сети, а также выпустила мобильное приложение для самостоятельных покупок и запустила обучение персонала с помощью технологии виртуальной реальности (VR).

3. Сеть гипермаркетов «Карусель» – это широкий выбор продуктов питания и специализированный ассортимент непродовольственных товаров. Тематический ассортимент – актуальные новинки рынка, фермерские и локальные продукты, товары для здорового питания. Всего в стране открыт 91 гипермаркет, предлагающий товары жителям 57 городов и поселков по всей России и предоставляющий широкий ассортимент от 17 до 30 тыс. постоянных наименований и сезонных товаров.

Сущность вышеизложенного сводится к тому, что в результате применения современных технологий и эффективной работы торговых сетей компания достигает значительных результатов, чистая прибыль крупнейшего в стране продовольственного ретейла растёт довольно стремительными темпами.

Отдельное внимание уделяется разработке сайтов каждой торговой сети. Ведь это инструмент, который знакомит покупателя с деятельностью. Современное общество не может вообразить жизнь без компьютерных технологий и интернета. Следовательно, очень важно заявить о своем бизнесе во всемирной глобальной сети. Сайт не только знакомит с продукцией, но и продает товары, находит потенциальных партнеров и специалистов. Сайты каждой линии магазинов не включают в себя сведения о других компаниях фирмы. Для каждой торговой организации существует отдельный интернет-ресурс. Такой подход обеспечивает порядок и четкое позиционирование супермаркета.

Офис X5 Retail Group расположен в Москве недалеко от центра, при этом на его территории есть вся инфраструктура – от столовой и продуктового магазина до аптеки и химчистки. Два раза среди сотрудников проходят опросы о том, насколько им комфортно работать. Несмотря на то, что в X5 Retail Group действует фиксированный график работы, есть отдельные подразделения, где допускаются гибкие часы работы. Кроме того, сотрудник может индивидуально договориться о более удобном графике, если этого требуют личные обстоятельства.

В периоды самых высоких продаж сотрудники офиса отправляются в магазины, чтобы помочь продавцам и кассирам. Это событие получило название «X5-ница» и становится для многих отличной возможностью не только увидеть изнутри, как работают магазины, но и испытать на себе основные функции сотрудников розницы. Это очень важный опыт для понимания того, что офис и розница – это одна команда. Все начинающие обучаются по специально составленному курсу, который состоит из интерактивного направления, бизнес-игры, нескольких видеокурсов о торговых центрах и логистике.

Данная программа позволяет сотрудникам разобраться, как организована фирма, и

ознакомиться с ее историей, структурой, культурой и ключевыми бизнес-процессами. Стратегии развития торговых сетей неоднократно внедряли благотворительные проекты либо лояльные акции. Например, по результатам благотворительной программы «Корзина доброты» в 2018 году около 28 тысяч покупателей передали в пользу нуждающихся 27,5 тонны продуктов питания [7].

Кроме того, в сотрудничестве с фондом продовольствия «Русь» запущен проект «Продукты на миллион», в котором находятся продовольственные товары стоимостью в один миллион рублей. Стартовал проект в Тюмени и Екатеринбурге, обеспечив продуктами питания 600 малоимущих семей.

Продemonстрируем еще один проект, разработанный в сотрудничестве с Пенсионным фондом РФ в 2019 году, который представляет собой пилотный проект цифровой социальной карты, охватывающий данные о статусе гражданина и положенных ему льготах в виде QR-кода. X5 учреждает технологию сканирования данного кода с целью предоставления бонусов на продукцию и запуск индивидуальных предложений клиентам пенсионного возраста.

На основе проведенного анализа финансового и экономического состояния можно сделать вывод, что в целом компания имеет тенденцию к значительному усилению стабильности в финансовом аспекте (рисунок 2).

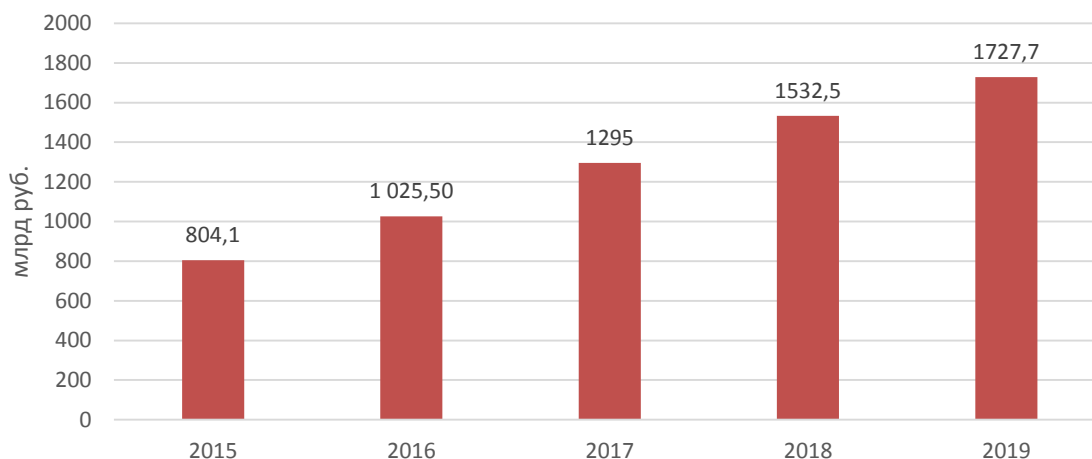


Рисунок 2 – Выручка компании X5 Retail Group

Главный исполнительный гендиректор X5 прокомментировал: «В 2019 г. мы воплотили нашу стратегию сбалансированного подъема, повысив чистые розничные продажи на 13,3%. Мы будем продолжать расширение сетей в новых концепциях, увеличивая применение инструментов, основанных на существенных сведениях в таких отраслях, как ассортимент и ценообразование, и в то же время уделять основополагающее внимание тому, чтобы наши покупатели были в центре каждой бизнес-программы» [5, с. 4].

Анализируя деятельность крупной розничной компании X5 Retail Group, можно выделить ключевые факторы конкурентоспособности компании.

1. Анализ рынка и позиционирование фирмы. X5 Retail Group ежегодно увеличивает свое присутствие на российском рынке продуктовой розничной торговли.

2. Барьеры входа на рынки. Потенциальная конкуренция. Несмотря на то, что федеральные и международные сети розничной торговли проводят активную экспансию на новые территории, барьеры входа на рынок розничной торговли находятся на относительно низком уровне, что позволяет новым игрокам входить на рынок и создавать конкуренцию федеральным сетям на уровне одного или нескольких конкретных магазинов [2, с. 350-354].

В нынешнее время X5 продолжает разрабатывать проекты с целью решения задач в сфере устойчивого развития, а также целевых значений, соответствующих политике и запросам в интересах дальнейшей интеграции в бизнес-процессах.

X5 озвучила миссии в сфере устойчивого развития:

1. Содействие местных сообществ через формирование социальных инвестиций и благотворительных программ;
2. Способствование здоровому образу жизни и доступности высококачественных и полезных продовольствий;
3. Снабжение достойных условий работы и равных возможностей для сотрудников;
4. Поддержание уровня потребления и использования ресурсов.

Таким образом, борьба за внимание и лояльность покупателей проходит в крайне противоречивых условиях в силу того, что крупные торговые сети все более проникают в регионы, выкупая помещения у малого и среднего торгового бизнеса и открывая там свои супермаркеты, в результате вместо магазинов шаговой доступности появляются крупные сетевые ретейлеры. Из анализа текущего состояния сектора торговли в РФ сущность вышеизложенного сводится к тому, что имеются внушительные перспективы дальнейшего развития и становления всего торгового сектора экономики. Эти возможности связаны в первую очередь с увеличением общего количества торговых площадей, доли современных форматов, консолидации отрасли, конкуренции между торговыми компаниями; развитием малого и среднего бизнеса, кооперации и дистанционной торговли.

#### Список источников:

1. Богданов М.С. Магазины будущего – инновационная платформа развития сетевой розничной торговли // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2012. – №2 (12). – С. 143-150.
2. Богданов М.С. Оценка конкурентоспособности предприятия сетевой розничной торговли // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №8. – С. 350-353.
3. Бутов А.М. Рынок розничной торговли продуктами питания [Электронный ресурс] // НИУ ВШЭ. – URL: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/01/09/1115460812/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D0%B9%20%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B8%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8%20%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F%202016.pdf>.
4. Гурьяшкина Т.А., Каюмова Ю.М., Способы продвижения товаров и услуг на современном рынке [Электронный ресурс] // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XLIII студенческой международной заочной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2017. – №3 (43). – С. 62-71. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF\\_social/3\(43\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/3(43).pdf) (дата обращения: 14.10.2019).
5. Ищенко Н.В. X5 с помощью big data хочет лучше изучить клиентов // Ведомости. – 01 марта 2018 г. – №4 (158).
6. Корчагова Л.А., Королева А.С. Социальные сети как инструмент продвижения бизнеса // Маркетинг в России и за рубежом. – 2018. – №6. – С. 37-46.
7. Лыгина Н.И., Пянова Н.В., Андрианова М.В. Современные методы стимулирования сбыта // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №4 (46). – С. 53-58.
8. Пашинина А.А., Владимиров И.А. Развитие внутренней и внешней торговли в РФ // Проблемы современной экономики: материалы Междунар. науч. конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С. 173-175.
9. Способы продвижения товара [Электронный ресурс]. – URL: <https://molodost.bz/poleznoe/prodvizhenie-tovara/index.html> (дата обращения: 15.10.2019).
10. Степанов Д.Н. X5 объявила об открытии магазина-лаборатории для тестирования новых технологий [Электронный ресурс]. – URL: [https://cnews.ru/news/line/2018-10-10\\_h5\\_obyavila\\_ob\\_otkrytii\\_magazinalaboratorii](https://cnews.ru/news/line/2018-10-10_h5_obyavila_ob_otkrytii_magazinalaboratorii).
11. Торговая сеть «Пятерочка» открыла 13000-ый магазин [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.retail.ru/news/pyatyerochka-otkryla-13000-yy-magazin/>.
12. X5 проведет продовольственные марафоны «Корзина доброты» в пяти мегаполисах [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.x5.ru/ru/Pages/Media/News/080217.aspx>.

Семенова М.А.

**ОСОБЕННОСТИ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ  
ПРИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Semenova M.A.

**FEATURES OF TEAM WORK IN PLANNING ACTIVITY OF THE ORGANIZATION**

*Семенова Мария Алексеевна; обучающаяся 3 курса магистратуры, Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: s.mashiha@yandex.ru*

*Semenova Maria Alekseevna; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: s.mashiha@yandex.ru*

Проектная деятельность организации в современных реалиях получает все большую популярность. В связи с этим традиционная форма управления организацией видоизменяется, смещая свой акцент на создание результативных проектных команд. В проектной деятельности системообразующей функцией управления становится командообразование, а также деятельность, направленная на обучение и развитие персонала. Иными словами, это управление сотрудниками, наделенными специфическими знаниями и умениями, способствующими реализации проекта. Важным является определение ролей членов команды, построение необходимой организационной структуры.

Грамотное управление командой обеспечивает проекту успех. Система управления персоналом команды включает в себя методы и инструменты, помогающие регулировать деятельность персонала, координировать необходимые изменения, обеспечивать качественное выполнение задач.

Сформировать команду, изначально в одинаковой степени мотивированную на результат, непросто. Серьезной проблемой становится ситуация, в которой координаторами проекта недооценивается его замысел. Тогда перед руководителем стоит первоочередная задача повышения значимости проекта, и здесь целесообразно использовать информационные источники, рекламные механизмы. Когда же проект на стадии зарождения уже имеет большую значимость, то использование конкурсного отбора при формировании команды способствует формированию понимания престижности участия в нем.

В статье исследована сущность проектной деятельности некоммерческих организаций, рассмотрены основные этапы ее реализации, определены требования к формированию команды проекта.

*Ключевые слова:* проектная деятельность, жизненный цикл проекта, объект управления, команда, мотивация.

Planning activity of the organisation under modern conditions is becoming more and more popular. That is why the traditional form of organization management changes, emphasizing creation of productive planning teams. In planning activity the system generating function is forming of the team and the activity aimed at training and development of the personnel. In other words, it is management of the employees possessing specific knowledge and abilities promoting project realization. Defining of roles of team members and, creation of necessary organizational structure are important.

Competent team management provides the project success. The control system of the team personnel includes methods and tools helping regulate the personnel activity, co-ordinate the necessary changes and provide qualitative solution of the problems.

To generate the team motivated on the result is not an easy task. The situation in which co-ordinators of the project underestimate its plan becomes a serious problem. Then the project manager should, first of all, increase the importance of the project and use information sources and advertising mechanisms. When the project in its initiation stage is already of great importance, the use of competitive selection at team formation promotes generation of understanding of the prestigiousness of participation in it.

In the article the essence of planning activity of noncommercial organisations is investigated, the basic stages of its realisation are considered and the requirements for team formation of the project are defined.

*Keywords:* planning activity, project life cycle, management object, team, motivation.

Понятие «проект» подразумевает деятельность, ограниченную временными рамками и направленную на реализацию конкретной цели. Российское законодательство под «проектом» подразумевает комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение уникальных результатов в условиях временных и ресурсных ограничений.

Проектная деятельность имеет следующие признаки: уникальность, ограниченность во времени, потребность во временной оргструктуре. Она подразумевает такую форму управления персоналом, в которой все процессы взаимосвязаны и взаимообусловлены, они находятся под влиянием так называемого «магического треугольника», т.е. оптимального сочетания трех

составляющих проекта: цель проекта, его временные рамки, финансирование [5].

Раскрывая понятия объекта и субъекта проектного управления персоналом, необходимо отметить, что субъект управления персоналом наделён временными характеристиками и относят к нему: руководителей проекта, руководителей структурных подразделений и их сотрудников, а также службы управления персоналом [1].

Объект управления персоналом в проектной деятельности – это группа работников, наделенная специфическими знаниями, навыками, умениями, способная реализовать цели проекта. Грамотное управление персоналом должно учитывать жизненный цикл проекта, чтобы максимально эффективно использовать потенциал членов команды, а также определять риски в области управления персоналом, которые могут неблагоприятно сказаться на проектной деятельности.

Управление персоналом имеет содержательные и системообразующие функции. При традиционной деятельности организации содержательные функции являются системообразующими и предполагают обеспечение предприятия необходимым по количеству и качеству персоналом, организацию труда и мотивационных составляющих трудовой деятельности.

Жизнедеятельность любого проекта проходит следующие этапы: инициацию, планирование, исполнение, мониторинг и контроль процессов, их закрытие. Поэтому управление персоналом на каждом этапе имеет свои особенности.

Проектная команда может начать формироваться задолго до детализированной проработки содержания проекта. На стадии инициации проекта принимаются решения по привлечению необходимого количества персонала и его профессиональной квалификации, осуществляется регламентирование должностных инструкций каждого члена команды, и его меры ответственности [4].

На стадии планирования проекта осуществляется разработка плана управления персоналом, производится отбор и подбор персонала проекта, назначается команда управления проектом. План управления персоналом также отражает критерии высвобождения ресурсов, систему поощрения и мотивации сотрудников, потребность их в обучении, вопросы безопасности, а также все регламентирующие документы. Стадия исполнения проекта – это время активного взаимодействия его членов. На этом этапе большое значение имеет повышение квалификации работников, совершенствование их умений и навыков. Персонал адаптируется к необходимой деятельности. На этапе мониторинга осуществляется промежуточная оценка деятельности персонала, его мотивационная составляющая.

Закрытие проекта – время подведения итогов деятельности команды и фиксации результатов каждого сотрудника. Успешная реализация проекта позволит сотрудникам после роспуска команды оказаться в базе данных для будущих проектов, а также даст им возможность перехода в новые структурные подразделения.

Говоря о командной деятельности, важно дать социально-психологическую характеристику команды, развитие которой проходит следующие эволюционные этапы [7]. Первая стадия – это формирование группы. Здесь индивид приобретает статус члена команды, проходит адаптацию. Продуктивность этого периода незначительная, так как синхронность, взаимозаменяемость и творческое начало в коллективе неразвиты. Вторая стадия – стадия психологической напряженности, когда появляются противостояния различных тенденций и устремлений членов команды (резкие колебания отношения к ее членам и успеху проекта, соревновательность и борьба за лидерство). В целом это неблагоприятный этап для дружной креативной работы, но здесь наступает важный момент формирования командной культуры. Третья стадия – это время наибольшей продуктивности. Если все проблемы и конфликты были решены на предыдущих этапах, то взаимопомощь, конструктивная критика, чувство принадлежности к команде формируют командный дух. В свою очередь, принятие личностных и групповых процессов, происходящих к команде, обеспечивает один из мотивирующих факторов успеха – это удовлетворение от командной деятельности. Четвертая стадия – реорганизация, характеризуется как неблагоприятная, но кратковременная. Может быть вызвана любыми совершающимися изменениями и может отбросить команду на второй этап. В пятый, финальный этап,

команда вступает в двух случаях. Первое – достижение цели, которая была поставлена перед командой, второе – определённый застой, отсутствие мотивации членов команды при осознании невозможности достижения цели в поставленные сроки. Здесь от руководителей проекта требуются специальные умения и навыки работы с персоналом, для того чтобы проект был распущен вовремя [11].

Грамотное управление командой обеспечивает проекту успех. Система управления персоналом команды включает в себя методы и инструменты, помогающие регулировать деятельность персонала, координировать необходимые изменения, обеспечивать качественное выполнение задач. Существующие методы управления командой проекта можно разделить на четыре основных типа: стабильная, творческая, клубная и «моторная» команды. Вопрос использования определенного стиля управления командой зависит от характера сферы деятельности и может быть обусловлен этапами проекта.

Для стабильной команды характерно поступательное выполнение задач в соответствии с планом и обозначенными сроками. Влияние отдельной личности на управление сводится к минимуму. Такой стиль управления типичен для производственных компаний, образовательных систем, государственных учреждений, военных структур. Здесь трудолюбие, прилежность, методичность выполнения работы – важные качества, характеризующие сотрудника. В таком управлении условности настолько важны, что возникновение сюрпризов сводится к нулю. Дисциплина и выполнение заданий соответствуют нормативам, деятельность регламентируется приказами и предписаниями должностных инструкций, рабочий день нормирован. Рациональность и дисциплинированность – вот главные качества лидера команды. Влияние идейных и революционно-настроенных членов команды на психологический климат в коллективе руководителем пресекается на корню [9].

Основная идеология клубной команды – человечность и радость общения. Приоритетными качествами здесь становятся бесконфликтность, обаяние, уступчивость. Неформальное общение важная характеристика атмосферы в коллективе. Такое управление допустимо для деятельности, которая не имеет ярко выраженных целей. Поэтому влияние идейного, целеустремленного ее члена, способного строить свою карьеру, здесь руководителю необходимо снижать. Такой тип команды можно наблюдать в сфере обслуживания населения, в здравоохранении и образовании.

Творческий стиль управления типичен для команд с большим числом неординарных личностей, способных к генерированию идей. По психологическому типу члены такой команды в большинстве своем экстраверты. Лидер такой команды – главный генератор идей. При таком управлении ценится находчивость, оригинальность мышления, творческий подход. Условности и ограничение свободы – факторы, мешающие продуктивной работе, а иррациональность – один из признаков управления. Во главе угла стоит идея, поэтому влияние людей, мешающих достижению общей мечты, консервативных в своих взглядах, следует в такой команде руководителю придерживать. Такой стиль управления присущ творческим коллективам, конструкторским бюро, рекламным компаниям, редакциям газет и др. [10].

Целеустремленность, активность, собранность – признаки «моторной команды». Такой команде свойственны иерархия и авторитарный стиль управления, «разделяй и властвуй» в ней определяющий принцип. Дух соперничества и конкуренции, желание завоевать авторитет здесь основополагающие качества ее членов. Поэтому умение четко следовать стратегической цели, порой поступаясь личностными ориентирами, позволяет увеличить концентрацию на ней. Рабочий день сотрудников при таком управлении не нормирован.

Вопрос мотивации членов команды проекта – один из важнейших, особенно при ведении проекторной деятельности крупной компанией [6]. В большинстве своем генеральные директора берут на себя ответственность за чрезмерно большой круг вопросов, в которых один человек не может быть самостоятельно компетентен. При таком подходе топ-менеджеры теряют степень свободы и ответственности и привыкают ходить к директору за любым решением. В данном случае директору необходимо давать подчиненным больше ответственности, даже если он уверен в их неспособности решать эти вопросы [2].

Мотивация исполнителей проекта также немаловажна. Участие в проекте уже само по себе престижно. Хорошим стимулом стать членом проектной команды является возможность самореализации и повышение профессиональных качеств через корпоративные программы обучения. Стоимость специалиста, имеющего опыт проектной деятельности, на рынке труда возрастает. Важной характеристикой проектной деятельности является значительное расширение привычного круга общения менеджера, что является немаловажным фактором продвижения карьеры. На начальном этапе жизни команды для менеджера оценка личности каждого ее члена очень важна. Когда проект начинает набирать обороты, уникальность личности каждого уступает место уникальности всей команды. Говоря о материальной мотивации, необходимо отметить важность создания мотивационного фонда вознаграждений.

Таким образом, командная работа предполагает самостоятельность мышления ее сотрудников и в то же время вовлеченность в общую идею решения проектной задачи. Команда способна реализовать цель, которая будет неподвластна одному.

#### Список источников:

1. Лебедева О.А., Макарова Т.Н., Соболева Ю.П., Дрогавцева Е.В. Состояние и перспективы развития рынка информационных технологий в России // Таврический научный обозреватель. – 2015. – №2-1. – С. 33-38.
2. Мирзоева С.М. Управление персоналом при организации проектного управления // Экономика и предпринимательство. – 2015. – №5-1 (58). – С. 542-544.
3. Постановление Правительства РФ от 31.10.2018 №1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации (с изменениями на 3 января 2019 года) [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_310151/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_310151/) (дата обращения: 20.01.2020).
4. Соболева Ю.П., Гончарова Т.Г. Исследование основных понятий процесса планирования // Научные Записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №2 (6). – С. 246-251.
5. Соболева Ю.П., Лебедева О.А. Анализ рисков в процессе управления проектами // Научные Записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 260-262.
6. Соболева Ю.П., Печникова А.В. Управление по компетенциям как средство реализации кадровой стратегии организации // Научные Записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №5 (23). – С. 5-9.
7. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А., Карпова Т.В. К вопросу о специфике управления персоналом в сфере услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (42). – С. 59-63.
8. Управление проектами / под ред. Дж. К. Пинто. – СПб.: Питер, 2004. – 464 с.
9. Устойчивое развитие России в меняющемся мире: угрозы и перспективы: монография / Под ред. В.В. Матвеева. – М.: Компания КноРус, 2017. – 236 с.
10. Яшонков В.В. Проектирование социокультурных мероприятий и участие в их реализации разных субъектов деятельности // Евразийский юридический журнал. – 2017. – №4 (107). – С. 439-442.
11. Soboleva Y.P., Parshutina I.G. Marketing approach to forecasting of regional market consumption potential // Indian Journal of Science and Technology. – 2015. – Т. 8. – № Specialissue10. – <http://www.indjst.org/index.php/indjst/article/view/84871/65551>.

УДК 339.1:004.9

Скворцова Н.А., Ченцова К.Г.

## РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ТОРГОВЫХ КОМПАНИЙ

Skvortsova N.A., Chentsova K.G.

## DEVELOPMENT OF E-COMMERCE OF TRADING COMPANY

*Скворцова Наталия Александровна; кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: skv-09@mail.ru*

*Ченцова Карина Геннадиевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tchentsova.carina@yandex.ru*

*Электронная коммерция стремительно превращается из множества видов торговой деятельности в независимый сектор глобальной сетевой экономики, который активно внедряется и всесторонне развивается. Российская Федерация занимает первое место в СНГ по развитию электронной коммерции, но отстает от мировых лидеров по ее институционализации. В статье анализируются закономерности, тенденции и перспективы развития электронной коммерции на потребительском рынке B2C и C2C в контексте институциональной экономической теории российской экономики. На основе исследования и анализа современных понятий об электронной коммерции акцентируется внимание на определении термина «электронная коммерция». Был проведен анализ рынка электронной коммерции в Российской Федерации и выявлены основные тенденции развития. Используя практический материал, авторы рассматривают институциональные процессы, протекающие в виртуальном пространстве системы электронной коммерции.*

*Ключевые слова: электронная коммерция, интернет, компьютерная сеть, маркетинг, интернет-торговля, потребитель, экономика.*

*Skvortsova Natalia Alexandrovna; candidate of economics sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: skv-09@mail.ru*

*Chentsova Karina Gennadievna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tchentsova.carina@yandex.ru*

*From a variety of trade activities e-commerce is rapidly turning into independent sector of global network economy which is actively implemented and comprehensively developed. The Russian Federation is a leader in the development of e-commerce among the CIS, but it lags behind the world leaders in its institutionalization. The article analyzes the regularities, trends and prospects of e-commerce development in B2C and C2C consumer market from the point of view of institutional economic theory. Based on the research and analysis of modern concepts of e-commerce, the definition of the term "e-commerce" is highlighted. The authors analyze e-commerce market in the Russian Federation and identify the main development trends. Using practical material, the authors analyze the institutional processes in the virtual space of e-commerce.*

*Keywords: e-commerce, the Internet, computer network, marketing, consumer, economy.*

Совершенствование автоматизированных банковских структур, компьютеризация в различных областях торговой деятельности связаны с использованием новейших информационных технологий и электронных систем в области платежей и расчетов. Значительное место в процессах глобализации экономических условий, а также в улучшении мировой экономики сегодня занимает электронная торговля. Реализации основного бизнеса, осуществляющего деятельность в сети Интернет, то есть с использованием телекоммуникационных инфраструктур, позволяет приобретать огромную базу клиентов (покупателей) без использования дополнительных затрат на их обслуживание. В связи с этим создаются предпосылки для развития и реализации бизнеса: создание новых предложений; появление принципиально новых рынков; развитие спроса на новые товары и услуги.

Электронная коммерция понимается как сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые с использованием компьютерных сетей,

а также бизнес-процессы, связанные с оплатой on-line. Электронная коммерция напрямую зависит от глобальной сети Интернет, поскольку чем больше пользователей в сети, тем больше потенциальных покупателей в интернет-магазинах. Она также включает электронный обмен информацией, электронный поток капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг и электронные страховые услуги. Для экономики в целом создаются следующие преимущества:

- разработка бизнес-стратегии для регионов;
- уменьшение наличного обращения;
- региональное взаимодействие;
- распространение нормативно-справочной информации;
- построение прочных деловых связей [1, с. 148].

Выделяют три категории рынков интернет-торговли в мире. Хотелось бы заметить: Россию относят к рынкам, которыми интересуются зарубежные бренды. Однако решение о выходе на эти рынки принимается большинством мировых компаний исходя из их размера, уровня инфраструктуры или политической ситуации:

1. Рынки верхнего эшелона. Эти рынки являются большими или достаточно зрелыми, чтобы привлечь значительные инвестиции в интернет-коммерцию. Их относительно легко поддерживать из-за существующей развитой инфраструктуры.

2. Рынки «второй волны». Многие международные бренды следят за этими рынками, и для них данные рынки обычно становятся стартовыми площадками.

3. Ожидающие рынки. Бренды и производители также проявляют интерес к этим рынкам, но их размер, уровень инфраструктуры или меняющаяся политическая ситуация определяют решение отложить выход на них интернет-магазинов [6, с. 77].

В России онлайн-аудитория виртуальных пользователей старше 18 лет в настоящее время насчитывает около 90 миллионов человек. В 2016 году количество интернет-пользователей на мобильных устройствах составило около 55 миллионов человек. Что касается онлайн-пользователей мобильных телефонов, то с 2015 года их количество неуклонно растет (с 27% до 40%). Причиной такого значительного роста в сфере электронной коммерции является рост розничной торговли в этом сегменте. Согласно статистике, в 2019 году 89% онлайн-пользователей совершали покупки в интернет-магазинах, остальные 11% только знакомились с ценами и «витринами» интернет-магазина, при этом не совершая покупки.

На рынке электронной коммерции на сегодняшний день наиболее развиты следующие секторы:

1) B2B (Business-to-Business) – сектор бизнес-бизнесу. Этот сектор включает в себя все уровни взаимодействия между разнообразными компаниями. Например, два предприятия могут отправлять предложения о заключении сделок через интернет, узнавать котировки от своих поставщиков, заключать контракты, получать и оплачивать счета;

2) B2C (Business-to-Consumer) – сектор бизнес-потребителю. Сектор характеризует покупку товаров у юридического лица через Интернет, включая мобильные приложения, социальные сети и мессенджеры, где покупка – это бронирование, заказ доставки, оплата, получение или ценообразование. Оценки могут также включать покупки материальных товаров, но не включают: услуги, готовую еду, билеты и отели, билеты на мероприятия, трансграничные покупки.

Делая прогноз на 2020 год, эксперты утверждают, что в 2020 году 56% покупателей B2B-сектора выполняют более половины своих заказов на онлайн-платформах, в то же время учитывая условие, что более 70% покупателей B2B начинают с общего, а не конкретного поиска. И, таким образом, эксперты пришли к выводу, что такой прогноз может повлиять на то, что ориентация онлайн-сайтов будет не только для розничных покупателей, но и для оптовых [2, с. 16].

Е-коммерция пользуется значительной популярностью у розничных торговцев.

Первое существенное преимущество торговли через интернет – это низкие затраты (вам

не нужно фокусироваться на затратах продавцов и торговых площадей, вам также не нужно платить комиссионные дистрибьюторам).

Второе преимущество – интернет дает возможность персонализировать отношения с клиентом, который может быстро найти нужный ему продукт, узнать о нем, заказать оборудование, изготовленное в соответствии с оговоренной конфигурацией, и отследить этапы заказа. Стоимость электронной покупки не должна быть очень большой. Значительные покупки требуют внимательного изучения продукта, а это невозможно. Небольшие покупки не заставляют клиентов беспокоиться о безопасности платежей [5, с. 403].

Как и во всем мире, будущее сектора B2C в России во многом зависит не только от того, насколько быстро будет расти потребительская аудитория, но и от того, насколько быстро удастся решить проблему платежей в режиме реального времени или, по крайней мере, привлечь пользователей к систематической покупке через интернет (рис. 1).

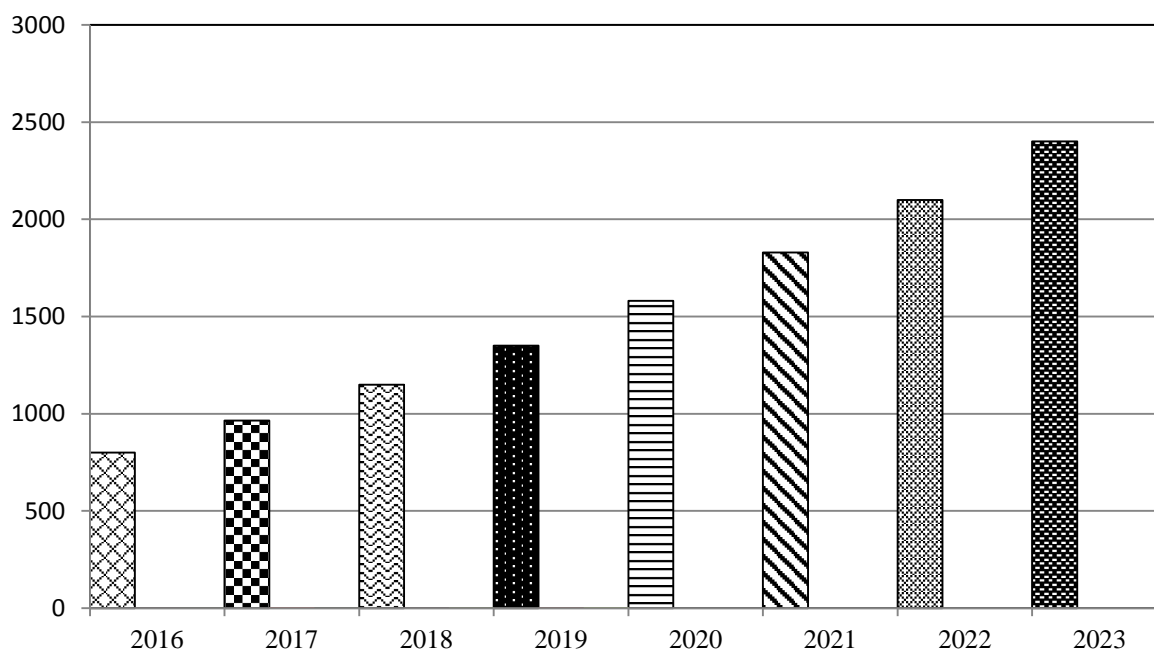


Рисунок 1 – Прогноз развития электронной коммерции на 2020 - 2023 гг.

Каждый год объем прироста рынка интернет-торговли увеличивается: 5 лет назад он рос на 100 млрд рублей в год, в 2018 году вырос на 185 млрд руб. При сохранении существующих трендов к 2023 году рынок вырастет в 2 раза до 2,4 трлн рублей при среднегодовых темпах роста +16 (2019 - 2023 гг.).

Что касается сравнительных характеристик традиционной системы распределения товаров и электронной торговли, то в традиционных системах распределения товаров все участники цепочки поставок при организации своей деятельности принимают на себя риск того, что полученные товары не найдут своего покупателя или их реализация займет много времени. Более того, потребитель не является субъектом экономических отношений, а служит объектом маркетинговых усилий продавцов. В этой модели маркетинговых отношений обратная связь с участниками цепочки поставок крайне затруднена, поэтому для стимулирования потребительского спроса в качестве инструментов используются рекламные акции и скидки.

В то же время развитие сетевой экономики приводит к пониманию того, что если продукт действительно востребован на рынке, он будет продаваться независимо от маркетинговых усилий продавца. Поэтому традиционная концепция распределения товаров не подходит для электронной коммерции, и объем и параметры поставляемых товаров должны определяться потребителями, а не производителями и коммерческими посредниками.

Развитие сетевой экономики связано с распространением концепции SCM (Supply

Chain Management – Управление цепями поставок) и возможностью ее использования в сфере B2C (рынок «поставщик – конечный потребитель»). В соответствии с этой концепцией вначале потребители реагируют на предлагаемую модификацию товара, а затем уже производится этот товар в соответствии с предъявленным спросом. В результате конечный потребитель из объекта маркетинговых превращается в субъект экономических отношений и отправную точку цепи поставок в информационном отношении. Поэтому в электронной коммерции конечные потребители напрямую взаимодействуют с производителями, в полной мере пользуются свободой выбора и самостоятельно принимают решение о покупке товара без воздействия извне [3, с. 187].

По сравнению с традиционными розничными магазинами в магазинах электронной коммерции отсутствует непосредственное общение. В интернет-магазинах нет продавца, который бы мог порекомендовать товары, основанные на ваших интересах, вкусах и предпочтениях. Чтобы смоделировать этот опыт, компании электронной коммерции используют возможности персонализации на протяжении всего процесса покупки. Подобно тому, как поставщики онлайн-курсов заменяют потребность в личном обучении, так и электронная коммерция заменяет потребность в розничной продаже в магазине.

Таким образом, в традиционной экономике ассортимент продукции формируется посредником и его поставщиками без непосредственного участия конечных потребителей. Использование интернет-технологий позволяет сделать товарное предложение доступным и получить влияние конечных потребителей на его формирование независимо от страны поставки и местоположения товара.

Электронная коммерция постепенно превращается в один из важных каналов распространения товаров, обязательным фактором и ограничителем которого являются онлайн-платежи. Более того, спектр электронных платежей чрезвычайно широк. Они проводятся не только на специализированных сайтах, но и с использованием телефонов, компьютерной телефонии, интернет-киосков и банкоматов, платежных терминалов, интерактивного телевидения. Что касается размещения заказа на сайте, то отказ от использования телефона в 2019 году представляется логичным решением, поскольку вы можете оформить заказ в интернет-магазине без звонка. А для вопросов есть онлайн-консультанты, чат-боты и социальные сети. Это снижает стоимость связи и обслуживания колл-центра [5, с. 397].

Однако помимо положительных моментов, интернет-торговля имеет и свои проблемы, которые замедляют развитие данной отрасли, а это может привести к несбыточности прогнозов экспертов. Будущее электронной торговли во многом будет зависеть от решения участниками рыночных отношений некоторых задач. Непосредственно на российском рынке онлайн-ритейла необходимо справиться со следующими проблемами:

1) обеспечить все регионы страны высокоскоростным доступным интернетом. Особенно государству необходимо обратить внимание на отдаленные регионы, такие как Дальний Восток, Сибирский Федеральный округ, Урал. В данных регионах часто возникает проблема с энергообеспечением населения. Также есть проблема с доступом к мобильному интернету, ведь пользователей девайсов все больше и больше с каждым днем, а также растет количество мобильных приложений для онлайн-торговли;

2) еще одной важной проблемой является обеспечение безопасности личных данных покупателей, данных банковских карт, обеспечение возврата товаров/денег за товар.

3) серьезной проблемой, ассоциируемой с электронной коммерцией в России, стал некачественный сервис российских интернет-магазинов. Неспособность предоставлять качественные услуги во многом стала следствием ажиотажа. У интернет-компаний нет времени (да и необходимости) исследовать перспективы бизнеса и нужды потребителей.

Большинство компаний стремится выйти на рынок, по крайней мере, с каким-то проектом и каким-то образом закрепиться в различных сегментах. У многих компаний, созданных наспех, бизнес-планы основаны на лозунгах и не содержат таких ключевых моментов для бизнеса, как логистика, маркетинг, система продвижения и платежные системы [4, с. 82].

Таким образом, решение указанных проблем позволит России выйти на новый уровень

развития электронной коммерции с помощью системы online-продаж, которые имеют впечатляющие объемы по сравнению с другими рынками, и, следовательно, а торговым компаниям войти на этот рынок и занять свою нишу, привлекая всё новые сегменты потребителей. В будущем необходимо максимально автоматизировать процессы внутри компании, что упростит маркетинг и продажи. Благодаря автоматизации будут сокращены расходы на персонал, качество обратной связи с клиентами и, следовательно, коэффициент конверсии.

Список источников:

1. Кондратьева К.В. Электронная коммерция в России // Молодой ученый. – 2018. – №50. – С. 148-150.
2. Краюткина Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования. – Ставрополь: СКФУ, 2016. – 129 с.
3. Левкин Г.Г. Логистика распределения. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 254 с.
4. Мишин В.В. Технологии Internet-коммерции. – Ставрополь : СКФУ, 2015. – 102 с.
5. Скворцова Н.А. Marketing planning компании в парадигме управления бизнесом // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2018. – №10. – С. 141-145.
6. Скворцова Н.А., Макарова Т.Н. Особенности компетентностного подхода, как ведущего компонента системы управления маркетингом на предприятии // Вестник ОрелГИЭТ. – 2019. – №4 (50). – С. 94-99. – DOI: 10.36683/2076-5347-2019-4-50-94-99.
7. Интернет торговля в России 2018 [Электронный ресурс]. – URL: [http://datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Ecommerce%202018.pdf](http://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce%202018.pdf) (дата обращения: 18.01.2020).

Лиленко А.Т.

## К ВОПРОСУ О ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Lilenko A.T.

## ON THE PROBLEM OF THE STATE SUPPORT OF BUSINESS

*Лиленко Анна Тудоровна; обучающаяся 1 курса, Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: eftaan@gmail.com*

*Lilenko Anna Tudorovna; Central Russian Institute of Management – Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: eftaan@gmail.com*

В современных условиях, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства, актуальным вопросом становится формирование инфраструктуры государственной поддержки субъектов бизнеса. В данной статье представлены результаты теоретического исследования сущности предпринимательства, концептуальных основ его развития. Рассмотрены современные формы государственной поддержки МСП, все виды государственных программ по поддержке малых и средних предпринимателей, направленных на улучшение развития бизнеса в стране, выявлены их положительные и отрицательные стороны. Представлены примеры упрощения процедуры открытия бизнеса в России, а также действующие сводки данных о различных бизнес-деятелях, иллюстрирующие эффективность применения нововведений в экономической политике, исходящей от правительства. Проанализирована стратегия государства, направленная на увеличение роста ВВП, позволяющая улучшить свои позиции, закрепиться на мировом рынке и восстановить торговый баланс внутри страны. Детально рассмотрены примеры законодательной государственной инициативы, направленной на развитие малого и среднего предпринимательства в России и включающей в себя: изменение критерия пользования упрощенной системой налогообложения, сокращение проверок малого бизнеса, ограничение роста единого налога для малого бизнеса, создание и развитие единого реестра МСП, цифровизацию малого и среднего предпринимательства.

*Ключевые слова: предпринимательство, государственная поддержка предпринимательства, малые и средние предприятия, предприниматель, субъекты бизнеса, развитие, инновации, экономическая ситуация, государственная программа, экономический сектор, бюджет РФ.*

Under modern conditions aimed at development of small and medium-size business infrastructure of the state support of business subjects becomes the pressing question. In the article the results of theoretical research of the business essence and conceptual bases of its development are presented. Modern forms of the state support of small and medium-size business are investigated. All kinds of government programs on the support of small and average entrepreneur aimed at improvement of business development in the country are considered and their positive and negative sides are revealed. Examples of simplification of the opening procedure of business in Russia are considered. Operating reports of data about various business persons illustrating applications of innovations efficiency in economic policy of the government are presented. State strategy aimed at increase of gross national product is analyzed allowing to improve the positions in the world market and to restore the trading balance in the country. Examples of the legislative state initiative aimed at the development of small and medium-size business in Russia including change of criterion of use of the simplified taxation system, reduction of small-scale business audit, growth restriction of uniform tax of small-scale business, creation and development of uniform register of small and medium-size business and its digitalization are considered in details.

*Keywords: business, state business support, small and medium-size enterprises, businessman, business subjects, development, innovations, economic situation, government program, economic sector, the budget of the Russian Federation.*

Государственная поддержка предпринимательства – это особый комплекс государственных мер, целью которых является поддержание стабильности в сфере бизнеса. Становление, развитие и стабилизация МСП (малые и средние предприятия) в стране – главный рычаг ускоренного развития экономики и наполняемости рынка различными товарами [10].

Данное исследование предполагает теоретическое обоснование сущности понятия «предпринимательство». Согласно определению Роберта Хизрича и Мартина Питерса: «Предпринимательство – это процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью; процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности; процесс, приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение достигнутым» [9]. Немаловажной фигурой в таком роде деятельности является сам «предприниматель» – это человек, желающий обладать большим достатком, нежели

другие, который идет на высокий риск, затрачивает свои силы и время, проявляет заинтересованность в личной выгоде. Зачастую предпринимателя можно назвать инновационным деятелем, ведь его работа заключается не только в создании товаров, чтобы наполнить рынок, но и во введении новшеств, помогающих добиться большой прибыли [5]. Основная цель любой организации – это получение максимальных доходов при минимальных вложениях, но функционирование предпринимательской деятельности всегда находится под большим давлением различных внешних факторов. Ни для кого не секрет, что экономическая и политическая ситуация в стране приводит к стагнации в экономике, правовая среда, регламентирующая права и обязанности, затрудняет процесс открытия организации, а множество субъектов рыночной экономики создают высочайшие барьеры для входа в отрасль [2]. Интересным моментом является то, что многие факторы напрямую «зависят от государства». Государство ради достижения своих целей имеет право пользоваться любыми «инструментами воздействия и деятельности. Поддержка со стороны государства крайне необходима для их существования. Между тем, малое предпринимательство оказывает сильное влияние на достижения НТП (научно-технический прогресс) и «смягчения» ситуаций на рынке труда.

Государственная поддержка малого предпринимательства реализуется в нескольких формах (рисунок 1) [7].

Финансовая	<ul style="list-style-type: none"> <li>• предоставление денежной поддержки для реализации предпринимательской идеи</li> </ul>
Имущественная	<ul style="list-style-type: none"> <li>• передача в право пользования и владения МСП (малое и среднее предприятие) имущества из государственной собственности</li> </ul>
Информационно-консультационная	<ul style="list-style-type: none"> <li>• возникновение информационных систем, бесплатные «государственные консалтинговые услуги по ведению бизнеса»</li> </ul>
Инфраструктурная	<ul style="list-style-type: none"> <li>• обеспечение инфраструктурной помощи МСП с целью предоставления «комфортных условий ведения бизнеса»</li> </ul>
Организационная	<ul style="list-style-type: none"> <li>• решение организационных вопросов, связанных с проведением форумов, выставок и ярмарок</li> </ul>

Рисунок 1 – Формы государственной поддержки предпринимательства

Говоря более детально, финансовая форма поддержки предусматривает несколько ее видов (рисунок 2):

В соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» №209-ФЗ от 24.07.2007 г. поддержку субъектам МСП оказывают из федерального бюджета государственные фонды по поддержке научной и научно-технической инновационной деятельности. Государственную финансовую поддержку можно рассматривать начиная с субсидий и заканчивая грантами, включающими в себя федеральные государственные программы по поддержке предпринимательства. К ним относятся:

- Минэкономразвития России.



Рисунок 2 – Виды финансовой государственной поддержки

Деятельность данной организации заключается в реализации «программы по предоставлению субсидий из федерального бюджета» для развития МСП в регионах [6]. В программу входят лишь субъекты МСП, занимающиеся конкретными видами деятельности, на которых распространяются 2 вида мер: прямые и косвенные. На такого рода поддержку могут рассчитывать только производители однородного товара.

- Корпорации МСП.

Деятельность корпорации заключается в разрешении широкого спектра проблематики, связанной с сопровождением инвестпроектов.

- АО «МСП Банк».

Занимается «государственной программой финансовой поддержки предпринимательства», обеспечивает гарантию на предоставление льготного кредитования. Выступает в роли попечителя при возникновении ухудшений финансового состояния заемщика.

- Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере.

Организация поддерживает МСП в научно-технической сфере, оказывая финансовую поддержку «целевым проектам».

Имущественная же поддержка МСП заключается в льготном пользовании и владении собственностью. Аренда предоставляется за определенную плату или на бесплатной основе. Возможность выкупа недвижимости, находящейся в собственности местного муниципалитета, предоставляется по льготной цене. Согласно ст. 18 №209-ФЗ, главным условием для субъекта является целевое использование собственности, прописанное в договоре аренды (купли-продажи).

Информационно-консультационная поддержка заключается в предоставлении необходимой информации по всем вопросам ведения МСП. Центры занятости населения оказывают бесплатную консультационную поддержку от специалистов в юридической, правовой и экономической сфере согласно ст. 20 №209-ФЗ.

Инфраструктурная государственная поддержка согласно №210-ФЗ основывается на предоставлении правового регулирования отношений между экономическими субъектами, перераспределения доходов и ресурсов с целью создания комфортных условий для реализации производства общественных благ, что запускает функционирование рыночной системы, препятствуя образованию доминантных организаций и способствуя развитию совершенной конкуренции [1].

Организационная поддержка МСП предполагает образование специализированных муниципалитетов, занимающихся профессиональным созданием и проведением тематических форумов, ярмарок и выставок с целью налаживания профессиональных отношений между субъектами МСП и реализации экономических задач государства [3]. Также государство имеет законодательную инициативу в поддержке предпринимательства:



Рисунок 3 – Примеры законодательной инициативы государства в поддержке предпринимательства

Изменение критерия пользования организацией УСН заключается в повышении границы, согласно которой доход должен составлять не более 200 млн рублей, а число сотрудников не превышать 130 человек.

Сокращение проверок малого бизнеса, исходя из данных ФНС за 9 месяцев 2019 года, количество выездных проверок снизилось на 25%. Согласно этому по итогам текущего года в сравнении с предыдущим с 1 проверяемого предпринимателя-налогоплательщика из 4000 число уменьшилось до 1 из 5000. Ограничение роста единого налога для малого бизнеса – Государственная Дума предложила понизить налог с 4,9% до 3,8%. Создание и развитие единого реестра МСП – на портале «Единый государственный реестр МСП» размещаются все сведения о субъектах малого и среднего предприятия всех регионов страны, что позволяет предпринимателям оценивать конкурентов.

Цифровизация МСП – предприниматели, пользующиеся УСН и использующие в своей работе контрольно-кассовую технику, получают право оплачивать налоги online и не предоставлять ФНС налоговую декларацию. Сегодня государство заинтересовано в развитии экономики. Процесс совершенствования «политики государственной поддержки предпринимательства» еще не завершён. Стоит отметить, что государство делает все возможное для решения основных проблем в сфере предпринимательства. Первым шагом на пути улучшения предпринимательского сектора экономики стали экономические реформы, проведенные государством [4]. И как только все проекты будут завершены, экономическое благосостояние страны стабилизируется. Исходя из всего сказанного, вопрос о поддержке МСП остается одним из наиболее актуальных в настоящее время.

Обращаясь к сайту «Электронный бюджет РФ», можно заметить, что государство реализует бюджет с целью поддержания экономической сферы, а именно: расходы составляют 32% денежной массы от общего числа, что показано на рисунке 4. Экономическая сфера включает в себя 3 отрасли: добывающее сырьё, перерабатывающее сырьё, сфера услуг. Развитие каждой из них стимулирует предпринимательская деятельность. Исходя из этого, государство, нацеленное на поддержку МСП, разрабатывает необходимые программы для поддержания и регламентации их деятельности. Бюджет РФ является основным источником финансирования предпринимательства.

Государство заинтересовано в открытии новых МСП, которые будут помогать стабилизировать экономическую ситуацию. Государственные программы не только помогают предпринимателям на стадии зарождения, но и поддерживают их на протяжении всей деятельности, что позволяет говорить об актуальности этой темы для нашей страны. Основной же причиной для открытия предприятия является личное желание человека, вызванное отсутствием среднего класса. В таблице 1 приведена статистика численности занятых в сфере предпринимательства.

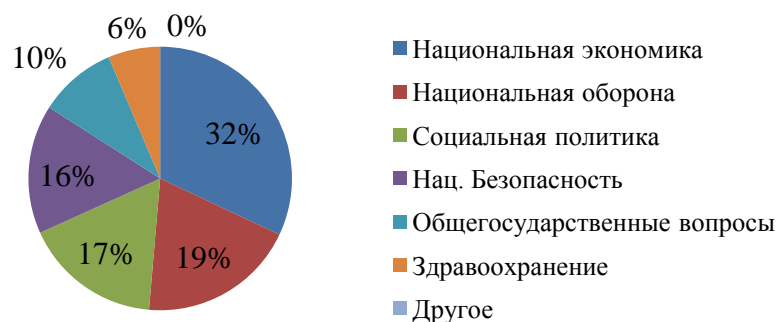


Рисунок 4 – Бюджет РФ по состоянию на 2019 г.

Таблица 1 – Численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности.

Численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности ( тыс.человек)		
2017	2018	2019
5429,5	5645,7	5682,4

Анализируя данную таблицу, можно сделать вывод о наличии трех основных сфер деятельности предпринимателей: аграрная, торговли и услуг, имущественная. Таблица показывает, что прирост с 2017 по 2018 годы составил 220 тысяч человек, а с 2018 по 2019 прирост составил 40 тысяч человек. То есть, благодаря государственной деятельности, связанной с созданием и реализацией государственных программ поддержки МСП, на территории РФ появилось сорок тысяч новых функционирующих предприятий, которые внесли свой вклад в инновационную деятельности страны. Основным субъектом финансирования бизнеса является бюджет РФ, из которого ежегодно выделяются средства для поддержания деятельности.

Взаимодействуя с государством и участвуя в программах, предприятия увеличивают масштабы, направляя продукты производства на поддержание экономического сектора страны, развивая денежные обороты. Анализируя таблицу 2, можно увидеть, что прирост внутри МСП с 2017 по 2018 гг. составил 215 млрд рублей, а с 2018 по 2019 гг. – 200 млрд рублей.

Таблица 2 – Оборот средних и малых организаций (данные приведены с учетом инфляции)

Оборот средних и малых организаций (в действующих ценах, млрд рублей)		
2017	2018	2019
6295,9	6515,8	6715,1

На рисунке 5 мы представили динамику доли предпринимательского сектора экономики в общем объеме ВВП страны. Имеет место рост данного показателя: с 2017 по 2018 гг. – на 0,1%, а с 2018 по 2019 гг. – 0,2%. Однако для стабильного развития экономики недостаточно такого прогресса. Государственная политика направлена на увеличение взносов в национальные проекты, которые должны обеспечить рост ВВП на 0,1-0,3%. Исследователи утверждают, что план государственных органов РФ в среде предпринимательства не отражает всех проблем в данной сфере. Это объясняет необходимость оптимизации государственных программ и проектов и увеличение влияния государства в данном секторе экономики.

Развиваясь, МСП помогают решать главные экономические проблемы страны, одной из них является нехватка рабочих мест. Таблица 3 показывает, что прирост занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности с 2017 по 2018 гг. составил 115 тысяч человек, а с 2018 по 2019 гг. – 250 тысяч человек.

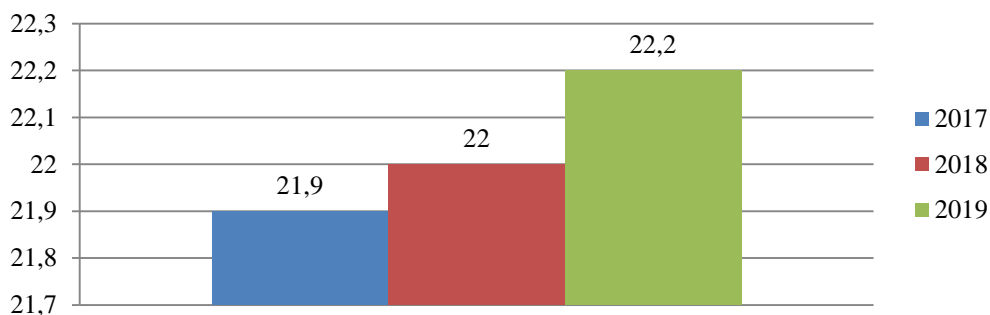


Рисунок 5 – Доля предпринимательства в ВВП страны, в процентах

Таблица 3 – Численность наёмных работников, занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности

Численность наёмных работников, занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности (тыс. человек)		
2017	2018	2019
2096,5	2213,9	2469,3

На данный момент 5% МСП пользуются государственной поддержкой и, как показывает статистика, в основном это малые предприятия. Предприниматели, пользующиеся ей, являются более успешными. По данным «РБК» и «РОССТАТА», это говорит о прогрессивности действий политики государства и значимости программ, проводимых властью [8]. Многие зарубежные экономисты утверждают, что необходимо расширить список предприятий, получающих государственную поддержку, так как МСП составляют главное звено национальной экономики во многих развитых странах. Исходя из этого, должна формироваться строгая, стабильно действующая система государственной поддержки, которая приведёт на абсолютно инновационный уровень экономической составляющей страны.

Список источников:

1. Головина Т.А., Полянин А.В., Соболева Ю.П. Государственная поддержка деятельности предпринимательских структур в современных экономических условиях России // Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. – 2019. – №3. – С. 14-25.
2. Соболева Ю.П. К вопросу о внедрении цифровых технологий в деятельность предпринимательских структур // Экономический рост как основа устойчивого развития России: сборник научных статей 4-ой Всероссийской научно-практической конференции (20-22 ноября 2019 года). – В 2-х томах, Том 2. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2019. – С. 243-246.
3. Соболева Ю.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2010.
4. Соболева Ю.П. Стратегические направления развития торговли Орловской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2010. – №8 (70). – С. 64-70.
5. Соболева Ю.П., Полякова Т.В. Обзор методов оценки рисков предпринимательской деятельности // Таврический научный обозреватель. – 2015. – №3-1. – С. 33-37.
6. Соболева Ю.П., Скулова М.В. Государственная поддержка малого бизнеса в России // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. – 2014. – №8. – С. 122-126.
7. Соболева Ю.П., Шевченко А.В. Формы поддержки малого предпринимательства // Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. 2014. – №7. – С. 97-104.
8. Устойчивое развитие России в меняющемся мире: угрозы и перспективы: монография / Маслова О.Л., Маслова Е.А., Соболева Ю.П. и др. – Москва: РУСАЙНС, 2017. – С. 26-58.
9. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха. – М.: Прогресс, 1991-1993. Выпуск 1. – 160 с.
10. Soboleva Y.P., Parshutina I.G. Marketing approach to forecasting of regional market consumption potential // Indian Journal of Science and Technology. – 2015. – Т. 8. – № Specialissue 10. – <http://www.indjst.org/index.php/indjst/article/view/84871/65551>.

# ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ

УДК 664.66:66.022.39:633.5

Вохмина Е.Е., Летяго Ю.А.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ШАФРАНА И СЕМЯН ЛЬНА В ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЯХ

Vokhmina E.E., Letyago Yu.A.

### USE OF SAFFRON AND FLAX SEEDS IN BAKERY PRODUCTS

*Вохмина Екатерина Евгеньевна; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья»; РФ, 625003, г. Тюмень, ул. Республики, д. 7; e-mail: ya.cool.foxi@yandex.ru*

*Vokhmina Ekaterina Evgenievna; Northern Trans-Ural State Agricultural University; 7 Republic Street, Tyumen 625003, Russian Federation; e-mail: ya.cool.foxi@yandex.ru*

*Летяго Юлия Александровна; кандидат сельскохозяйственных наук, доцент; ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья»; РФ, 625003, г. Тюмень, ул. Республики, д. 7; e-mail: 77720143684@mail.ru*

*Letyago Yulia Aleksandrovna; candidate of agricultural sciences, associated professor; Northern Trans-Ural State Agricultural University; 7 Republic Street, Tyumen 625003, Russian Federation; e-mail: 77720143684@mail.ru*

В настоящее время в нашей стране производство хлебобулочных изделий с новыми полезными добавками, которые улучшают самочувствие людей, является актуальной задачей. В статье представлена разработанная рецептура каравая «Юбилейный» с добавлением шафрана и семян льна, в которой пшеничная мука была заменена на кукурузную в соотношении 70:30. Кукуруза широко используется в рационе питания населения. Регулярное ее употребление снижает риск развития сердечно-сосудистых заболеваний, диабета 2 типа и ожирения. Кукуруза улучшает здоровье желудочно-кишечного тракта. В ней много пищевых волокон, которые задерживают кальций в организме. Кукурузная мука является ценным продуктом, её используют в разных отраслях хлебопечения. Внесение такой муки в каравай делает изделие вкусным, полезным и позволяет получить продукт функциональной направленности. Шафран может использоваться в пищевой промышленности как краситель оранжевого цвета, а также его польза для организма выражается в общеукрепляющем действии. Льняные семена являются источником белка, витаминов, микроэлементов, клетчатки и других, полезных для организма веществ. В результате оценки качества хлебобулочного изделия выявлено, что внесенные добавки шафрана и семян льна, безусловно, полезны для организма человека.

Production of bakery products with new additives that are useful due to their composition and which improve people's health, general state and cause positive changes in the human body is an urgent task for our country now. The article presents the developed recipe of Yubileiny loaf with the addition of saffron and flax seeds, where wheat flour was replaced with corn in 70:30 ratio. Corn is widely used in the diet of the population. Regular use of it reduces the risk of developing cardiovascular disease, diabetes of the second type and obesity. Corn improves the work of the digestive system. Corn has a lot of dietary fiber that detains calcium in the body. Corn flour is a valuable product. It is used in various bakery industries. Addition of such flour to a loaf makes the product tasty, healthy and allows to get functional product. Saffron can be used in food industry as orange pigment, and it strengthens the body in general. Flax seeds are a source of protein, vitamins, microelements, fiber and other substances valuable for the body. As a result of the quality assessment of the bakery product it was revealed that the added saffron and flax seeds are very useful for human body.

*Ключевые слова: семена льна, шафран, хлебобулочные изделия, кукурузная мука, рецептура, органолептические показатели качества, физико-химические показатели качества.*

*Keywords: flax seeds, saffron, bakery products, corn flour, recipe, organoleptic quality indicators, physicochemical quality indicators.*

Проблема здорового питания актуальна для производителей пищевых продуктов во многих странах мира. В современных условиях возрастают требования потребителей к пищевой продукции в плане получения продуктов здорового питания [6]. В России хлеб – это один из основных продуктов питания, поэтому приоритетным направлением развития хлебопекарной отрасли является повышение его качества и пищевой ценности.

Каравай – это исконно русский со сладковатой ноткой круглый дрожжевой хлеб, который является традицией в украшении праздничных столов у восточнославянских народов, а также при праздновании свадебных торжеств. Издревле каравай являлся не только традици-

онным продуктом, который символизирует плодородие и богатство и находился в центре всех праздничных обрядов, но и выступал как главное изделие на праздничном столе. Считается, что обычай одаривать вновь зародившуюся семью этим праздничным хлебом появился еще в древнеегипетской цивилизации. Караваем встречали не только молодожёнов, но и дорогих гостей, правителей, иностранцев, долгожданных гостей. Позже эти знания перекочевали в Древнюю Элладу и Рим, а с наступлением христианства стали достоянием всего мира [1].

История возникновения каравая окутана сплошной символикой. Древние люди ассоциировали пшеницу с достатком, успехом и процветанием, соответственно хлеб с золотистой коркой, выпеченный в форме небесного светила, отождествляли с удачей и достатком. Славяне поклонялись солнцу, которое освещает и обогревает нашу землю, дарит жизнь. Поэтому каравай сквозь века пронес славу сакрального символа достатка и семейного благополучия, считалось, что тот из молодоженов, который откусит большой кусок каравая, тот и будет главой семьи.

В настоящее время хлебопекарное производство располагает большими возможностями для увеличения количества предприятий, создания развитой конкурентной среды, новых рабочих мест.

Хлебопечение является социально значимой отраслью экономики. Большинство хлебозаводов, выпускающих основные сорта хлеба, решает важную стратегическую задачу обеспечения дешевым хлебом как можно большего количества человек.

В условиях жесткой конкуренции основными факторами, определяющими привлекательность товара данной категории, являются качество, ассортимент и цена.

Пищевая промышленность, как и другие отрасли экономики, обладает определенными особенностями и тенденциями развития. Одной из важнейших особенностей производства пищевых продуктов является динамический характер производства, наличие короткого производственного цикла и необходимость частого обновления ассортимента выпускаемой продукции. В настоящее время в хлебопекарной промышленности широко используются новые виды нетрадиционного сырья [7, 8]. В наших исследованиях мы применили кукурузную муку, шафран и семена льна для улучшения полезных свойств изделия.

Кукурузная мука является ценным продуктом, её используют в разных отраслях хлебопечения. Внесение такой муки делает изделие вкусным, полезным и позволяет получить продукт функциональной направленности. Кукурузную муку получают так: зерна извлекают из растения и подсушивают. Подсушенные зерна перемалывают в ударных или истирающих машинах. При перемалывании цельного зерна получается мука грубого помола, которая содержит различные фракции. Ее свойства нашли применение в хлебобулочных изделиях.

Кукурузная мука улучшает работу кишечника, уменьшает брожение, укрепляет сосуды, делает их более эластичными, противодействует скоплению холестерина. Укрепляет иммунную систему.

В исследованиях Т.В. Зубковой выявлено, что добавление в рецептуру пшеничного хлеба кукурузной муки приводит к улучшению органолептических показателей и при этом хлеб обогащается микроэлементами и витаминами [3].

В наше время в хлебобулочные изделия добавляют различные приправы для усиления вкуса, цвета и улучшения работы всех органов и систем организма. Так, например, шафран – это пряность и пищевой краситель оранжевого цвета, получаемый из высушенных рылец цветков шафрана посевного [5].

Полезность шафрана для организма человека выражается в первую очередь в общеукрепляющем воздействии. Полезные свойства часто используются в народной медицине [4]. Шафран из организма человека выводит вредные чужеродные вещества. Экстракты растения оказывают седативное, антидепрессивное, противосудорожное, гипногенное, противоопухолевое воздействие. Специя оказывает успокаивающее, мочегонное, желчегонное, антиспазматическое, слабое обезболивающее воздействие на организм.

Те, кто регулярно в умеренном количестве добавляет специю в еду, отмечают такие позитивные изменения, как активацию умственной деятельности человека, уменьшение пото-

отделения, улучшение аппетита, укрепление иммунитета, ускорение метаболизма, нормализацию процесса пищеварения.

Доказана польза шафрана при раке легких, молочной, поджелудочной желез, а также некоторых других опухолях. Например, в масле содержатся антиоксиданты, борющиеся с уже существующими раковыми клетками или их появлением [5].

В наших исследованиях была использована добавка в виде семени льна, так как лен богат полезными свойствами и оказывает лечебное воздействие на организм человека.

Лен – это достаточно известное растение, из волокон которого делают экологически чистые, натуральные ткани. С каждым годом он приобретает все больше и больше популярности. Люди используют их уже в течение нескольких тысячелетий. Кроме того, лен популярен как масличная культура. Хотя льняное масло является биологически активным веществом и имеет богатейший состав, оно пока не нашло такого широкого применения, как подсолнечное масло в кулинарии или оливковое в косметологии [2]. Льняные семена стимулируют деятельность желудочно-кишечного тракта, выводят шлаки и токсины из организма, улучшают общее самочувствие, повышают иммунитет, нормализуют уровень сахара в крови, снижают риск развития сердечно-сосудистых заболеваний. Они являются источником белка, витаминов, микроэлементов, клетчатки и других, ценных для организма веществ. Так, например, если утром натощак человек будет съедать чайную ложку семян льна, тщательно разжевывая и запивая их небольшим количеством воды, то уже через две-три недели он отметит общее улучшения самочувствия ногтей, волос, цвета кожи [2].

В таблице 1 представлена разработанная рецептура каравая «Юбилейный» с заменой 30% пшеничной муки на кукурузную и применением шафрана и семян льна.

Таблица 1 – Рецептура каравая «Юбилейный»

Наименование сырья	Масса, кг
Мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта	70,0
Мука кукурузная	30,0
Дрожжи сухие инстантные	2,0
Сахар-песок	12,0
Соль пищевая	10,0
Молоко цельное	21,6
Масло сливочное	22,0
Яйца куриные	16,0
Шафран	1,5
Семена льна	1,5
Всего:	186,6

Пшеничная мука была заменена на кукурузную в соотношении 70:30. Кукурузная мука является ценным продуктом, её используют в разных отраслях хлебопечения для выпечки хлебобулочных изделий, а также мука получила широкое распространение в приготовлении блюд [3].

Проведена пробная выпечка каравая «Юбилейный» с внесением шафрана и семян льна 1,0 (вариант 1); 1,5 (вариант 2); 2,0 (вариант 3) % к массе муки. Тесто замешивали на тестомесильной машине марки ERGO HS30.

Расстойка осуществлялась в расстоечном шкафу марки Бриз-342.

Выпекали изделия в печи марки «Муссон-ротатор» модель 99MP при температуре 180 градусов продолжительностью 60 минут.

Определение органолептических показателей качества изделий проводили по ГОСТ 31805-2018 «Изделия хлебобулочные из пшеничной хлебопекарной муки. Общие технические условия». Показатели качества представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Органолептические показатели качества каравая «Юбилейный»

Наименование показателей	Характеристика образца
Внешний вид	Округлый, с наличием притисков
Поверхность	Шероховатая, без крупных трещин и подрывов
Цвет	Светло - коричневый
Состояние мякиша	Пропеченный, не влажный на ощупь, эластичный
Промес	Без комочков и следов непромеса
Вкус	Свойственный изделию данного вида, привкус кукурузы
Запах	Свойственный изделию данного вида, без постороннего запаха

Органолептические показатели качества соответствуют требованиям государственного стандарта, по вкусовым качествам ощущается привкус кукурузы.

В таблице 3 представлены физико-химические показатели качества каравая «Юбилейный».

Таблица 3 – Физико-химические показатели каравая «Юбилейный»

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Влажность, %	38	39	41
Кислотность, град.	2,2	2,2	2,4
Пористость, %	72	74	71

Внесение в рецептуру каравая 1,5% шафрана и такого же количества семян льна будет являться оптимальным вариантом по показателям качества готовых изделий.

Благодаря внесению таких добавок, как шафран и семена льна, изделие не только полезное, но и соответствует требованиям, предъявляемым государственным стандартом.

Список источников:

1. Гутько О.Л., Фолитарик В.В. Свадебный каравай «судод»: знаково-символическое пространство // VIII Лазаревские чтения «Лики традиционной культуры в современном культурном пространстве: ренессанс базовых ценностей?»: Сборник материалов международной научной конференции: в 2 частях. / сост. Л.Н. Лазарева. – Челябинск: Челябинский государственный институт культуры, 2018. – С. 179-180.
2. Жученко А.А. Лен в России и мировые тенденции его производства // Селекция, семеноводство, возделывание и первичная обработка льна-долгунца: Сб. науч. тр. ВНИИ льна. Вып. 28-29. – Торжок, 1994. – С. 5-23.
3. Зубкова Т.В. Хлеб с добавлением кукурузной муки // Агропромышленные технологии Центральной России. – 2017. – №2 (4). – С. 14-20.
4. Кадыров Т.Д., Позилжонов И.И., Жахонгиров Ш.Х. Шафран посевой // Вестник научных конференций. – 2019. – №1-3 (41). – С. 33-34.
5. Кароматов И.Д., Муродова М.М. Шафран приправа и лекарственное растение (обзор литературы) // Биология и интегративная медицина. – 2018. – №3 (20). – С. 147-177.
6. Летяго Ю.А., Грязнов А.А, Белкина Р.И. Получение хлеба из смесей муки пшеничной высшего сорта, обойной из зерна голозерного ячменя Нудум 95 и обойной из зерна тритикале Цекад 90 // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2019. – №152. – С. 45-53.
7. Летяго Ю.А., Панкова А.В. Разработка рецептур хлебобулочных изделий с использованием фруктового сырья // Мир инноваций. – 2017. – №3-4. – С. 128-130.
8. Летяго Ю.А., Белкина Р.И. Разработка рецептур хлеба с добавлением муки из зерна ячменя и тритикале // Вестник КрасГАУ. – 2019. – 12. – С. 176-182.

Баянова Д.С.

## ПРИМЕНЕНИЕ РОЗМАРИНА В ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЯХ

Bayanova D.S.

### USE OF ROSEMARY IN BAKERY PRODUCTS

**Баянова Дарья Сергеевна\***; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья»; РФ, 625003, г. Тюмень, ул. Республики, д. 7; e-mail: ya.cool.foxi@yandex.ru

**Bayanova Daria Sergeevna**; Northern Trans-Ural State Agricultural University; 7 Republic Street, Tyumen 625003, Russian Federation; e-mail: ya.cool.foxi@yandex.ru

В наше время рынок хлебобулочных изделий очень разнообразен. В первую очередь этим он обязан модулю развития пищевых продуктов и ингредиентов, благодаря которому создаются и воплощаются рецептуры изделий с различными добавками. В статье представлена разработанная рецептура Королевской ватрушки с применением розмарина в качестве добавки. Обосновать этот выбор можно тем, что розмарин является одним из самых популярных натуральных лекарственных средств. Это довольно сильный стимулятор, а также мощный источник антиоксидантов, способствующих долголетию, здоровью, активной жизни человека. Проведена пробная выпечка готовой продукции и определены показатели качества изделий.

Bakery market is nowadays very diverse. First of all, it is due to the development module of food products and ingredients thanks to which products formulations with various additives are designed and created. The article presents the developed recipe for Korolevskaya vatrushka (Royal cheesecake) with rosemary. Rosemary was used as a cheesecake additive. This choice can be justified by the fact that rosemary is one of the most popular natural medicines. This is a fairly strong stimulant, as well as a powerful source of antioxidants that contribute to longevity, health, and active human life. Test baking of finished products was carried out and product quality indicators were determined.

**Ключевые слова:** хлебобулочные изделия, розмарин, рецептура, ватрушка, органолептические показатели качества, физико-химические показатели качества.

**Keywords:** bakery products, rosemary, recipe, cheesecake, organoleptic quality indicators, physicochemical quality indicators.

В питании человека хлеб и хлебобулочные изделия занимают особое место. Без хлебобулочных изделий невозможно представить пищевой рацион населения. С каждым годом у человечества растут потребности в разнообразии вкусовых ощущений, именно поэтому хлебопекарное производство не стоит на месте, а хлебобулочные изделия служат повседневным поставщиком растительной клетчатки. При употреблении хлебобулочных изделий человек почти полностью покрывает потребность в железе, получает значительную долю марганца и фосфора. Технологический процесс производства хлебобулочных изделий относится к сложным процессам, где свойства сырья оценивают, прежде всего, качеством готовой продукции. В наших исследованиях неслучайно было выбрано такое изделие, как «Королевская ватрушка».

Слово «ватрушка» происходит от польского «watra», которое переводится как «огонь» либо «очаг». Специалисты считают, что это объясняется выпечкой первых придуманных ватрушек на открытом огне. Начинка этой выпечки может быть любой, но по классической рецептуре – это сладкий творог. Известны также ватрушки с повидлом и вареной сгущенкой [4].

В настоящее время широкое распространение получило производство и использование функционального питания. Обеспечение населения функциональными продуктами – это задача, нуждающаяся в решении и развитии, так как потребление таких продуктов предупреждает сердечные заболевания и старение организма в условиях экологического неблагополучия, оказывает физиологическое воздействие, благоприятно влияя на одну или более целевые функции организма, укрепляя здоровье или снижая риск заболевания. В науке и производстве накоплен определенный опыт по созданию альтернативного ассортимента изделий, обогащенных пищевыми, биологически активными, минеральными и другими веществами, разрабо-

\* Научный руководитель: **Летяго Юлия Александровна**, к.с.-х.н., доцент; e-mail: 77720143684@mail.ru

таны технологии их приготовления. Однако существующие технологические приемы и степень обогащения хлебобулочных изделий ограничиваются сложившимися стереотипами населения, показателями готовой продукции и вносимыми ингредиентами.

Для повышения потребительских свойств в рецептуре хлебобулочных изделий дополнительно вводят различные добавки, которые обладают полезными свойствами [3, 8, 9].

Розмарин – вечнозеленое, теплолюбивое растение, но в первую очередь это приправа, которую знают и ценят по всему миру, она используется в качестве ароматической добавки. Упоминания о розмарине встречаются в древних рукописях Египта, Рима, Греции. Растение считалось священным и использовалось в обрядах по исцелению, изгнанию злых духов из жилищ [7].

Розмарин содержит витамины А, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>4</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>9</sub>, С, К, РР, макро-, микроэлементы (кальций, калий, натрий, магний, фосфор, железо, цинк, марганец, селен, медь), жирные, аминокислоты (олеиновую, линолевую, пальметиновую, валин, лизин, триптофан, др.), дубильные вещества, эфирное масло. Растение богато пищевыми волокнами [6].

Из-за химического состава спектр лечебного действия приправы широк. Розмарин усиливает иммунитет, улучшает настроение, борется с воспалительными процессами, выводит токсины, улучшает память, ускоряет обмен веществ, снижает уровень холестерина в крови [7]. Традиционно он применялся в пище из-за своего приятного вкуса и аромата. Розмарин обладает сильными антиоксидантными свойствами, является источником более 12 антиоксидантов.

Хлебобулочные изделия пользуются большим спросом у потребителей, так как они вкусные и питательные. Ярким примером такого изделия, несомненно, является «Королевская ватрушка». Для исследования в рецептуре использовался розмарин, нарезанный в виде приправы.

В таблице 1 представлена разработанная рецептура «Королевская ватрушка» с розмарином.

Таблица 1 – Рецептура «Королевская ватрушка»

Наименование сырья	Масса, кг
Мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта	100,0
Масло сливочное	50,0
Сахар	37,5
Разрыхлитель	1,0
Для начинки	
Творог	75,0
Яйца куриные	20,0
Розмарин	2,5
Итого:	286

Проведена пробная выпечка королевской ватрушки с розмарином. Тесто замешивали на тестомесильной машине марки ERGO HS30. Выпечка проводилась в ротационной печи «Муссон-ротатор» 99MP-01 при температуре 1600 С 40 минут.

Показатели качества готовой продукции определяли по ГОСТу 31805-2018 «Изделия хлебобулочные из пшеничной хлебопекарной муки. Общие технические условия» [2] (табл. 2).

Таблица 2 – Органолептические показатели качества изделия

Наименование показателей	Характеристика образца
Внешний вид	Круглая форма
Поверхность	Светло-коричневая, без трещин и подрывов
Консистенция начинки	Пропеченная, нежидкая
Вкус	Свойственный наименованию изделия, без постороннего привкуса
Запах	Запах приятный

Все органолептические показатели качества соответствуют требованиям государственного стандарта.

В соответствии с требованиями стандартов по физико-химическим показателям качества хлебобулочных изделий определена влажность готовых изделий (рис. 1). Была проведена проба трех образцов с разными дозировками внесения розмарина – 2,0; 2,5 и 3,0%. У первой пробы влажность составила 30%, у второй – 28%; показатель у окончательной пробы изделия составил 27%, что соответствует требованиям ГОСТа. Рекомендуемый вариант – это 2,5% внесения розмарина в Королевскую ватрушку.

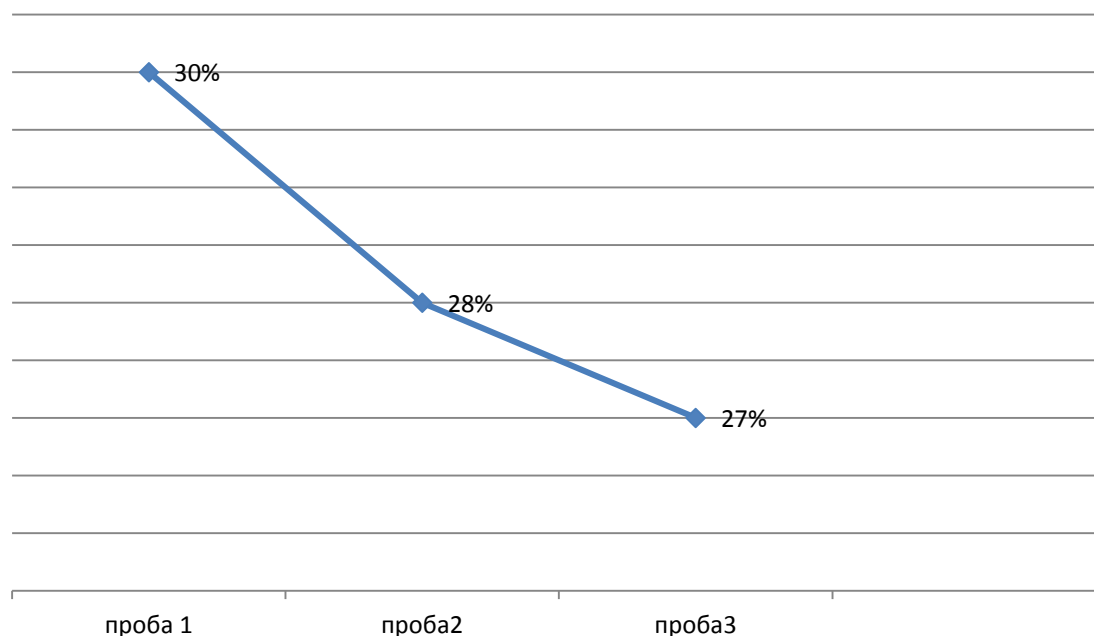


Рисунок 1 – Влажность готовых изделий, %

Хлебобулочные изделия в нашей стране всегда являлись важнейшими продуктами питания. Для решения задачи по развитию производства продуктов питания, обогащенных витаминами и минеральными веществами, актуальным будет создание новых видов хлебобулочных изделий с применением различных добавок, придающих готовому продукту лечебные и профилактические свойства и оказывающих существенное влияние на качественный и количественный состав рациона питания человека. В этой связи представляется целесообразным использование розмарина как пищевой добавки. Благодаря такой добавке изделие приобрело не только ряд полезных компонентов, которые укрепляют иммунитет, а также микро- и макроэлементы, которые оказывают влияние на состояние здоровья, работоспособность и активное долголетие.

#### Список источников:

1. Булгакова Н.Н. Разработка и совершенствование технологий хлебобулочных изделий функционального назначения: автореф. дис. канд. техн. наук. – Воронеж, 2004. – 26 с.
2. ГОСТ 31805-2018 «Изделия хлебобулочные из пшеничной хлебопекарной муки. Общие технические условия».
3. Грязнов А.А., Летяго Ю.А., Белкина Р.И., Пономарева Е.И. Получение хлеба с использованием смесей муки пшеничной высшего сорта и обойной из зерна пигментированного ячменя сорта Гранал 32 // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2019. – Т. 81. – №1 (79). – С.196-200.
4. Ермилова С.В., Соколова Е.И. Торты, пирожные и десерты. – М.: Академия, 2012. – 80 с.
5. Ковэн С., Янг. Л. Практические рекомендации хлебопекам и кондитерам. – М.: Профессия, 2005. – 250 с.

6. Константинов Ю. Лекарственная зелень. – М.: Центрполиграф, 2012. – 160 с.
7. Купцова Ю.Ю. Обогащение ржано-пшеничного хлеба CO<sub>2</sub>-экстрактом розмарина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2012. – №1-1. – С. 162а.
8. Летьго Ю.А., Панкова А.В. Разработка рецептур хлебобулочных изделий с использованием фруктового сырья // Мир инноваций. –2017. – №3-4. – С. 128-130.
9. Летьго Ю.А., Белкина Р.И. Разработка рецептур хлеба с добавлением муки из зерна ячменя и тритикале // Вестник КрасГАУ. – 2019. – 12. – С. 176-182.
10. Летьго Ю.А., Грязнов А.А, Белкина Р.И. Получение хлеба из смесей муки пшеничной высшего сорта, обойной из зерна голозерного ячменя Нудум 95 и обойной из зерна тритикале Цекад 90 // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2019. – №152. – С. 45-53.

Петрова Я.С.

## ВЛИЯНИЕ ПОРОШКА СПИРУЛИНЫ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ПИРОЖНОГО МАКАРОН

Petrova Ya.S.

### INFLUENCE OF SPIRULINA POWDER ON QUALITY INDICATORS OF MACARON CAKE

*Петрова Яна Сергеевна\**; обучающаяся, ФГБОУ ВО «Государственный аграрный университет Северного Зауралья»; РФ, 625003, г. Тюмень, ул. Республики, д. 7; e-mail: Vlad45russ99@mail.ru

*Petrova Yana Sergeevna*; Northern Trans-Ural State Agricultural University; 7 Republic Street, Tyumen 625003, Russian Federation; e-mail: Vlad45russ99@mail.ru

В статье представлены данные по изучению влияния порошка спирулины на показатели качества пирожного макарон. Исследования проведены в лаборатории-пекарне Механико-технологического института Государственного аграрного университета Северного Зауралья. В пирожное макарон вносили зеленый и голубой порошок спирулины. Биологическая ценность спирулины велика. Пирожное макарон с внесением зеленого и голубого красителя спирулины обладало вкусом, характерным для данного продукта. Цвет изменился от светло-кремового до темно-зеленого и темно-синего. Внесение зеленого и синего красителя на основе спирулины в пирожное макарон позволит расширить ассортимент кондитерских изделий, а также обогатить его полезными веществами.

In the article the results of the research on the influence of spirulina powder on quality indicators of macaroon cake are presented. The research was carried out in the laboratory-bakery of mechanical-technological institute of Northern Trans-Ural State Agricultural University. Green and blue spirulina powder was added in macaroon cake. Biological value of spirulina is great. Macaroon cake with green and blue spirulina pigment possessed the taste characteristic of products in the composition of macaroon. The colour has changed from light-cream to dark green and dark blue. Addition of green and dark blue spirulina pigment to macaroon cake will allow to expand the assortment of confectionery products and to enrich it with useful substances which spirulina contains.

*Ключевые слова:* спирулина, показатели качества, пирожное макарон.

*Keywords:* spirulina, quality indicators, macaroon cake.

Значительной части населения России необходимы специализированные продукты питания. Вместе с тем, в стране они производятся в небольших количествах. В связи с этим определенный интерес представляют разработки технологий и рецептур специализированных мучных изделий с использованием нетрадиционного растительного сырья, т.е. натуральных компонентов.

С целью расширения ассортимента, повышения пищевой ценности и улучшения качества мучных кондитерских изделий разрабатывают технологии, обеспечивающие использование в производстве пищевых добавок из нетрадиционного растительного сырья, которое позволит улучшить потребительские характеристики продуктов питания. Плодовое и овощное сырье, имеющее в своем составе пектиновые вещества, белки, целлюлозу, гемицеллюлозу, способно образовывать с белками муки белково-полисахаридные комплексы. При этом происходит увеличение влагоудерживающей способности белков, которое также связано с содержанием в клеточном соке плодов, ягод и овощей электролитов, повышающих гидратацию белковых молекул и осмотическое давление в системе, что усиливает прочность связи капиллярной влаги и тем самым способствует стабилизации структуры теста, повышению качества изделий, увеличению выхода, замедлению черствения.

Морские водоросли с древних времен привлекали внимание человека. В летописях разных народов о них сохранились многочисленные сказания. Морские водоросли использовали не только как прекрасный пищевой продукт, но и как эффективное средство для профилактики и лечения многих заболеваний.

\* Научный руководитель: *Летяго Юлия Александровна*, к.с.-х.н., доцент; e-mail: 77720143684@mail.ru

Спирулина – это сине-зеленая многоклеточная нитчатая спиральная микроводоросль. Произрастает в озерах тропического и субтропического регионов Африки и Азии [2].

Это уникальная голубая водоросль, при употреблении которой происходит интенсивное выведение шлаков и токсинов, а каждая клетка подпитывается ценнейшими, жизненно важными для нее элементами, что способствует омоложению и восстановлению всего организма. В мире спирулину считают продуктом нового поколения, превосходящим все известные элементы питания и медицинские препараты.

Помимо высокого (до 70%) содержания белка, она также содержит витамин В<sub>12</sub> и провитамин А (β-каротины). У спирулины отсутствуют клеточные стенки из целлюлозы, поэтому она легко усваивается [10].

Ценность спирулины определяется в большой степени качеством белков, их аминокислотным составом, а также физиологической сбалансированностью состава белков, углеводов, витаминов, аминокислот, макро- и микроэлементов, эссенциальных жирных кислот.

В настоящее время расширяется использование микроводорослей, в составе которых находятся биологически активные вещества, обладающие очень ценными свойствами, в том числе антиоксидантными.

Спирулина содержит большое количество природных антиоксидантов и комплексного железа. Кроме того, в её состав входят цинк, магний, медь, селен, витамин Е, В<sub>1</sub> и В<sub>6</sub> [8].

В пищевой промышленности спирулина используется также как краситель. Существует несколько красителей на основе спирулины. Цвет красителя на основе спирулины обуславливается наличием пигментов, таких как хлорофилл, фикоцианин и β-каротин.

В данной статье будут рассмотрены зеленая и синяя спирулина.

Зеленый краситель спирулина содержит в себе пигмент хлорофилл. Данный пигмент находится в клетках спирулины в легко усваиваемой форме. Хлорофилл способствует восстановлению клеток печени, а также обладает противоопухолевым действием [2].

Синий краситель спирулина содержит в себе фикоцианин. Фикоцианин – единственное известное вещество, способное останавливать рост раковых клеток [2].

Макарон – сладкое кондитерское изделие на основе безе, классический французский рецепт макарон состоит из миндальной муки, сахара-песка, яичных белков и сахара для кондитеров [9]. Для повышения потребительских свойств в рецептуры изделий дополнительно вводят различные добавки, которые обладают полезными свойствами [3, 4, 6, 7].

Цель исследования – изучить влияние красителей на основе зеленой и синей спирулины на органолептические показатели качества пирожного макарон.

Задачи исследования:

1. Изучить полезные свойства зеленой и синей спирулины;
2. Произвести пробную выпечку макарон;
3. Определить органолептические свойства изделий.

Методика исследования. В качестве контрольного образца была использована рецептура пирожного макарон. Зеленый краситель спирулины вносили в тесто и крем в количестве 5% (второй вариант). Голубой краситель спирулины вносили в тесто и крем в количестве 5% (третий вариант). Пробная выпечка с внесением красителей была проведена в лаборатории-пекарне Механико-технологического института Государственного аграрного университета Северного Зауралья. Выпечка проводилась в лабораторной печи «ШХЛ-065 СПУ» в течение 15 минут при температуре 1500°С.

Органолептические показатели пирожного макарон проведены по методике ГОСТ 5897-90 [1].

Результаты исследования. Органолептические показатели приведены в таблице 1. Пирожное макарон во всех трех вариантах имело правильную поверхность, структуру и форму, соответствующую ТТК [5]. Вкус пирожного макарон в контрольном варианте был характерным для входящих в рецепт продуктов, во втором и третьем варианте (5% красителя) он также соответствовал контрольному варианту. Все три варианта пропеченную консистенцию. Второй вариант (5% зеленой спирулины) обладал светло-зеленой окраской, третий вариант (5% голубой спирулины) – темно-синей окраской.

Таблица 1 – Органолептические показатели качества пирожного макарон с внесением красителей на основе спирулины

Показатель	1 вариант (контрольный)	2 вариант (зеленая спирулина) (5 %)	3 вариант (голубая спирулина) (5 %)
Вкус	Соответствует		
Поверхность	Верхняя и нижняя – выпуклая, с гладкой верхней и нижней поверхностью		
Вид в изломе	Пропечен, без комочков, светло-кремовая окраска	Пропечен, без комочков, светло-зеленая окраска	Пропечен, без комочков, темно-синяя окраска
Структура	Структура хрупкая, крупнопористая		
Форма	Правильная с выпуклой верхней и нижней поверхностью, с рифлеными краями		

#### Выводы:

1. Благодаря высокому содержанию полезных химических веществ красители на основе спирулины оказывают благотворное влияние на организм человека.
2. Внесение красителей на основе спирулины оказало влияние на органолептические показатели качества пирожного макарон: цвет изменился от светло-кремового до темно-зеленого (второй вариант) и темно-синего (третий вариант). Пирожное макарон во всех трех вариантах имело вкус, характерный для сырья, входящего в рецептуру. Показатели качества соответствуют требованиям государственного стандарта.
3. Внесение красителей на основе спирулины позволит расширить ассортимент кондитерских изделий.

#### Список источников:

1. ГОСТ 5897-90. Изделия кондитерские. Методы определения органолептических показателей качества, размеров, массы нетто и составных частей.
2. Кедик С.А. Спирулина – пицца 21 века / Под ред. С.А. Кедика. – М.: Фарма-центр, 2010. – 166 с.
3. Петрова Я.С., Летяго Ю.А. Использование матчи в мучных кондитерских изделиях // Актуальные вопросы науки и хозяйства: новые вызовы и решения: Сборник материалов ЛIII Международной студенческой научно-практической конференции. – Том. Часть 2. – Тюмень: Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2019. – С. 86-91.
4. Попова Н.А., Летяго Ю.А. Обогащение капкейков фисташковой крошкой // Актуальные вопросы науки и хозяйства: новые вызовы и решения: Сборник материалов ЛIII Международной студенческой научно-практической конференции. – Том. Часть 2. – Тюмень: Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2019. – С. 160-165.
5. ТТК 2241. Макарун Macarons – миндальное печенье.
6. Штриккер Н.С., Летяго Ю.А. Обогащение зефира морковным пюре // Актуальные вопросы науки и хозяйства: новые вызовы и решения: Сборник материалов ЛIII Международной студенческой научно-практической конференции. – Том. Часть 2. – Тюмень: Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2019. – С. 95-99.
7. Яковлева Н.И., Летяго Ю.А. Разработка рецептуры кекса с добавлением кунжутной и цельнозерновой муки // Мир инноваций. – 2019. – №3. – С. 3-6.
8. Хмельёва Е.В., Березина Н.А., Румянцева В.В., Осипова Г.А. Использование микроводоросли спирулина в технологии зернового хлеба // Хлебопродукты. – 2018. – №8. – С. 50-53.
9. Annie Wu Optimizing sugar ratios for macaron taste and structure // Food Science. – 2018. – Vol. 2. – P. 12.
10. Salazar M, Chamorro G, Salazar S, Steele C. Effect of Spirulina maxima consumption on reproductive and peri- and postnatal development in rats // Food and Chemical Toxicology. – 1996. – P. 353-359.

## ОБЩАЯ И ПРАКТИЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИКА

УДК 796.011.1:378

Должикова Х.В., Зубарева Т.В., Должиков А.Г.

ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩЕЕ ПОВЕДЕНИЕ  
В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Dolzhikova Kh.V., Zubareva T.V., Dolzhikov A.G.

## HEALTH-SAVING BEHAVIOR IN THE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION

*Должикова Христина Викторовна; старший преподаватель, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; аспирант, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95;  
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

*Зубарева Татьяна Викторовна; старший преподаватель ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;  
e-mail: antidepressant1990@mail.ru*

*Должиков Алексей Геннадьевич; тренер, БУ ОО СШОР «Русичи»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Тургенева, д. 55;  
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

*Тема здоровья и здоровьесберегающего поведения становится актуальной по отношению к учащимся, так как они являются будущими выпускниками вузов и специалистами во всех сферах деятельности. В данной статье рассматриваются различные здоровьесберегающие принципы, направления и пути их реализации в высших учебных заведениях.*

*Ключевые слова: здоровьесберегающее поведение, здоровье, здоровый образ жизни, здоровьесберегающие принципы, молодежь.*

*Dolzhikova Khristina Viktorovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; PhD student, Orel State University named after I.S. Turgenev; 95 Komsomolskaya Street, Orel 302026, Russian Federation;  
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

*Zubareva Tatyana Viktorovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;  
e-mail: antidepressant1990@mail.ru*

*Dolzhikov Alexey Gennadievich; Olympic reserve sports school "Rusichi"; 55 Turgenev Street, Orel 302028, Russian Federation;  
e-mail: hristinanovikovapochta@mail.ru*

*The problem of health and health-saving behavior is becoming relevant to young students, as they are future graduates of the universities and specialists in all fields of activity. The article discusses various health-saving principles, directions and ways of their implementation in higher education institutions.*

*Keywords: health-saving behavior, health, healthy lifestyle, health-saving principles, youth.*

Важнейшая и главная потребность человека – это здоровье. А хорошее здоровье – это условия, при которых человек выполняет биологические и социальные функции. Это фундамент самореализации личности, а болезнь, в свою очередь, является ограничением в жизни человека. Через статистику заболеваемости и смертности можно проследить уровень здоровья нации. Сравнивая показатели здоровья мужчин и женщин, был обнаружен факт, что характеристики их индивидуального здоровья разнятся. Показатели здоровья у мужчин оказались ниже, чем у женщин. Объясняется это тем, что женский организм имеет высокую генетическую устойчивость и воздействие негативных факторов на него минимально. К своему здоровью женщины относятся более внимательно, показатели их индивидуального здоровья лучше, потому что они являются продолжательницами рода, а также выполняют все больше социальных и физических нагрузок. Они чаще обращаются за медицинской помощью и при необходимости проходят курс лечения. Мужчины неохотно принимают любые виды лечения, имеют много вредных привычек, среди которых: употребление алкоголя и курение – все это приводит к высокой смертности. Согласно определению Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ (ред. от 27.12.2019, с изм. от 13.01.2020) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», здоровье – состояние физического, психического и социального благополучия человека, при котором отсутствуют заболевания, а также расстройства функций органов и си-

стем организма [5]. Поэтому отсутствие болезней и отклонений в структурах и процессах организма следует рассматривать как здоровье.

Сохранение и укрепление здоровья у молодежи всегда вызывали множество споров в отношении организации учебного процесса при тесной взаимосвязи физического воспитания и профессионального обучения. Готовность к профессиональной деятельности студентов во многом предопределяется показателями состояния здоровья, оно зависит как от физического воспитания, так и от поведения, которое направленно на его сохранение и поддержание. Проблема состояния здоровья молодежи является актуальным вопросом, ведь в связи с повышенной занятостью на самоподготовку и обучение в вузе студенты не способны выделить достаточное количество времени для физических упражнений. Отсутствие занятий спортом и минимальная двигательная активность провоцируют рост заболеваемости, хронических и приобретенных болезней, поэтому здоровьесберегающее поведение является главным фактором здоровья. Здоровьесберегающее поведение – это самый действенный способ для того, чтобы сохранить и укрепить здоровье молодежи и студентов [2].

В студенческой среде формирование здоровьесберегающего поведения особенно важно. Общество начало осознавать важность понятия «здоровьесберегающее поведение», поскольку любую болезнь, будь она физическая или психическая, легче и целесообразнее предотвратить, чем потом устранять ее последствия, прилагая для этого силы, затрачивая время и возможности.

Понятие «здоровьесберегающее поведение» имеет сходство с понятием «здоровый образ жизни». Составляющие характеристики здорового образа жизни – это занятия физической культурой, закаливание, организация труда и отдыха, отказ от вредных привычек, правильное и рациональное питание, личная гигиена. Здоровый образ жизни – это способ организации бытовых, производственных и культурных сторон жизнедеятельности. Здоровый образ жизни – основа долголетия [1].

Семья и школа являются институтами, отвечающими за формирование здоровьесберегающего поведения молодого поколения. Мировоззрение, культура и образ жизни человека во многом будут зависеть от того, что было заложено в него с раннего детства. В дальнейшем большое влияние на поддержание здоровьесберегающего поведения оказывает учебное заведение высшего профессионального образования. Педагогическое воздействие на личность в формировании установки на здоровый образ жизни – это долгий и трудный процесс.

Формирование концепций здорового образа жизни и их внедрение в педагогическую практику высшей школы не дает достаточного результата в процессе непрерывного обучения. Важными факторами здоровьесберегающего поведения у молодежи является внутренняя мотивация и стимул для того, чтобы соблюдать здоровый образ жизни. Когда отсутствует личная мотивация для ведения здорового образа жизни, то эффективность инструментов физической культуры недостаточна и дальнейшее обучение в вузе не дает необходимого эффекта. Из вышесказанного можно сделать следующий вывод: даже базовые основы здорового образа жизни с трудом удается заложить в умы молодому поколению. Поэтому молодежь должна сама определиться и осознать, для чего им нужно здоровье и здоровый образ жизни.

Образ жизни является определяющим фактором здоровья. Формирование установки на здоровьесберегающее поведение является важнейшей задачей государства, медицины, социальной защиты и, безусловно, образования. В высших учебных заведениях необходимо реализовывать программу укрепления здоровья студентов, заниматься изучением теоретических основ здорового образа жизни и здоровьесберегающего поведения, а также привлекать студентов к занятиям физической культурой и спортом.

Для реализации здоровьесберегающего поведения необходимы следующие компоненты: здоровьесберегающий, аксиологический, гносеологический, эмоционально-волевой, экологический.

Здоровьесберегающий принцип направлен на формирование у студентов потребности к систематическим занятиям спортом, повышению своей двигательной активности. С его помощью формируются основные принципы здорового образа жизни, проводятся воспитатель-

ные работы по предупреждению вредных привычек, рассматриваются правила здорового и сбалансированного питания и т.д.

Аксиологический принцип дает понятие студентам о важности сохранения своего здоровья и включает в себя регулярные занятия спортом. Данный принцип направлен на формирование ответственности к здоровью и воспитание культуры здоровьесберегающего поведения.

Гносеологический принцип связан с приобретением необходимых для здоровьесбережения знаний и умений, связанных с интересом к вопросам собственного здоровья, к изучению литературы по этой теме и различных методик по оздоровлению и укреплению организма [4].

Эмоционально-волевой принцип способствует развитию силы воли, мотивирует обучающихся к занятиям физической культурой и спортом, создает психологические установки здорового образа жизни.

Экологический принцип – это совокупность мер, формирующих экологически оптимальные условия жизни и деятельности участников образовательного процесса, укрепляет духовно-нравственное здоровье обучающихся.

Одним из главных инструментов формирования здоровьесберегающего поведения являются здоровьесберегающие технологии. Здоровьесберегающие технологии - это совокупность принципов и приемов педагогической деятельности, направленных на обучение и воспитание обучающихся, а также формирование, сохранение и укрепление их здоровья.

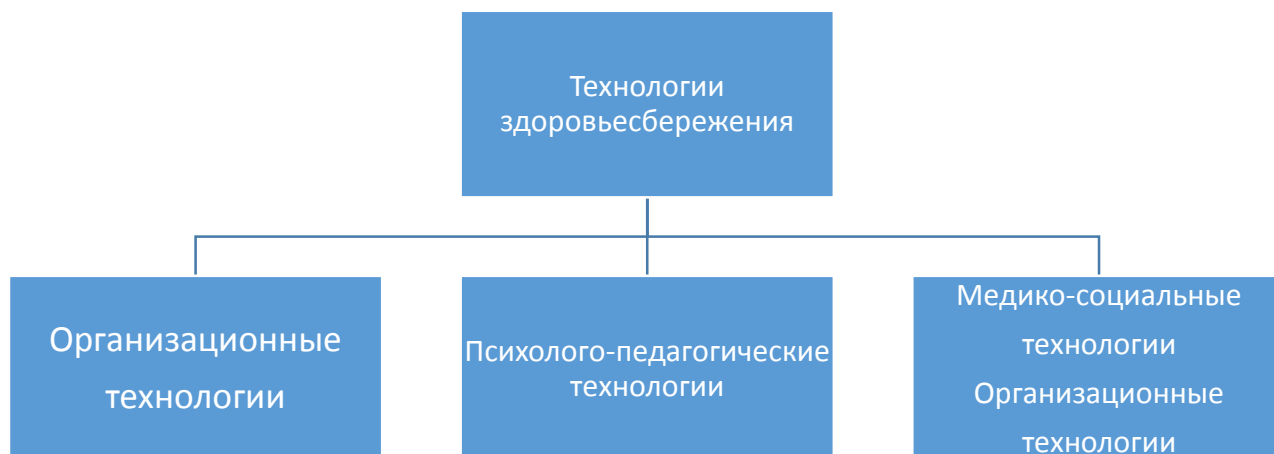


Рисунок 1 – Основные направления здоровьесбережения

К основным направлениям технологий здоровьесбережения относятся:

1. Организационные: анализ образовательной среды с точки зрения ее влияния на здоровье обучающихся; координацию деятельности структурных подразделений профессиональной образовательной организации по созданию условий для обеспечения физического, психического и социального благополучия студентов; волонтерское движение; межведомственное взаимодействие по вопросам здоровьесбережения и др.

2. Психолого-педагогические технологии: обучение здоровьесберегающей деятельности; технологии формирования мотивационно-ценностного отношения к здоровью и здоровому образу жизни; технологии совершенствования физической подготовки; скрининг и мониторинг психического благополучия обучающихся; выявление и дифференцирование отклоняющихся поведенческих реакций отдельных индивидуумов в коллективе; проведение тренингов для студентов группы риска нарушений здоровья и девиантного поведения; организацию курсов повышения квалификации для педагогов в вопросах применения здоровьесберегающих образовательных технологий и др.

3. Медико-социальные: скрининг и мониторинг физического, психического и социального компонентов здоровья обучающихся; организация и проведение оздоровительных меро-

приятый; проведение выездных медико-реабилитационных мероприятий и др. [6].

Содержание представленных технологий здоровьесберегающей деятельности является эффективным показателем работы образовательной организации по сохранению и укреплению здоровья обучающихся.

Подводя итог, можно с уверенностью сказать, что здоровьесберегающее поведение -это самый действенный способ для того, чтобы сохранить и укрепить здоровье молодежи и студентов. Главными предпосылками к здоровому образу жизни служат хорошие условия труда, организация быта и досуга. Однако в первую очередь каждый сам должен ответственно относиться к своему собственному здоровью.

#### Список источников:

1. Гринин А.В. Валеология, как наука о здоровье и здоровом образе жизни // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2018. – №8. – С. 249-252.
2. Должикова Х.В. Здоровьесберегающее поведение молодежи и студентов: сущность понятия и принципы формирования // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2019. – №9. – С. 125-128.
3. Заводный Н.А. Гендерно ориентированная модель формирования здоровьесберегающего поведения студентов вуза // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – №8 (август). – С. 201-205. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/15297.htm>.
4. Ивахненко Г.А. Здоровьесберегающие технологии в российских вузах // Вестник института социологии. – 2013. – №6. – С. 99-111.
5. Федеральный закон от 21.11.2011 №323-ФЗ (ред. от 27.12.2019, с изм. от 13.01.2020) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2020) [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_121895/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/).
6. Федоров В.А., Третьякова Н.В. Профессиональное образование: основные проблемы и направления здоровьесберегающей деятельности // Вестник ФГОУ ВПО МГАУ. – 2014. – №4. – С. 39-43.

**УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ****ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ**

1. Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журналах ОрелГУЭТ.

2. Редакция журналов ОрелГУЭТ принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики и других социально-гуманитарных наук, а также отдельных направлений естественно-технических наук (математики, информатики, товароведения, технологии и гигиены питания). Материалы, не соответствующие по тематике перечисленным предметным областям, к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь рецензию специалиста соответствующего научного профиля (доктора наук, профессора). Кроме этого, при условии публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Главный редактор журнала направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. При отсутствии члена редсовета или поступлении статьи от члена редакционного совета главный редактор направляет статью для рецензирования внешним рецензентам.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних трех лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционного совета рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, направленная автором в редакцию после устранения замечаний, проходит повторное рецензирование у члена общей или специализированной редакционной коллегии, осуществившего первичное рецензирование данной статьи.

10. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: когда отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление научную дисциплину; член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

**ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:**

1. Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

2. Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

3. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления».

4. Обязательным является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

5. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

6. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

7. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования (не менее 70%), поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

8. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» ([http://orelgiet.ru/public/Nauchnye\\_zapiski\\_Orel\\_GIET](http://orelgiet.ru/public/Nauchnye_zapiski_Orel_GIET)), Научной электронной библиотеки ([www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

9. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Более подробно требования к публикуемым статьям изложены на интернет-странице РИО ОрелГУЭТ [http://orelgiet.ru/public/Usloviya\\_publicatsii](http://orelgiet.ru/public/Usloviya_publicatsii).

## **МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

---

# TABLE OF CONTENTS

## MANAGEMENT AND MARKETING

<b>Bardovsky V.P., Zvyagintseva Yu.A.</b> Working out of the innovative development model of the company	4
<b>Pyanova N.V., Aleksa E.A., Popova A.I., Blinchikova D.A.</b> Modern development technologies of goods and services market of X5 Retail Group	9
<b>Semenova M.A.</b> Features of team work in planning activity of the organization	16

## ECONOMY, ORGANIZATION AND MANAGEMENT

<b>Skvortsova N.A., Chentsova K.G.</b> Development of e-commerce of trading company	20
<b>Lilenko A.T.</b> On the problem of the state support of business	25

## TECHNOLOGY AND COMMODITY RESEARCH

<b>Vokhmina E.E., Letyago Yu.A.</b> Use of saffron and flax seeds in bakery products	31
<b>Bayanova D.S.</b> Use of rosemary in bakery products	35
<b>Petrova Ya.S.</b> Influence of spirulina powder on quality indicators of macaroon cake	39

## GENERAL AND PRACTICAL PEDAGOGICS

<b>Dolzhikova Kh.V., Zubareva T.V., Dolzhikov A.G.</b> Health-saving behavior in the system of higher education	42
<b>AUTHORS GUIDELINES</b>	46

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ**  
**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**  
**УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И**  
**ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**  
**ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»**

приглашают научных и научно-педагогических работников общего и профессионального образования принять участие в научно-практической конференции:



**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:  
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ  
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»**

**Цели и задачи конференции:**

- публичное обсуждение результатов экспериментальной или теоретической деятельности, направленной на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;
- развитие и популяризация новейших достижений науки и техники;
- обмен актуальной научно-технической информацией, укрепление деловых контактов между российскими и зарубежными учеными, специалистами и руководителями предприятий различных отраслей экономики.

**Место проведения:**

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

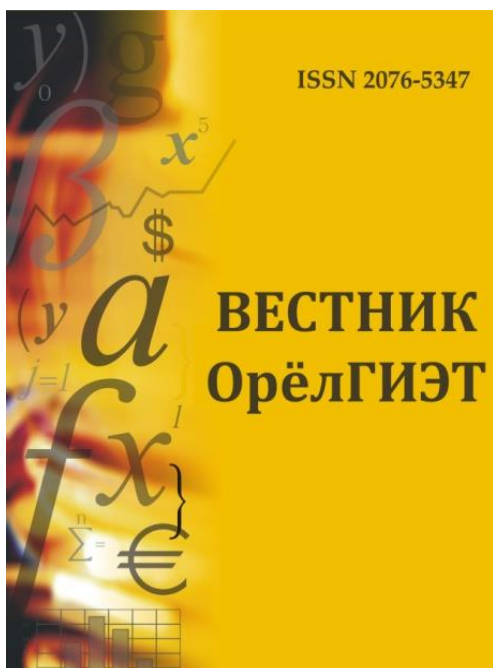
Сайт: [www.orelgiet.ru](http://www.orelgiet.ru)

E-mail: [ogiet-konferenciya@yandex.ru](mailto:ogiet-konferenciya@yandex.ru)

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

+7 (480)225-50-43 (Шелепина Наталья Владимировна)

Материалы конференции будут опубликованы в сборниках серии «Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования» (ISSN 2500-249X), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте университета, а также индексируется в базе данных РИНЦ ([eLIBRARY.RU](http://eLIBRARY.RU)).



Журнал «Вестник ОрелГИЭТ» печатается с 2007 г. и является регулярным научным изданием, выпускаемым с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации.

Периодичность издания – 1 раз в квартал.

В журнале публикуются результаты исследований по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания.

«Вестник ОрелГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

**Свидетельство о регистрации:** ПИ № ФС 77-67656 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):** ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли».

**Журнал входит в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук» (Перечень ВАК).**

**Журнал включен в Российский индекс научного цитирования ([РИНЦ](#)).**

Подписка на журнал осуществляется во всех отделениях связи по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс Е [36888](#)).

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство образования и науки Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

Адрес редакции: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12, каб.309

Телефон: (4862) 255-037; (910)300-77-56

E-mail: [rio-ogiet@mail.ru](mailto:rio-ogiet@mail.ru)

Сайт: [http://orelgiet.ru/public/redakcionno\\_izdatelskiy\\_otdel](http://orelgiet.ru/public/redakcionno_izdatelskiy_otdel)