

Научные записки ОрелГИЭТ

№2 (30)

Июнь 2019 г.

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

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу
«Пресса России» (индекс Е13171)

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, 2019

Подписано в печать 14.06.2019 г. Дата выхода в свет 28.06.2019 г.
Заказ №18. Формат 60x84½. Усл. печ. л. 11,25. 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
Варшавский университет лингвистики «Wsztechnica Polska», Польша

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

Завиц М. PhD, doc. PaedDr. ThDr.
Жилинский университет, 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

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И СТАТИСТИКА

- Лытнева Н.А., Горькова Н.А.**
Документальное оформление и учет операций по расчетам денежными средствами с покупателями и поставщиками 5
- Климошенко М.И., Талатынова М.Д.**
Внутренний контроль и аудит для снижения рисков финансово-хозяйственной деятельности и антикризисного управления компанией 10

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

- Старовойтов Р.В.**
Особенности и перспективы развития риск-менеджмента в России 18
- Платонов В.Г., Чернов Н.В.**
Рынок функциональных пищевых продуктов 21

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

- Рогатенюк Э.В., Викторова А.А.**
Оценка эффективности деятельности счетной палаты Российской Федерации 25
- Савина А.Г., Костромина К.А., Клейменова О.Р.**
Цифровой аспект финансовой грамотности населения РФ 31
- Квасов Е.Н.**
Актуальные проблемы финансового менеджмента на предприятии и пути их решения 37

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

- Борисов А.П., Скворцова Н.А.**
Технологические инновации в сфере торговли 41
- Пьянова Н.В., Коченихина Н.А.**
Процесс модернизации – основа экологически безопасного и инновационного развития страны 47
- Джумамрадов А.**
Образовательная услуга как экономический объект 52

ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ

- Батурина Н.А., Большакова Л.С., Батурина В.В.**
Современные аспекты производства функциональных пищевых продуктов с йодсодержащими добавками 57
- Носова О.А., Пашкевич Л.А.**
Современные технологии и материалы в производстве обуви 62
- Большакова Л.С., Кузина А.В., Чернов Н.В.**
Обогащение мясных рубленых изделий ковалентно связанным йодом 68

Пашкевич Л.А., Батурина Н.А.

Мониторинг ассортимента и качества печенья, представленного на потребительском рынке города Орла

73

НАУКА БУДУЩЕГО

Носкова А.А.

Производственная логистика: терминология и российский опыт применения в современных условиях

78

Лукиных С.И., Сотников В.В.

Научные проблемы в коммерческой деятельности

82

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

87

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И СТАТИСТИКА

УДК 657.28

Лытнева Н.А., Горькова Н.А.

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ И УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ ПО РАСЧЕТАМ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ С ПОКУПАТЕЛЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ

Lytneva N.A., Gorkova N.A.

DOCUMENTARY REGISTRATION AND ACCOUNTING OF OPERATIONS WITH BUYERS AND SUPPLIERS

*Лытнева Наталья Алексеевна; доктор экономических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

*Lytneva Natalia Alekseevna; doctor of economics sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

*Горькова Наталья Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: garik-sergey@mail.ru*

*Gorkova Natalya Alexandrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: garik-sergey@mail.ru*

В статье рассмотрены методические аспекты по организации бухгалтерского учета расчетов с покупателями, поставщиками и подрядчиками, возникающих в соответствии с договорами отгрузки или поставки материальных ценностей. Раскрыты особенности документального оформления расчетов денежными средствами, состав первичных документов и бухгалтерских регистров, которые служат основанием для составления бухгалтерских проводок и формирования информации по состоянию расчетной дисциплины для принятия управленческих решений.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, расчеты, поставщики, документы, денежные средства, покупатели, отчетность.

Methodical aspects of bookkeeping in settlements with buyers, suppliers and contractors according to the contracts of shipment or delivery of material assets are considered in the article. Features of documentary registration of settlements with money resources, the structure of source documents and accounting registers which form the basis for drawing up of accounting transactions and formation of data on the condition of settlement discipline for administrative decision making are disclosed.

Keywords: accounts receivable, settlement, suppliers, documents, money resources, buyers, reporting.

Управление современным бизнесом сопровождается необходимостью решения задач различной сложности. Все чаще организации и индивидуальные предприниматели сталкиваются с проблемой невозврата долгов со стороны недобросовестных контрагентов. Возникающие при этом конфликты интересов уже стали неотъемлемой частью жизни общества.

В свою очередь, задолженность относится к высоколиквидным активам организаций, обладающим повышенным риском. Большой объем просроченной и безнадежной задолженности существенно увеличивает затраты на обслуживание заемного капитала, повышает издержки организации, что влечет уменьшение фактической выручки, рентабельности и ликвидности оборотных средств и, как следствие, негативно сказывается на финансовой устойчивости, повышает риск финансовых потерь компании.

Современная система управления задолженностью должна включать всю совокупность методов учета, анализа, контроля и оценки задолженности, направленных на снижение рисков ее возникновения [1]. Необходимость совершенствования соответствующих методов и способов обосновывает проведение исследования в данной области. Поскольку управление задолженностью – это работа с источниками ее возникновения, в том числе просроченной задолженности, то на предприятии требуется постоянная работа с контрагентами, включающая не только формирование расчетной политики экономического субъекта, но и организацию договорной работы, управление долговыми обязательствами.

Одной из основных задач бухгалтерского учета является формирование полной и достоверной информации о деятельности организации, состоянии дебиторской и кредиторской задолженности. В рамках решения данной задачи немаловажное значение имеет своевременное и полное выявление должников организации, достоверное и обоснованное отражение дебиторской задолженности на счетах бухгалтерского учета, контроль ее погашения. Необходимо учитывать, что четкое знание и соблюдение правил списания дебиторской задолженности обезопасят организацию от привлечения к ответственности за нарушение налогового законодательства при исчислении налога на прибыль, налога на добавленную стоимость.

Неоправданная (экономически неприемлемая) задолженность связана с нарушением платежной дисциплины покупателями и заказчиками, которые не оплатили в срок поставленную им продукцию (выполненные работы, оказанные услуги). Задолженность может возникнуть и по другим причинам. Такая ситуация возникает, когда подотчетные лица своевременно не отчитались за выданные им денежные средства. Другого рода причины ее возникновения связаны с неудовлетворительной деятельностью предприятия: с выявленными хищениями товарно-материальных ценностей и денежных средств, с растратами и недостачами. Существенные масштабы экономически неоправданной задолженности оказывают негативное воздействие на финансовые результаты деятельности организации [2].

Наряду с дебиторской задолженностью организация одновременно может иметь кредиторскую задолженность, то есть она является должником по отношению к другим организациям и физическим лицам. Например: задолженность организации перед поставщиками за поставленные материальные ценности в случае ликвидации организаций-поставщиков; неустраиваемые суммы депонентов; не погашенные виновными лицами суммы недостач и др. В связи с этим организации тщательно изучают формы и виды расчетов с контрагентами в целях правильного выбора платежной политики при осуществлении своей деятельности.

Основные виды расчетов и субъекты расчетных операций организаций представлены на рисунке 1.

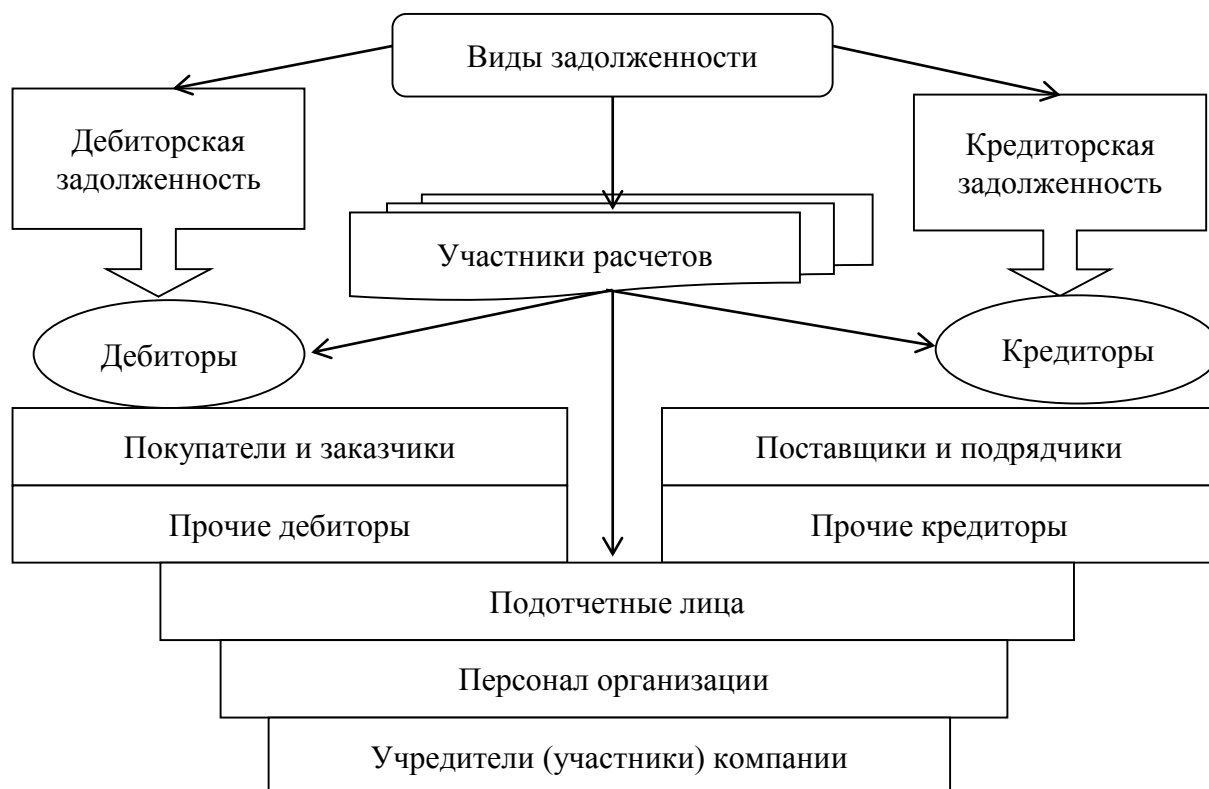


Рисунок 1 – Виды задолженности и состав контрагентов организации

Операции по расчетам с контрагентами в организациях могут осуществляться как наличными, так и безналичными денежными средствами.

Расчёты с покупателями и заказчиками подлежат обязательному документированию, на основании документов впоследствии составляются записи на счетах бухгалтерского учёта по отражению дебиторской или кредиторской задолженности [3]. Возникновение обязательств определяется договором оказания услуг, договором поставки или договором подряда, которые заключаются, как правило, на один год или долгосрочный период. Предмет договора содержит информацию о порядке поставки или оказания услуг, количестве, качестве и приёмке товара или услуг, порядке расчётов и цене товара или услуг, ответственности сторон, то есть распределяются обязанности между участниками сделки, определяются субъекты расчетов, как дебиторы и кредиторы. На рисунке 2 представлена структура договора на отгрузку товаров иностранному покупателю.

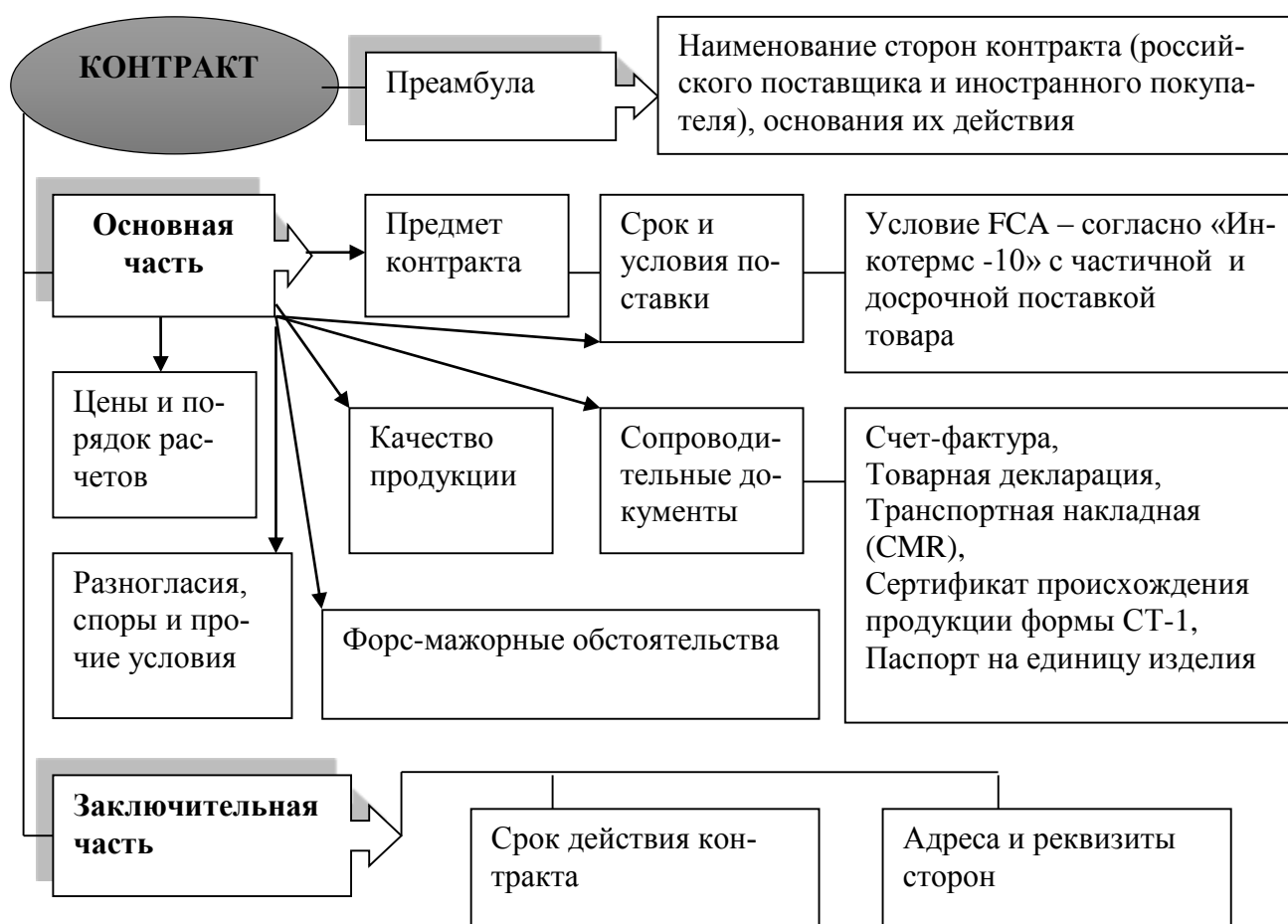


Рисунок 2 – Структура контракта с иностранным покупателем

В бухгалтерском учете под дебиторской задолженностью понимают имущественные права, представляющие собой один из объектов гражданских прав. Гражданским кодексом Российской Федерации предусмотрено, что к объектам гражданских прав относятся вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; информация; результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них (интеллектуальная собственность), а также нематериальные блага.

Следовательно, право на получение дебиторской задолженности является имущественным правом, а сама дебиторская задолженность является частью имущества организации. Дебиторская задолженность в бухгалтерском учете возникает:

- 1) при переходе права собственности на товары;

2) при передаче результатов работ, оказании услуг.

Момент перехода права собственности на товар может быть указан в договоре отдельно, и тогда в соответствии с этим моментом в бухгалтерском учете отражается дебиторская задолженность. При отсутствии в договоре пункта, характеризующего момент перехода права собственности на товар, он может считаться наступившим при отгрузке соответствующего товара продавцом. В этом плане Гражданский кодекс РФ (статья 459) определил следующий порядок: возможный риск случайной гибели или случайной порчи отгруженного товара может перейти к покупателю в тот момент, когда в соответствии с законом или договором продавец считается исполнившим свою обязанность по передаче товара покупателю.

Следовательно, дебиторская задолженность отражается в учете: после оформления документов на отгрузку товаров; после подписания акта выполнения работ (услуг).

При установлении договором поставки иного момента перехода права собственности на отгруженный товар предприятия могут признавать в бухгалтерском учете сумму дебиторской задолженности и соответственно сумму выручки на дату выполнения предусмотренных договором особых условий перехода права собственности. В качестве такой даты предприятия могут считать день зачисления денежных средств в оплату за отгруженный товар или день погашения взаимных требований.

В отличие от дебиторской задолженности, под кредиторской задолженностью понимают непогашенные обязательства, неосуществленные платежи, непогашенные возникшие обязательства перед поставщиками за приобретенные товары, работы, услуги; налоговыми органами – по суммам начисленных налогов; своими работниками – по суммам начисленной заработной платы и т.п.

Наиболее распространенным видом кредиторской задолженности считается обязательство перед поставщиками и подрядчиками за поставленные материально-производственные запасы, оказанные услуги и не оплаченные в срок работы. Кредиторская задолженность может быть прекращена исполнением обязательства (в том числе зачетом), а также списана как не востребовавшая. Кредиторская задолженность может привести к определенным негативным последствиям для компании, например, к возникновению неустойки, нанесению ущерба деловой репутации фирмы, привлечению к уголовной ответственности ее руководителей.

Факт свершения операций фиксируется первичными документами, к которым относятся: накладные, счета-фактуры, акты, товарно-транспортные накладные, платёжные поручения, приходные и расходные кассовые ордера. В зависимости от характера операций (поступление материальных ценностей или отгрузка) первичные документы подразделяются на две группы: входящие и исходящие. Информация по возникновению задолженности в организации в бухгалтерском учёте группируется на основе первичных данных в регистрах аналитического и синтетического учёта с формированием на этой основе документально обоснованной и максимально обобщённой информации, необходимой для обеспечения контроля за расчётами с поставщиками и покупателями в соответствии с утверждённой на предприятии учетной политикой.

Входящими первичными документами подтверждаются операции по расчетам с покупателями и заказчиками. Синтетический учёт расчётов с поставщиками и покупателями организуется на синтетических счетах Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятия, отраженных в разделе Расчёты, предназначенные для обобщения информации обо всех видах расчётов предприятия с физическими и юридическими лицами, а также внутрихозяйственных расчётов. Правильно организованный бухгалтерский учёт расчётных операций имеет важное значение для эффективной организации расчётных операций, рационального использования финансовых ресурсов.

Учёт операций по расчётам с поставщиками и покупателями ведётся в соответствующих бухгалтерских регистрах, состав и формы которых зависят от применяемой формы учета (мемориально-ордерная, журнально-ордерная, автоматизированная). Для учёта расчётов с поставщиками применяется синтетический счёт 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками», который по отношению к балансу является активно-пассивным (условно пассивным). В дебете

этого счета отражается погашение кредиторской задолженности поставщику за поступившие материальные ценности или услуги. В кредите отражается возникшая задолженность в размере стоимости товарно-материальных ценностей, работ и услуг, приобретенных у поставщика. Другими словами, в кредите отражается возникновение кредиторской задолженности перед поставщиком. На этом счёте формируется информация о задолженности за полученные товарно-материальные ценности и потреблённые услуги, в том числе за использованную для нужд организации электроэнергию, газ, воду. А также счет содержит информацию об услугах по доставке и переработке материальных ценностей, выполненных и принятых работах и т. д.

Для организации синтетического учета расчетов с поставщиками и подрядчиками по видам к счёту 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками» открываются следующие субсчета: счёт 60/1 «Расчёты с поставщиками»; счёт 60/2 «Расчёты по авансам выданным»; счёт 60/3 «Векселя выданные».

Дебиторская задолженность по расчетам с покупателями возникает на счете 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками». Рабочим Планом счетов организаций, утвержденным учетной политикой предусматривается открытие следующих субсчетов: 62/1 «Расчеты с покупателями и заказчиками», 62/2 «Расчеты по авансам полученным»,

62/21 «Расчеты с покупателями и заказчиками (в валюте)», 62/22 «Расчеты по авансам, полученным в валюте».

Операции по счету 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками» отражаются на основании товарной накладной. В бухгалтерском учете по отгруженным товарам отражается признанная сумма выручки по отпускным ценам и сумма возникшей задолженности покупателя по расчетам за товар согласно договору поставки. При этом составляются следующие бухгалтерские проводки:

- отражается сумма выручки от продажи товаров покупателям по договорным ценам

Дебет 62/1 «Расчеты с покупателями и заказчиками»

Кредит 90/1 «Выручка»;

- от признанной суммы выручки отражается НДС, полученный от покупателей от договорной стоимости товаров

Дебет 90/3 «НДС»

Кредит 68 «Расчеты с бюджетом по налогам и сборам».

Расчеты с покупателями и заказчиками могут осуществляться как в рублях, так и в иностранной валюте. В бухгалтерском учете поступившие платежи от покупателей отражаются записями:

- на сумму платежей покупателей в рублях

Дебет 51 «Расчетные счета»

Кредит 62/1 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;

- на сумму платежей покупателей в иностранной валюте

Дебет 52 «Валютные счета»

Кредит 62/21 «Расчеты с покупателями и заказчиками (в валюте)».

В организации аналитического учёта как по дебиторской задолженности, так и по кредиторской имеется общая методика, а также специфические отличия.

К регистрам аналитического учета относятся: оборотносальдовая ведомость по счётам 60, 62, карточкам счетов 60, 62. Аналитический учёт по счёту 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками» ведётся по каждому предъявленному счёту, а расчётов в порядке плановых платежей – по каждому поставщику и подрядчику. Организация аналитического учёта должна способствовать формированию информации по следующим составляющим:

- по составу поставщиков, состоящих в договорных отношениях с предприятием;

- по акцептованным и другим расчётным документам, срок оплаты которых не наступил;

- в разрезе поставщиков с не оплаченными в срок расчётным документом;

- по каждому поставщику с неотфактурованными поставками;

- по суммам авансов выданных.

Аналитический учёт по счёту 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками» ведётся по

каждому предъявленному покупателям счёту. В целом можно сказать, что счёт 62 «Расчёты с покупателями и заказчиками» зеркально отражает у продавцов хозяйственные факты, которые аналогично регистрируются покупателем по бухгалтерскому счёту 60 «Расчёты с поставщиками и подрядчиками».

Для контроля достоверности учётных записей в конце месяца в карточках подсчитывают итоги прихода и расхода (возникновение и списание задолженности), определяют остатки материальных ценностей на начало следующего месяца. Сальдо синтетического счёта определённого номера в плане счетов должно быть равно сумме сальдо всех аналитических счетов того же номера, а суммы оборотов по дебету и кредиту синтетического счёта равны соответственно суммам оборотов по дебету и кредиту всех аналитических счетов этого номера. Согласно действующим нормативным документам, бухгалтерия обязана обеспечить тождество аналитического учёта оборотам и остаткам по счетам синтетического учёта на 1-е число каждого месяца. Сведения о расчётах с покупателями и поставщиками находят свое отражение в бухгалтерском балансе.

Таким образом, были рассмотрены основные положения синтетического учёта расчётов с поставщиками и покупателями в организации. Также были изучены особенности аналитического учёта расчётов с контрагентами в исследуемой организации.

Список литературы:

1. Лебедева Л.А. Управление трудовыми конфликтами в системе социально-трудовых отношений на предприятии: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2014. – С. 19.
2. Спатарь А.В. Основы управления конфликтами в организации // Проблемы современной экономики: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2015. – С. 95-98.
3. Парушина Н.В. Особенности документирования расчетных операций в системе управления персоналом организации // Проблемы управления устойчивым развитием бизнес структур разных сфер деятельности: Международный экономический форум «Бакановские чтения» (Орел, 22 декабря 2016 г.): сборник научных трудов / под общ. ред. Н.А. Лытневой. – Орел.: ОрелГУЭТ, 2017. – С. 15-20.

УДК 657.6-051:658.5

Климошенко М.И, Талатынова М.Д.

ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ И АУДИТ ДЛЯ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Klimoshenko M.I, Talatynova M.D.

INTERNAL CONTROL AND AUDIT FOR REDUCTION OF RISKS IN FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY AND CRISIS MANAGEMENT OF THE COMPANY

*Климошенко Мария Игоревна**; аспирант; 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: klimoshenko1986@mail.ru

Klimoshenko Maria Igorevna; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: klimoshenko1986@mail.ru

*Талатынова Мария Дмитриевна**; 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: mstyles69@mail.ru

Talatynova Maria Dmitrievna; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: mstyles69@mail.ru

* Научный руководитель: *Парушина Наталья Валерьевна*, д.э.н., профессор; e-mail: parushinan@mail.ru

В статье рассматриваются основные вопросы, касающиеся проведения внутреннего аудита в компаниях. Анализируются исследования таких крупных компаний, как КИМГ, Институт внутренних аудиторов, Эрнст энд Янг, PricewaterhouseCoopers International Limited. Описывается риск-ориентированный подход к аудиту бухгалтерской (финансовой) отчетности.

In the article the basic questions about internal audit of the companies are considered. Researches of such large companies as KPMG, Institute of Internal Auditors, Ernst & Young and PricewaterhouseCoopers International Limited are analyzed. Risk-focused approach to accounting (financial) reporting audit is described.

Ключевые слова: внутренний аудит, внутренний контроль, аудитор, служба внутреннего аудита, система внутреннего контроля, риск, риск-ориентированный подход, традиционный подход.

Keywords: internal audit, internal control, auditor, internal audit department, internal control system, risk, risk-focused approach, traditional approach.

В современном мире существуют условия, которые определяют высокий интерес к механизму реализации стабильного и безопасного развития организации. Они ориентированы на рост экономического потенциала предприятия в будущем. Хозяйствующие субъекты часто подвержены риску и неопределенности, в этой связи информация о текущей, финансовой, инвестиционной деятельности на стратегическую перспективу является определяющей для выявления тенденций развития таких знаний.

Эффективность работы любой организации подтверждается информацией, предоставляемой бухгалтерским учетом. Оценить ее качество и объективность, а также подтвердить достоверность финансовой отчетности может только эксперт, в качестве которого чаще всего выступает внутренний аудитор [2]. Достоверная финансовая отчетность обеспечивает возможность принятия осознанных экономических решений, она оберегает от операций, связанных с повышенным риском. С помощью внутреннего аудита осуществляется контроль в таких сферах, как финансы, производство, маркетинг, реализация, закупки, логистика, управление персоналом и в других [10].

Аудитор должен обладать отличными экономическими знаниями, богатым опытом работы в области бухгалтерского учета и налогообложения, а также должен иметь хорошие навыки применения на практике утвержденных стандартов аудиторской деятельности. Помимо указанных знаний и опыта, аудитору важно иметь динамично-аналитическое мышление, он должен владеть системой и закономерностями функционирования той области деятельности, в которой он специализируется [1].

К общим функциям внутренних аудиторов относят следующие:

- оценка адекватности систем контроля. При проведении такой оценки осуществляют проверку звеньев управления (контроля), предоставляют предложения по устранению найденных недостатков и дают рекомендации по повышению эффективности управления;
- оценка эффективности деятельности. При такой оценке проводят экспертные оценки различных сторон функционирования предприятия и предоставляют предложения по их совершенствованию.

Еще недавно внутренний аудит являлся обязательным только для определенных категорий предприятий (для банков и страховых организаций). Деятельность этих организаций в области внутреннего аудита регламентируется множеством специальных нормативных актов, требующих отдельного рассмотрения. Для остальных организаций внутренний аудит становится обязательным после вступления в силу Федерального закона «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 года №402-ФЗ [12]. Внутренний аудит на предприятии представляет собой деятельность, направленную на предоставление объективных и независимых консультаций и гарантий для улучшения деятельности предприятия. Цель внутреннего аудита – оценка рисков, нахождение способов их уменьшения, а также увеличение рентабельности бизнес-процессов.

Институты внутреннего аудита включают: ревизоров, назначаемых собственниками экономического субъекта; ревизионные комиссии; внутренних аудиторов или группы внутренних аудиторов.

В международном стандарте аудита 610 «Использование работы внутренних аудиторов» по поводу внутреннего аудита говорится, что многие предприятия в рамках своих систем

внутреннего контроля и корпоративного управления создают службы внутреннего аудита.

Функционирование организаций в условиях рыночной экономики объективно обусловило создание в системе управления службы внутреннего аудита, создание которой является сложной задачей, поскольку связано с:

- многочисленностью участков финансово-хозяйственного цикла, нуждающихся в контроле;
- высокими профессиональными требованиями к контролерам, квалификация которых должна, по крайней мере, соответствовать квалификации проверяемых ими должностных лиц;
- весьма высокими моральными требованиями к внутренним аудиторам, от качества работы которых зависит целесообразность принимаемых собственниками предприятия решений в сфере управления и, как следствие, направление развития компании посредством проверки оценки адекватности и эффективности прочих видов контроля.

На сегодняшний момент в экономике России сформировался ряд факторов, предопределяющих повышение роли внутреннего аудита в российских компаниях.

В 2018 году КПМГ и Институт внутренних аудиторов представили совместное исследование состояния и тенденций развития внутреннего аудита в России в организациях финансового сектора [5]. Были сделаны следующие выводы:

- большинство руководителей службы внутреннего аудита финансовых организаций регулярно встречаются со своим функциональным руководством;
- основным источником информации для подготовки годового плана аудита являются запросы со стороны Совета директоров/Наблюдательного Совета/Комитета по аудиту и исполнительного руководства;
- почти треть (32%) опрошенных руководителей службы внутреннего аудита финансовых организаций привлекают сторонних специалистов для выполнения отдельных задач во внутреннем аудите;
- каждая вторая служба внутреннего аудита проводит внутреннюю оценку качества своей деятельности на соответствие Международным профессиональным стандартам внутреннего аудита;
- наиболее существенное влияние на деятельность службы оказывают такие факторы, как большие затраты времени на получение необходимой информации, недостаточность специальных квалификаций сотрудников и недостаточная степень сотрудничества со стороны аудируемых подразделений.

Успешное применение хозяйствующим субъектом механизмов контроля обеспечивает удержание рисков потерь в допустимых пределах, которые установлены в рамках действующей системы управления рисками. Одним из наиболее существенных моментов в определении внутреннего аудита является связь с процессом управления рисками, а также с процессом корпоративного управления.

Система внутреннего контроля (далее – СВК) является совокупностью организационных мер, методик и процедур, которые создаются и используются для эффективной реализации внутреннего контроля. Внутренний контроль – это непрерывный и циклический процесс, находящийся в составе общей системы управления предприятием, он также является составной частью системы управления рисками организации [2]. Если в компании имеется эффективно работающая СВК, то это важнейший фактор роста конкурентоспособности фирмы. Внутренняя система контроля фирмы состоит из подсистем, представленных в таблице 1 [13].

К основным этапам внутреннего контроля относятся [2]:

1. Создается контрольная среда процессов и направлений деятельности, разрабатываются и внедряются контрольные процедуры;
2. Выполняются контрольные процедуры;
3. Производится оценка эффективности контрольных процедур;
4. Этап реагирования.

Таблица 1 – Подсистемы СВК

Подсистема	Описание подсистемы
1. Контроль руководства	Это контроль результативности и соответствия управленческой системы в организации
2. Нормативный контроль	При таком контроле происходит отслеживание изменений в законах и осуществляется контроль за соблюдением правильности составления контрактов, контроль внутренних документов с правовой точки зрения, контроль деятельности юристов, предъявление исков, апелляций, жалоб
3. Контроль кадров	Это контроль за следованием нормам внутренних распорядков труда, ранжирования рабочего времени сотрудников для результативной организации труда. Также здесь анализируется профессионализм работников, совершенствуется методика выбора кандидатов, деятельность руководства
4. Бухгалтерский финансовый контроль	При данном типе контролируется правильность реализуемых операций и учетных записей, которые осуществляются главным бухгалтером и бухгалтерией в целом
5. Контроль налогообложения	При данной подсистеме выявляется уровень корректности налогового учета и отчетности организации, соответствие всем нормам законодательства Российской Федерации, верность направления развития, отображения в учете начисления, а также уплата налогов и сборов
6. Контроль финансовых результатов	Является контролем отчетности и показателей, которые собраны в системе бухгалтерского, финансового, управленческого и налогового учета
7. Контроль технологии работы	Это контроль следования технологиям производства продукции, соответствующим требованиям определенных норм

Международная аудиторская компания «Эрнст энд Янг» проводила исследование, согласно которому 75% руководителей готовы в ближайшее время инвестировать средства в формирование системы внутреннего контроля, потому что они убедились в ее эффективности для успешного осуществления финансово-хозяйственной деятельности [6].

Организация эффективно действующей системы внутреннего аудита является сложным многоступенчатым процессом, она включает следующие этапы [2]:

1. Проведение критического анализа и сопоставление определенных для ранних условий осуществления деятельности целей функционирования компании, принятого до этого курса действий, стратегии и тактики с видами хозяйствования.

2. Разрабатывается и документально закрепляется новая деловая концепция компании (что собой представляет предприятие, какие у него цели, что оно может, какое место на рынке хочет, в какой области обладает конкурентными преимуществами), а также комплекс мероприятий, способный привести эту деловую концепцию к развитию компании, успешному осуществлению ее целей, укреплению ее позиций на рынке.

3. Анализируется эффективность имеющейся структуры управления, и, если требуется, ее корректируют.

4. Разрабатываются формальные типовые процедуры контроля определенных финансовых и хозяйственных операций. Это позволяет упорядочивать взаимоотношения персонала в сфере контроля финансово-хозяйственной деятельности, эффективно проводить управление ресурсами, оценивать уровень качества информации, чтобы принимать решения.

5. Создается отдел внутреннего аудита (или аудиторский комитет).

Эффективность проведения аудита зависит от многих аспектов: от работы самих аудиторов, от помощи руководителей в направлении и осуществлении нужных задач, от правильной организации и соблюдении правил в создании системы внутреннего аудита на предприятии [9].

В условиях динамично меняющейся мировой экономики изменения коснулись и под-

ходов к аудиту. Меньше внимания уделяется традиционному подходу и все больше на первый план выходит риск-ориентированный подход, заключающийся в концентрации основного внимания аудиторских организаций в зонах максимального риска. Аудит в этом случае уходит от всеохватывающего поля деятельности и позволяет концентрировать силы на минимизации потерь на тех объектах аудита, которые наиболее подвержены риску [11].

Таким образом, при ограниченности ресурсов достижение возложенных на внутренний аудит функций возможно путем применения риск-ориентированного подхода. Он позволяет объединить внутренний аудит и общую систему управления рисками предприятия. Риск-ориентированный внутренний аудит дает возможность службе внутреннего аудита предоставлять руководству гарантии, что процессы управления рисками эффективно управляют соответствующими рисками в рамках принятого организацией уровня приемлемого риска. Необходимость учёта рисков при планировании внутреннего аудита продиктована тем, что внутренний аудит является важным элементом в создании и постоянном совершенствовании качества проводимых аудитов.

По данным исследования, проведенного аудиторской компанией PricewaterhouseCoopers International Limited, среди различных видов экономических преступлений наибольший удельный вес имеет незаконное присвоение активов – 53%. На манипулирование данными бухгалтерского учета приходится 19% экономических преступлений на налоговое мошенничество – 15% [7].

Среди причин такого количества экономических преступлений можно назвать:

- недостаточно высокий уровень корпоративного контроля;
- необходимость достижения определенных показателей, в зависимость от которых часто ставится оплата труда топ-менеджеров и другие.

Все это требует выполнения аудиторских процедур, подтверждающих показатели бухгалтерской (финансовой) отчетности и раскрытой в пояснениях к ней информации, в том числе рисков, характерных для аудируемой организации [1].

Немаловажная роль при риск-ориентированном подходе к аудиту бухгалтерской (финансовой) отчетности отводится аналитическим процедурам, которые позволяют оценить совокупность рисков, характерных для аудируемой организации. Осуществляя внутренний аудит, оценивается общее состояние защищенности организации путем оценивания состояния каждой группы рисков, которые представлены в таблице 2 [3].

Таблица 2 – Риски, подлежащие оценке при проведении аудита

Вид риска	Составляющая риска
1. Информационно-технические риски	<ul style="list-style-type: none"> – доступность информации по работникам, состояние защиты информации от возможного ее хищения, разглашения или уничтожения; – состояние защищенности информации от злонамеренного доступа посторонних лиц
2. Репутационные риски (риск потери деловой репутации)	<ul style="list-style-type: none"> – сотрудники организации (в особенности руководящие должности), в роли источника риска деловой репутации (осуждаемое в обществе поведение, наличие судимостей, различные конфликты, к которым они причастны); – наличие партнеров по бизнесу, которые имеют отрицательную репутацию
3. Правовые и административные риски	<ul style="list-style-type: none"> – участие организации в конфликтах; – соответствие деятельности организации действующему законодательству; – имеющиеся направления для проведения контролирующих мероприятий со стороны органов
4. Внутрикорпоративные риски	<ul style="list-style-type: none"> – взаимодействие собственников организации между собой; – взаимодействия собственников и руководящего персонала; – взаимодействия руководящего персонала между собой

5. Организационно-технические риски	<ul style="list-style-type: none"> – имеющиеся организационные и технические меры безопасности, которые используются на предприятии; – имеющаяся сигнализация, система контроля и управления доступом, видеонаблюдение
6. Финансовые риски	<ul style="list-style-type: none"> – степень защиты компании от злонамеренных действий мошенников, недобросовестных посредников, подрядчиков и поставщиков; – сотрудники организации в роли источника хищений и финансовых рисков

При риск-ориентированном подходе на этапе документирования, помимо оформления рабочих документов аудитора, в которых отражаются результаты проведения аудиторских процедур, может оформляться Реестр рисков, включающий перечень рисков и ключевую информацию по ним [3]. Пример данного документа оформлен в таблице 3.

Таблица 3 – Рабочий документ аудитора «Реестр рисков»

Показатель	Содержание показателя
1. Наименование риска	Вид риска
2. Вид риска	Финансовые, операционные, соответствие/не соответствие законодательству и т.д.
3. Носитель риска	Руководитель центра прибыли или центра ответственности, топ-менеджеры
4. Количественная оценка риска	Вероятность, последствия (например, штрафные санкции)
5. Приемлемость риска	Вероятность и финансовое значение прибыли/убытков Цена риска
6. Рекомендации по управлению риском	Даются практические рекомендации по управлению риском

В традиционных концепциях планирования аудитов в основе лежит организационная структура. При этом объектами аудита выступают подразделения, и не рассматривается их взаимосвязь. Такой подход не позволяет охватить весь отдельно взятый процесс. На практике сбои механизмов контроля чаще происходят между различными этапами процесса (т.е. на границе взаимодействия подразделений).

В рамках традиционного подхода планирование не учитывает эффективность механизмов внутреннего контроля. Как следствие, аспекты деятельности организации, в которых присутствуют реальные риски, не проверяются должным образом, и существует риск упустить из виду стратегически важные области. Данный подход ведет к неэффективному использованию ресурсов. В связи с этим внутреннему аудиту необходимо проводить оценку каждого отдельно взятого процесса в организации, выявлять контрольные точки, в которых требуется управление рисками, а также определять, какие процессы или его элементы требуют большего внимания в части аудитов.

При переходе от традиционной к риск-ориентированной модели аудита очень важным является определение объектов аудита и их привязка к бизнес-процессам, выявление факторов риска, свойственных организации, разработка внутреннего документа, включающего методологию оценки риска [4].

Общая схема внедрения риск-ориентированного планирования аудитов выглядит следующим образом:

1. Определяется совокупность бизнес-процессов, которые являются потенциальными объектами аудита.
2. Выявляются факторы риска, которые наиболее полно характеризуют базу объектов аудита.
3. Определяется экспертным путем значимость каждого фактора риска.

4. Приводится расчет риска для каждого объекта аудита согласно выбранной методологии.

5. Проводится ранжирование потенциальных объектов аудита, соответствующее полученным оценкам риска.

6. Составляется стратегический план аудита, основанный на проведенном ранжировании в соответствии с уровнем риска.

Переход к риск-ориентированному планированию незамедлительно дает показательные результаты по итогам аудита. Как показывает опыт, основными преимуществами использования данного подхода являются следующие:

- осуществляется акцент на наиболее существенных проблемах, которые препятствуют успешной деятельности организации;

- формируются целевые мероприятия по минимизации отрицательного влияния факторов рисков;

- происходит стимулирование профессионального совершенствования внутренних аудиторов.

План проведения аудита определяет основу для работы службы внутреннего аудита в течение периода планирования. В силу ограниченности ресурсов подразделение внутреннего аудита не может ежегодно подвергать аудиту все аспекты деятельности организации. План должен обеспечить эффективное использование времени службы аудиторов [3].

Ограниченность времени и трудовых ресурсов служит главной причиной внедрения риск-ориентированного подхода. При составлении плана аудита должна приниматься во внимание оценка рисков. На состав аудита могут повлиять и другие факторы, например, стратегическая значимость определенного аудита или намерение руководства проверять периодически деятельность, подверженную меньшему риску [8]. План проведения аудита должен быть открытым, то есть предусматривать возможность внесения корректировок в течение года в соответствии с новыми приоритетами.

Таким образом, выявление рисков при аудите бухгалтерской (финансовой) отчетности, их анализ, оценка и контроль отражения в отчетности — важнейший фактор управления хозяйствующими субъектами.

Внутренний контроль является неотъемлемой частью внутреннего аудита, так как осуществление первого влечет за собой успешное проведение второго. Главной задачей системы внутреннего аудита является нахождение области риска и указание рекомендаций, выполнение которых позволит их снять или минимизировать. На сегодняшний день практически ни одна успешная компания и организация, ни одно предприятие не могут осуществлять эффективную деятельность без наличия системы внутреннего аудита.

Список источников:

1. Богданович И.С., Соболева О.А. Аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности: риск-ориентированный подход // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. – 2018. – №8. – С. 45-49.

2. Ершова Ю.Н. Внутренний аудит и контроль на предприятиях и в организациях // Аллея науки. – 2018. – Т. 2. – №11 (27). – С. 517-524.

3. Изварина Н.Ю., Казанцева С.Ю., Левченко М.А. Актуальные подходы к проведению внешнего аудита безопасности бизнеса на основе риск ориентированного подхода // Вестник евразийской науки. – 2018. – Т. 10. – №2. – С. 20.

4. Лытнева Н.А., Кыштымова Е.А. Методика оценки и прогнозирования чистых активов коммерческих предприятий по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности // Фундаментальные исследования. – 2015. – №4. – С. 218-223.

5. Официальный сайт компании «КПМГ» [Электронный ресурс]. – URL: <https://home.kpmg/ru/ru/home/insights.html> (дата обращения: 08.05.2019).

6. Официальный сайт компании «Эрнст энд Янг» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ey.com/ru/ru/home/library> (дата обращения: 08.05.2019).

7. Официальный сайт компании «PricewaterhouseCoopers» [Электронный ресурс]. – URL:

<https://www.pwc.ru/ru/publications.html> (дата обращения: 08.05.2019).

8. Парушина Н.В., Губина О.В. Особенности аудита ликвидности баланса коммерческих организаций // Аудитор. – 2009. – №5 (171). – С. 17-23.

9. Парушина Н.В., Лытнева Н.А., Кулик И.О. Контроль управления эффективностью труда работников сферы предпринимательства: оплата труда // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Т. 10. – №6. – С. 329-336.

10. Парушина Н.В. Системное представление бухгалтерской отчетности: автореф. дисс. ... докт. экон. наук. – М., 2007. – 43 с.

11. Парушина Н.В., Кыштымова Е.А. Аудит: основы аудита, технология и методика проведения аудиторских проверок: учебное пособие. – М.: Форум, 2009. – 559 с.

12. Федеральный закон № 402-ФЗ от 06.12.2011 «О бухгалтерском учете».

13. Юсупов Р.М. Внутренний аудит и контроль в бухгалтерском управленческом учете // Перспективы науки. – 2018. – №8 (107). – С. 65-67.

УДК 330.131.7:005.1

Старовойтов Р.В.

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

Starovoitov R.V.

FEATURES AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF RISK-MANAGEMENT IN RUSSIA

*Старовойтов Роман Вячеславович**; магистрант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: roman.s93@mail.ru

Starovoitov Roman Vyacheslavovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: roman.s93@mail.ru

В статье рассмотрены главные особенности и специфические черты риск-менеджмента в России, описаны ключевые проблемы этой области в нынешних сложных экономических и политических условиях. Также внимание уделяется изучению тенденций, перспектив и направлений развития отечественного управления рисками.

In the article the main features and specific characteristics of risk-management in Russia are considered. The key problems of this area under present difficult economic and political conditions are described. The attention is also paid to the studying of development tendencies, prospects and directions of domestic risks management.

Ключевые слова: риск-менеджмент, риски, управление рисками, компания, организация, страхование, перспективы развития риск-менеджмента.

Keywords: risk-management, risks, risks management, company, organization, insurance, development prospects of risk-management.

Сегодня успешное ведение управленческой деятельности в компании практически невозможно без применения риск-менеджмента как полноценной части системы управления организацией вне зависимости от сферы ее деятельности и спектра оказываемых услуг. Актуальность статьи обусловлена обозначившейся тенденцией компаний к детальному изучению сферы риск-менеджмента, а также внедрения его в свою повседневную деятельность. В подтверждение этому можно привести возрастающее число специализированных курсов, семинаров, конференций, тренингов, программ обучения, публикаций, посвященных теме управления рисками.

Согласно исследованиям, в 2018 году доля компаний, имеющих отдельное подразделение по управлению рисками, составляет 65%, что на 29% выше показателя предыдущего года [4]. Система управления рисками предназначена для обеспечения баланса между получением прибыли и сокращением издержек компании, также она направлена на интеграцию в глобальную систему менеджмента предприятия, ее деятельность и бизнес-планы. Применение риск-менеджмента позволяет компаниям получить ряд преимуществ, таких как повышение качества принимаемых управленческих решений, рост эффективности деятельности, экономия ресурсов, улучшение деловой репутации и т. д.

Риск-менеджмент активно изучается и применяется в наиболее развитых странах, где особое внимание ему уделяется на протяжении порядка 35-50 последних лет. Развитие в мире управление рисками получило вследствие того, что крупные предприятия стали расценивать риски как факторы роста стоимости компаний. Именно исследование рисков позволило финансистам строить довольно точные прогнозы стоимости акций и компаний в целом [1, с. 31].

В российской практике сфера управления рисками является более молодой, так как данное направление сформировалось лишь 15-20 лет назад, что объясняется историческими особенностями экономического и политического развития страны. Но нельзя утверждать, что до

* Научный руководитель: *Захаркина Наталья Владимировна*, к.э.н., доцент; e-mail: natashazaharkina@mail.ru

перехода к рыночной экономике управление рисками не существовало как сфера деятельности. Часть проектов и ранее реализовывалась с использованием инструментов риск-менеджмента, в оценке рисков участвовали профессионалы и специализированные организации. Разница между управлением рисками в период плановой экономики и современным риск-менеджментом существенна, но его первоначальную основу следует помнить и принимать во внимание по сей день.

Одной из главных причин растущего интереса компаний к риск-менеджменту является невысокая стоимость мероприятий по отслеживанию и выявлению рисков относительно затрат на ликвидацию последствий данных рисков. Благодаря изучению рисков появилась возможность эффективно применять инструменты финансового рычага, игнорирование которых может обернуться для компании внушительными убытками.

Сегодня направление риск-менеджмента в России имеет ряд важных особенностей. К примеру, в отечественной практике риск-менеджмент внедряют в свою деятельность преимущественно крупные компании (энергетика, металлургия, нефтегазовая промышленность и др.). Это объясняется достаточно высокой стоимостью формирования нового подразделения в организации, поэтому представители малого и среднего бизнеса имеют возможность возместить подобные расходы лишь в долгосрочной перспективе. В связи с этим довольно распространена позиция о том, что выделение денежных средств на борьбу с рисками неэффективно и неоправданно.

Некоторые руководители несправедливо считают риск-менеджмент второстепенным направлением деятельности, полагая, что к оценке и выявлению рисков следует прибегать только при проведении антикризисных мер. Часть управляющих не осознает важность ежедневного контроля за уже существующими и периодически возникающими рисками. Для повышения эффективности деятельности предприятиям необходимо сформировать полноценную систему поиска и выявления рисков.

Характерной чертой на данном этапе развития управления рисками в России является нехватка профессионально подготовленных специалистов, отсутствие единого механизма подготовки кадров высокой квалификации в области риск-менеджмента. Это можно связать с невысоким темпом развития рынка финансовых инструментов, что тормозит развитие риск-менеджмента. Зачастую компании вынуждены сами повышать уровень квалификации сотрудников в области риск-менеджмента, хотя уже сейчас отмечаются сдвиги в положительную сторону.

Следует отметить, что большинство крупных компаний в России при подходе к управлению рисками ограничиваются только страхованием, ставшим единственным способом минимизации возможных потерь и борьбы с рисками.

К особенностям и проблемам следует также отнести довольно средний уровень развития культуры управления рисками и недостаток специализированных изданий, профессионально освещающих вопросы риск-менеджмента.

Заметим, что значительная часть инструментов управления рисками, заимствованных у западных стран, неприменима в сегодняшних реалиях по причине того, что они предназначены для управления традиционными микроэкономическими показателями, такими как прибыль и стоимость бизнеса. В России же часто одной из целей ведения бизнеса является не получение прибыли, а положительные денежные потоки, обладание которыми может заканчиваться их незаконным присваиванием [1, с. 32].

Специфические черты развития отечественного риск-менеджмента обусловлены политическими и экономическими событиями последнего времени. Так, в 2012 году Россия вступила во Всемирную торговую организацию (ВТО), что позволило местным производителям выйти на зарубежные рынки – это привело к росту экспорта, появилась возможность привлечь иностранных инвесторов, а отечественным компаниям открылся доступ к международным проектам и др.

Вступление в ВТО имело и отрицательные стороны: далеко не все российские производители справились с обострившейся конкуренцией в результате увеличения импорта более

качественных товаров, ввозимых из других стран, а сниженные пошлины на импорт могли привести к тому, что многие товары невыгодно было бы производить на территории страны. Проще говоря, российские компании столкнулись с возможными рисками.

К тому же с 2014 года и до сегодняшнего дня в стране ощутимо влияние экономического кризиса, выражающегося в упавшей покупательской способности рубля, сниженных ценах на нефть, санкциях со стороны стран запада на импорт и экспорт и т.д. Подобная ситуация располагает к проводимой политике импортозамещения, благодаря которой, с одной стороны, создаются благоприятные условия для роста конкурентоспособности российских производителей, что в целом способствует укреплению экономики страны. Но, с другой стороны, возникают риски, связанные с курсом рубля, снижением интереса к российскому рынку со стороны зарубежных компаний и т. д.

Сегодня трудно точно спрогнозировать, какая ситуация может сложиться в экономической и политической сфере, каких рисков стоит ожидать в дальнейшем. В связи с этим важно понимать, что стратегия риск-менеджмента приобретает особое значение. На этом фоне профессия специалиста по управлению рисками, одна из самых молодых в стране, становится все более востребованной. Как отмечалось ранее, наблюдается рост числа курсов, семинаров и конференций на тему риск-менеджмента. По данным исследований, 77% специалистов в области управления рисками считают, что работникам данной сферы необходима общепризнанная сертификация для работы в своей области [2].

При всех указанных особенностях и проблемах риск-менеджмента имеются и определенные перспективы его развития – область управления рисками начинает выходить на новый уровень.

В 2018 году консалтинговая компания «Deloitte» провела исследование уровня зрелости управления рисками в России, показавшее, что доля компаний, в которых есть утвержденная политика в области управления рисками, составляет 80%. Также 33% представителей компаний заявили, что ими проводится обучение управлению рисками для всех сотрудников, что выше на 25%, чем в 2017 году. Общий уровень зрелости составил 0,54 балла по шкале от 0 до 1, что на 0,13 выше показателя предыдущего года [4].

Вышеперечисленные специфические особенности развития риск-менеджмента и приведенные статистические данные позволяют сформулировать основные перспективы управления рисками в России:

– разработка и последующее внедрение комплексной системы управления рисками в компании благодаря государственным программам, позволяющим сделать этот процесс доступнее в финансовом плане, а также быстрее и эффективнее;

– подготовка кадров высокой квалификации посредством образовательных программ в специализированных учебных заведениях или вузах по соответствующему направлению;

– объединение системы риск-менеджмента с общим процессом управления, благодаря чему появится возможность выявления и анализа рисков с помощью привлеченных в качестве экспертов членов функциональных подразделений. В свою очередь, отдел риск-менеджмента сможет выполнять функции координации и контроля, а также консолидации и анализа информации о рискованных событиях, своевременно предпринимая необходимые корректирующие меры [3, с. 276];

– продолжение развития системы страхования как одного из главных методов борьбы с возможными рисками. Но, несмотря на распространение мнения о том, что система управления рисками тождественна страхованию, многие менеджеры, вполне вероятно, станут относиться к нему только как к вспомогательному механизму финансирования выявленных рисков, сначала стараясь достичь необходимого уровня защиты собственными методами и средствами;

– работа над новыми техническими решениями, модернизация существующих и разработка новых программных продуктов, применяемых для выявления, оценки и анализа рисков в короткие сроки.

К другим направлениям развития следует отнести интеграцию риск-менеджмента в процесс бюджетирования, постановки целей и формирования ключевых показателей эффективности, а также работу над повышением культуры управления рисками.

Таким образом, несмотря на ряд отличительных особенностей и проблем, характеризующих отечественный риск-менеджмент, намечаются явные положительные тенденции в его развитии. К тому же постоянно меняющиеся экономические и политические условия заставят предприятия все чаще обращаться к инструментам риск-менеджмента для достижения поставленных стратегических целей и обеспечения эффективной деятельности. Развитие риск-менеджмента в России способствует росту конкурентоспособности российских компаний на внутреннем и зарубежном рынках.

Список источников:

1. Беленова А.А., Жукова Ю.Н. Становление риск-менеджмента в России и перспективы его развития // Экономика и гуманитарные исследования: проблемы, тенденции, достижения: сборник материалов III Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2018. – С. 30-36.
2. Итоги исследования FERMA в России [Электронный ресурс] // FERMA, РусРиск и PwC. – URL: <http://trms.ru/obuchenie/oprosy.php> (дата обращения: 10.04.19).
3. Мироненко В.О. Проблемы и перспективы развития корпоративного риск-менеджмента // Молодой ученый. – 2018. – №21 (207). – С. 274-276.
4. Оценка уровня зрелости управления рисками в России [Электронный ресурс] // Deloitte. – URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/research-center/articles/ocenka-urovnya-zrelosti-upravleniya-riskami-rossii.html> (дата обращения: 11.04.19).

УДК 339.1:641

Платонов В.Г., Чернов Н.В.

РЫНОК ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Platonov V.G., Chernov N.V.

FUNCTIONAL FOODSTUFFS MARKET

Платонов Владимир Геннадьевич*; аспирант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: jintonnic@gmail.com

Platonov Vladimir Gennadievich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: jintonnic@gmail.com

Чернов Николай Владимирович*; аспирант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ogietif@yandex.ru

Chernov Nikolay Vladimirovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ogietif@yandex.ru

Все большее число людей во всем мире начинает осознавать необходимость правильного питания для профилактики заболеваний. Растущий интерес потребителей является одним из ключевых факторов, стимулирующих рост продаж функциональных продуктов на мировом рынке. Врачи и работники пищевой промышленности, объединив свои усилия с учеными, работают над созданием новых специализированных продуктов для здорового питания. Несмотря на экономический кризис, спрос на функциональные продукты в нашей стране будет расти, а рынок функциональных продуктов значительно прибавит в развитии в ближайшие годы.

The increasing number of people all over the world starts realizing the necessity of eutrophy for diseases prevention. Growing interest of consumers is one of the key factors stimulating increase functional products sales in the world market. Combining the efforts with the scientists, doctors and workers of food industry work on creation of new specialized products for healthy nutrition. Despite economic crisis, demand for functional products in our country will grow, and the market of functional products will considerably develop in the nearest future.

* Научный руководитель: **Большакова Лариса Сергеевна**, к.б.н., доцент; e-mail: ogietif@yandex.ru

В современном мире растущая распространенность хронических заболеваний побуждает людей более внимательно относиться к своему здоровью. Результаты исследований последних десятилетий подтверждают, что питание оказывает существенное влияние на здоровье человека [1]. Осознавая это, потребители в развитых странах уделяют все больше внимания поддержанию своего здоровья и получению все большего количества информации о здоровом образе жизни. Ключевыми факторами, стимулирующими рост функциональных продуктов на мировом рынке, является растущий интерес потребителей и растущее понимание того, как правильная диета может повысить иммунитет. На сегодняшний день считается, что именно взрослое население получает наибольшую пользу от функциональной пищи из-за возрастных проблем, связанных со здоровьем. Таким образом, прирост возрастного населения способствует росту рынка функциональных продуктов. Кроме того, растущий спрос на обогащенные напитки и продукты питания приводят к увеличению потребления продуктов питания с добавленной стоимостью, тем самым способствуя росту рынка. Тем не менее, существуют и некоторые противоречия, которые сдерживают рынок функциональных продуктов. Так, глобальный экономический спад побуждает потребителей переходить на более дешевые продукты питания. Тем не менее, устойчивый рост населения приведет к смещению акцента с областей с высоким потреблением, таких как США и Япония, на регионы с высоким населением, такие как Китай и Индия. Этот сдвиг, вероятно, откроет огромные возможности для роста рынка функциональных продуктов в ближайшем будущем.

Для российского потребителя функциональные продукты являются достаточно инновационными продуктами. Продуктовые инновации в нашей стране в большей мере зависят от постоянно изменяющихся тенденций в поведении потребителей. В зависимости от сферы применения рынок сегментируется на функциональные кондитерские изделия, обогащенные молочные продукты, хлебобулочные и крупяные изделия, замороженные и охлажденные продукты питания и функциональные напитки. Стоит отметить, что в сегменте обогащенных молочных продуктов будет наблюдаться значительный рост благодаря популярности пробиотических йогуртовых напитков. Увеличение производства функциональных напитков можно объяснить растущим спросом на высокоэнергетические спортивные напитки и популярность потребления соевого молока. Сегмент хлебобулочных изделий, вероятно, будет развиваться благодаря увеличению количества продуктов на основе злаков. Рост располагаемого дохода увеличивает рост кондитерского сегмента [2].

Лидером на рынке функциональных продуктов питания является Япония, которая производит порядка 40% мирового объема данной категории продукции, на втором месте находятся США – чуть более 30%, на долю европейских стран приходится менее 30%. России принадлежит лишь 5% мирового рынка функциональных продуктов [3], причем темпы роста объемов производства данной продукции в России незначительны. Связано это, прежде всего, с тем, что производство отечественных продуктов здорового питания осуществляется в основном на отдельных предприятиях, сотрудничающих с научными учреждениями, занимающимися разработкой данных продуктов, и не поддерживается на государственном уровне [1].

Несмотря на большое количество функциональных продуктов питания, первый продукт, которому был присвоен такой статус, относился к молочной группе. В России традиционно выпускается обширный ассортимент молочных продуктов, немалую часть которого занимают кисломолочные продукты. Клинические испытания этих продуктов показали их высокое лечебно-профилактическое действие при различных желудочно-кишечных заболеваниях [4].

На данном этапе достаточно трудно понять, как будет складываться ситуация на продовольственном рынке в нашей стране. По мнению экспертов, потребление продуктов питания будет падать особенно в средних ценовых сегментах рынка, потребление функциональных продуктов питания, напротив, может немного вырасти. Движущими силами потребления

функциональных продуктов питания являются:

- рост зарплат;
- интенсивные маркетинговые кампании;
- внимательное отношение населения к собственному здоровью.

Структура производства функциональных продуктов питания неоднородна в связи со специфичностью изготовления данной продукции. Данная категория продуктов представлена сравнительно незначительным количеством производителей на отечественном рынке, в их числе ряд таких компаний, как «Нестле Россия», ГК «Danone-Юнимилк» [5].

Финские и эстонские компании, представленные на нашем рынке, являются одними из наиболее крупных поставщиков функциональных продуктов питания в Российскую Федерацию. При этом значительная часть хлебобулочных изделий в стоимостном выражении существенно превосходит долю в натуральном выражении. Данный факт является подтверждением намного более высокой цены на товары данной категории по сравнению со средней ценой импорта функциональных пищевых продуктов.

ЦФО является основным федеральным округом по производству пищевых продуктов с добавленной стоимостью на территории Российской Федерации. Данный округ включает в себя наиболее крупные по годовому обороту компании-производители функциональных пищевых продуктов. В их числе «Вимм-Билль-Данн», «Пармалат» (производство детских смесей), «Золотые луга», «Велле» (напитки на основе злаков), «Быстров» и «Здоровяк» (сегмент каш) [6]. В связи с тем, что значительная доля потребности населения в функциональных продуктах питания покрывается за счет импортной продукции, стоит отметить, что в товарной структуре внешнеторгового оборота в импорте функциональных продуктов питания преобладают кефиры, йогурты и многие другие функциональные молочные продукты: молочные смеси, сыворотки и творожки.

На данный момент рынок функциональных продуктов питания в России стремительно формируется. Продукты данной категории на рынке России представлены 4-мя группами: продукты на основе зерновых (в том числе хлебобулочные и кондитерские изделия), молочные продукты, продукты масложировой отрасли и безалкогольные напитки. Критериями обогащения хлебобулочных изделий являются зерновой состав («Бурже», «Самарские Хлебцы», «Воскресный», «8 злаков»), добавление отрубей («Сурвита», «Целебный»), семян подсолнечника, льна и сои. Различают также йодированный и витаминизированный хлеб [7]. Актуальность производства йодированных продуктов связана с проблемами йододефицита у населения нашей страны, что обусловлено, в первую очередь, неустранимой экологической недостаточностью йода в почве и воде.

В числе кондитерских изделий выделяют продукты на натуральных сахарозаменителях, обладающие диабетическим характером, а также продукты с витаминами и фруктовыми добавками. Производители любой продукции в данной категории ориентируются на наиболее обширную группу потребителей, хотя большая часть компаний имеет в своем ассортименте продукты с «узкой специализацией» в зависимости от особенностей состава (лечебно-профилактические, диетические, диабетические продукты).

В области масложировых продуктов с функциональными свойствами ученые и производители на сегодняшний день пошли по пути создания ассортимента комбинированных (облегченных) масел и низкожирных маргаринов и майонезов с функциональными ингредиентами.

Безалкогольные напитки, соки и сокосодержащие напитки, морсы, квасы, чаи, включающие в себя функциональные ингредиенты, органично вошли в жизнь россиян. Спрос на них среди основных групп населения повышается.

Особое внимание специалисты пищевой промышленности обращают на выпуск продуктов детского питания. В соответствии с требованиями современной медицинской науки эти продукты должны быть обогащены витаминами и минеральными веществами, к ним относят широко известные продукты «Малыш», «Малютка», «Малютка Истринская», «Бebelак», «Бebelак - 2», «Бebelак Соя». Для питания детей дошкольного и школьного возраста

производятся кукурузные хлопья, обогащенные 8 витаминами и железом, компании Nestle, а также быстрорастворимый шоколадный напиток «Несквик», для больных диабетом – печенье с фруктовой начинкой, обогащенное витаминами А, С, Е, В6, пантотеновой кислотой, минеральными веществами: железом, магнием и цинком, производимое французской компанией Nutrition & Sante [8].

В основном можно утверждать, что прогноз развития рынка функциональных продуктов в достаточной степени оптимистичен, поскольку тенденция к повышению роста употребления продуктов, полезных для здоровья человека, является на данный момент позитивной. Достаточно сильное влияние на российский рынок оказывает мода на здоровый образ жизни в целом, и на здоровое сбалансированное питание в частности, пришедшая к нам из развитых европейских стран.

Сохранение и улучшение здоровья населения России является приоритетом государства. Огромная роль в профилактике и лечении заболеваний принадлежит правильному питанию. В связи с этим врачи и работники пищевой промышленности, объединив свои усилия с учеными, работают над созданием новых специализированных продуктов для здорового питания. Текущий экономический кризис оказывает негативное влияние на потребление функциональных продуктов в России, тем не менее, спрос на них в нашей стране будет расти, а рынок функциональных продуктов значительно прибавит в развитии в ближайшие годы.

Список источников:

1. Лисицын А.Б., Чернуха И.М., Лунина О.И. Современные тенденции развития индустрии функциональных пищевых продуктов в России и за рубежом // Теория и практика переработки мяса. – 2018. – Т.3 – №1. – С. 29-45.
2. Болдина А.А. Разработка технологий хлеба и безглютеновых мучных кондитерских изделий обогащенных рисовой мукой: дисс. ... канд. техн. наук: 05.18.01. – Краснодар, 2015. – 204 с.
3. Лыгина Н.И., Рудакова О.В., Соболева Ю.П. Экономические факторы развития рынка функциональных пищевых продуктов // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – Т. 9. – №11. – с. 115-121.
4. Состояние и перспективы развития рынка функциональных продуктов питания [Электронный ресурс]. – URL: https://studbooks.net/1924783/tovarovedenie/sostoyanie_perspektivy_razvitiya_rynka_funktsionalnyh_produktoy_pitaniya.
5. Плюс витаминизация всей страны [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1832>.
6. Краткий обзор российского рынка функциональных (обогащенных) продуктов [Электронный ресурс]. – URL: <http://chin-ru.com/funkcionalnie-produkti/>.
7. Краткий обзор российского рынка функциональных (обогащенных) продуктов [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=1678>.
8. Микрюкова Н.В. Основные аспекты получения функциональных продуктов питания // Молодой ученый. – 2012. – №12. – С. 90-92.

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

УДК 336.13:342.5

Рогатенюк Э.В., Викторова А.А.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЧЕТНОЙ ПАЛАТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Rogatenyuk E.V., Viktorova A.A.

ESTIMATION OF EFFICIENCY OF ACTIVITY CHAMBER OF ACCOUNTS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Рогатенюк Элана Владимировна; кандидат экономических наук, доцент; Институт экономики и управления (Структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»; РФ, 295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, д. 21/4; e-mail: elana2005@mail.ru

Rogatenyuk Elana Vladimirovna; candidate of economics sciences, associate professor; Institute of Economics and Management of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 21/4 Sevastopolskaya Street, Simferopol, Republic of Crimea 295015, Russian Federation; e-mail: elana2005@mail.ru

Викторова Анна Андреевна; обучающаяся бакалавриата, Институт экономики и управления (Структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»; РФ, 295015, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, д. 21/4; e-mail: a.viktorova@list.ru

Viktorova Anna Andreevna; Institute of Economics and Management of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University; 21/4 Sevastopolskaya Street, Simferopol, Republic of Crimea 295015, Russian Federation; e-mail: a.viktorova@list.ru

В статье рассмотрены теоретические аспекты контрольно-ревизионной и экспертно-аналитической деятельности Счетной палаты Российской Федерации – независимого от Правительства Российской Федерации действующего органа государственного финансового контроля, наделенного широкими полномочиями и подотчетного Федеральному Собранию. Область действий данных полномочий связана с финансовыми потоками, аккумулируемыми и используемыми в различных сферах государственной деятельности. В ходе исследования были выделены критерии оценки эффективности деятельности Счетной палаты (результативности, действенности, экономичности, интенсивности, динамичности), проведен анализ ее деятельности за период 2016-2018 гг.

Theoretical aspects of verification and auditing and expert and analytical activity of the Chamber of Accounts of the Russian Federation are considered in the article. The Chamber of Accounts is an independent on the Government of the Russian Federation operating body of state financial control having wide powers and accountable to the Federal Assembly. The area of actions of the powers is connected with financial streams accumulated and used in various spheres of state activity. During the research the criteria of efficiency estimation of the Chamber of Accounts activity were singled out: productivity, effectiveness, profitability, intensity and dynamism. The analysis of its activity for the period 2016-2018 is carried out.

Ключевые слова: Счетная палата Российской Федерации, эффективность деятельности Счетной палаты РФ, критерии эффективности, государственный финансовый контроль за соблюдением норм расходования бюджетных средств.

Keywords: the Chamber of Accounts of the Russian Federation, activity efficiency of the Chamber of Accounts of the Russian Federation, efficiency criteria, state financial control over the observance of the expenditure rates of budgetary funds.

В соответствии с частью 5 статьи 101 Конституции РФ, для реализации функций финансового контроля за исполнением федерального бюджета и расходованием бюджетных средств Государственная Дума и Совет Федерации образуют Счетную палату РФ, которая имеет особое значение и отдельный правовой статус, независимый от других контрольных органов исполнительной власти. Деятельность Счетной палаты РФ основана на различной нормативно-правовой базе, к которой относятся Конституция РФ (ст. 101), Федеральный закон «О Счетной палате Российской Федерации» от 05.04.2013 №41-ФЗ (последняя редакция от 07.02.2017 года) и «Бюджетный Кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 №145-ФЗ (ред. 28.12.2017 г.).

Согласно статье 4 ФЗ «О Счетной палате», Счетная палата РФ «осуществляет внешний

государственный аудит (контроль) на основе принципов законности, эффективности, объективности, независимости, открытости и гласности» [7, ст. 4].

В процессе своей деятельности, в соответствии со статьей 11 вышеобозначенного закона, Счетная палата проводит ревизии и тематические проверки, о результатах которых информирует и отчитывается Совету Федерации и Государственной Думе.

Счетная палата РФ осуществляет следующие виды контрольной и экспертно-аналитической деятельности (рис. 1).

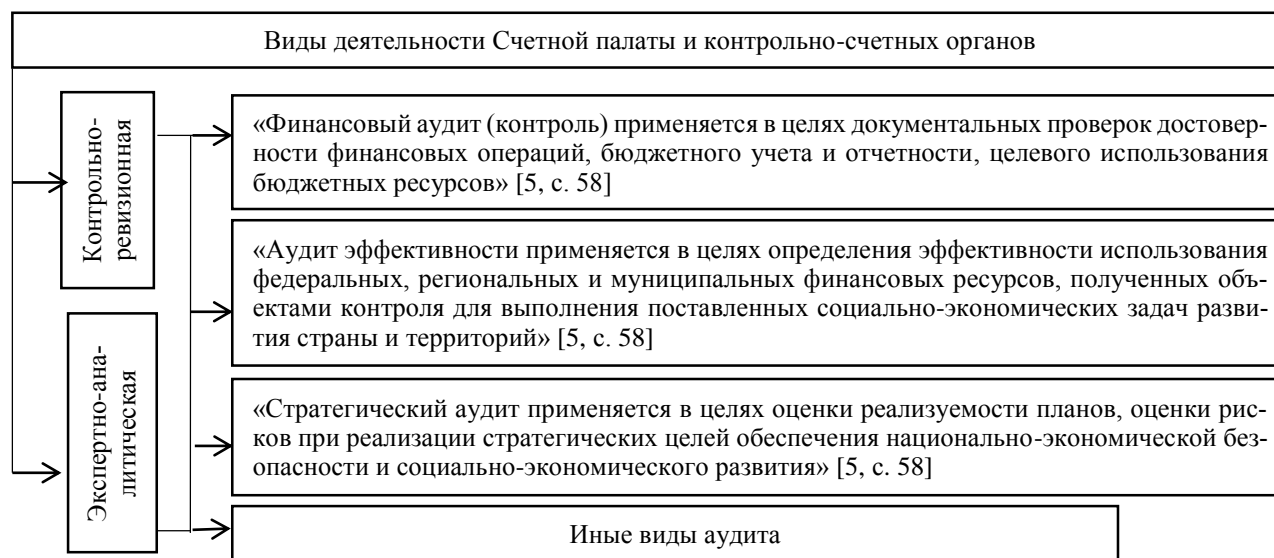


Рисунок 1 – Виды деятельности Счетной палаты и КСО

Источник: составлено автором на основе [5, с. 58]

«Федеральным законом 41-ФЗ и № 6-ФЗ «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов РФ и муниципальных образований» предусмотрены следующие формы осуществления проверочных мероприятий Счетной палаты РФ: предварительный аудит формирования бюджетов бюджетной системы и внебюджетных фондов, оперативный анализ исполнения и контроль за организацией исполнения бюджетов, и последующий контроль за исполнением бюджетов бюджетной системы РФ и бюджетов государственных внебюджетных фондов» [5, с. 60].

«Эффективность финансового контроля предусматривает выявление законности использования ресурсов бюджетной системы, констатацию фактов отклонений в финансово-хозяйственной деятельности объектов контроля, выработку предложений по их устранению и оценивает состояние объекта контроля» [1, с. 3]. Что же касается эффективности работы Счетной палаты РФ, то в ее основу «положены пять критериев: результативность, действенность и экономичность, а также два критерия, конкретно оценивающих деятельность контрольных органов: интенсивность и динамичность работы» [4, с.76].

«Критерий результативности определяется как отношение суммы объема средств, использованных с нарушением законодательства, к общему объему проверенных средств и (или) как уровень результативности контрольных мероприятий: отношение количества представлений и предписаний к количеству контрольных мероприятий» [6, с. 20].

Экономическая эффективность (результативность) от экспертно-аналитической деятельности (как показатель результативности и экономичности) может быть рассчитана по следующей формуле:

$$Ээфд = \frac{Ээ}{3}, \quad (1)$$

где Ээфд – экономическая эффективность деятельности;

ЭЭ – экономический эффект от экспертно-аналитической деятельности (средства, восстановленные в бюджет);

З – затраты на содержание Счетной палаты РФ.

Критерий действенности может быть рассчитан по следующей формуле:

$$K_d = \frac{Эп}{Эоп}, \quad (2)$$

где Эп – количество принятых СП РФ экспертных предложений;

Эоп – общее количество предложений, содержащихся в экспертных заключениях.

«Критерий интенсивности включает следующие показатели: общее количество проведенных Счетной палатой РФ мероприятий за отчетный период; количество проверенных объектов и объем проверенных средств» [6, с. 127].

Критерий интенсивности может быть рассчитан по следующей формуле:

$$K_i = \frac{K_m}{K_{по}}, \quad (3)$$

где Км – количество контрольных и экспертно-аналитических мероприятий;

Кпо – общее количество проверенных объектов.

«Для оценки динамичности деятельности Счетной палаты РФ рассмотрим следующие показатели: 1) уровень результативности контрольных мероприятий – отношение количества представлений (предписаний) к количеству контрольных мероприятий; 2) уровень действенности представлений (предписаний) – отношение количества исполненных представлений (предписаний) к общему количеству направленных представлений (предписаний); 3) уровень эффективности представлений (предписаний), который характеризуется отношением объема средств, возвращенных в бюджет и на бюджетные счета, к общему объему средств, использованных не по целевому назначению» [2, с. 10].

Оценка эффективности деятельности Счетной палаты РФ как органа финансового контроля в целом складывается из суммы оценок эффективности контрольно-ревизионной деятельности и экспертно-аналитических мероприятий. Для ее расчета используется формула:

$$Ээф = (Эк + Ээ-а + Ээ) / Зфк, \quad (4)$$

где Ээф – экономическая эффективность деятельности;

Эк – экономический эффект от контрольных мероприятий (средства, восстановленные в бюджет);

Ээ-а – экономический эффект от экспертно-аналитической деятельности (средства, восстановленные в бюджет);

Зфк – затраты на содержание органа финансового контроля.

Однако имеются некоторые ограничения: объем выявленных нарушений может снижаться по мере повышения результативности контроля, а сокращение себестоимости контрольной работы ограничивается необходимым уровнем ее качества.

Оценивая динамику критерия результативности деятельности Счетной палаты РФ за 2016-2018 гг. (табл. 1), мы видим, что наименьшее значение критерия было зафиксировано в 2018 году, когда объем выявленных нарушений был минимальным, а количество предписаний и представлений было на том же уровне, что и в предыдущие годы. Увеличение данного критерия в 2017 году относительно 2016 года обусловлено тем, что темп роста объема выявленных нарушений превышает темп роста количества представлений и предписаний, тем самым свидетельствуя о снижении результативности Счетной палаты РФ. Однако в 2018 году относительно 2017 года наблюдается обратная тенденция. В общем, за анализируемый период ре-

Таблица 1 – Анализ критерия результативности Счетной палаты Российской Федерации за 2016-2018 гг.

Показатели, единицы измерения	года		Абсолютные отклонения				Темпы роста, %			
	2016	2017	2018	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1	2	3	4	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1. Всего выявлено нарушений, млрд руб.	965,8	1865,6	772,7	899,8	-1092,9	-193,1	193,17	41,42	80,01	
2. Количество подготовленных представлений и предписаний, шт.	434	437	436	3	-1	2	100,69	99,77	100,46	
3. Критерий результативности (стр. 1 / стр. 2)	2,23	4,27	1,77	2,04	-2,5	-0,46	191,48	41,45	79,37	

Источник: рассчитано автором на основе [3, с. 10-15]

Таблица 2 – Анализ критерия действенности Счетной палаты Российской Федерации за 2016-2018 гг.

Показатели, единицы измерения	года		Абсолютные отклонения				Темпы роста, %			
	2016	2017	2018	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1	2	3	4	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1. Количество исполненных представлений и предписаний, шт.	191	196	265	5	69	74	102,62	135,20	138,74	
2. Количество представлений и предписаний, шт.	434	437	436	3	-1	2	100,69	99,77	100,46	
3. Критерий действенности (стр. 1 / стр. 2)	0,44	0,45	0,61	0,01	0,16	0,17	102,27	135,56	138,64	

Источник: рассчитано автором на основе [3, с. 10-15]

Таблица 3 – Анализ критерия экономичности Счетной палаты Российской Федерации за 2016-2018 гг.

Показатели, единицы измерения	года		Абсолютные отклонения				Темпы роста, %			
	2016	2017	2018	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1	2	3	4	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1. Количество проведенных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий, шт.	321	319	419	-2	100	98	99,38	131,35	130,53	
2. Фактические затраты на содержание Счетной палаты РФ, млн руб.	3454,5	3484,3	3664,8	29,8	180,5	210,3	100,86	105,18	106,09	
3. Критерий экономичности (стр. 1 / стр. 2)	0,09	0,09	0,11	0,00	0,20	0,20	100,00	122,22	122,22	

Источник: рассчитано автором на основе [3, с. 10-15]

Таблица 4 – Анализ критерия действенности (интенсивности) Счетной палаты Российской Федерации за 2016-2018 гг.

Показатели, единицы измерения	года		Абсолютные отклонения				Темпы роста, %			
	2016	2017	2018	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1	2	3	4	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3 *100	10=4/2*100	
1. Количество проведенных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий, шт.	321	319	419	-2	100	98	99,38	131,35	130,53	
2. Количество проверенных объектов, шт.	3211	4841	10789	1630	5948	7578	150,76	222,87	336,00	
3. Критерий интенсивности (стр. 1 / стр. 2)	0,10	0,07	0,04	-0,03	-0,03	-0,06	70,00	57,14	40,00	

Источник: рассчитано автором на основе [3, с. 10-15].

зультативность Счетной палаты РФ увеличилась из-за снижения объема выявленных нарушений в ходе осуществления внешнего государственного контроля на 20%, в то время как количество представлений и предписаний увеличилось лишь на 0,46%.

Относительно критерия действенности (табл. 2), который можно определить как отношение количества исполненных представлений, предписаний и предложений к их общему количеству, можно сказать, что значение критерия должно стремиться к единице. То есть количество исполненных предписаний и представлений должно быть равно, это будет свидетельствовать о действенности работы Счётной палаты РФ в сфере контроля за соблюдением норм расходования бюджетных средств.

Критерий экономичности рассчитывается как отношение проведенных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий к затратам на содержание Счетной палаты РФ. Мы видим (табл. 3), что деятельность Счётной палаты РФ была наиболее экономичной в 2018 году, так как критерий экономичности самый большой, несмотря также на то, что в этом же периоде величина затрат на содержание Счетной палаты РФ максимальна.

Критерий действенности (интенсивности) определяется как отношение количества контрольных и экспертно-аналитических мероприятий к количеству проверенных объектов, и, как было отмечено выше, характеризует загруженность Счетной палаты РФ, систематичность и методичность контроля. Результаты расчета данного показателя представлены в таблице 4.

Для более наглядной оценки эффективности деятельности Счетной палаты изобразим динамику критериев результативности, действенности, экономичности и интенсивности (рис. 2).

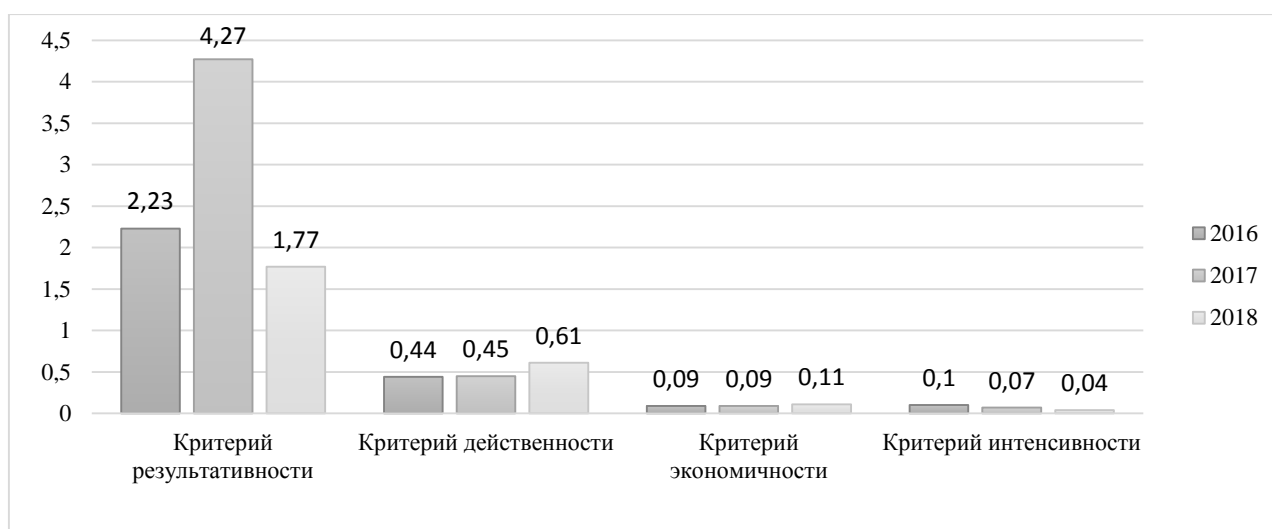


Рисунок 2 – Динамика критериев эффективности деятельности Счетной палаты Российской Федерации за 2016-2018 года
Источник: составлено автором по данным таблиц 1-4

«Для оценки динамичности деятельности Счетной палаты РФ рассмотрим следующие показатели:

- 1) уровень результативности контрольных мероприятий – отношение количества представлений (предписаний) к количеству контрольных мероприятий;
- 2) уровень действенности – отношение количества исполненных представлений (предписаний) к общему количеству направленных представлений (предписаний);
- 3) уровень эффективности, который характеризуется отношением объема средств, возвращенных в бюджет и на бюджетные счета, к общему объему средств, использованных не по целевому назначению» [2, с. 10].

Результаты расчетов критерия динамичности представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ критерия динамичности деятельности Счетной палаты Российской Федерации за 2016-2018 гг.

Показатели, единицы измерения	Абсолютные отклонения				Темпы роста, %				
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	5=3-2	6=4-3	7=4-2	8=3/2 *100	9=4/3*100	10=4/2*100
1	2	3	4						
1. Количество проведенных контрольных и экспертно-аналитических мероприятий, шт.	321	319	419	-2	100	98	99,38	131,35	130,53
2. Количество подготовленных представлений и предписаний, шт.	434	437	436	3	-1	2	100,69	99,77	100,46
3. Количество исполненных представлений и предписаний, шт.	191	196	265	5	69	74	102,62	135,20	138,74
4. Нецелевое использование государственных средств, млрд руб.	965,8	1865,6	772,7	899,8	-1092,9	-193,1	193,17	41,42	80,01
5. Объем средств, возвращенных в бюджет РФ, млрд руб.	8,8	19,1	7,6	10,3	-11,5	-1,2	217,22	39,45	85,70
6. Уровень результативности, (стр. 2 / стр. 1), %	135,20	136,99	104,06	1,79	-32,93	-31,14	101,32	75,96	76,97
7. Уровень действенности, (стр. 3 / стр. 2), %	59,50	61,44	63,25	1,94	1,81	3,75	103,26	102,95	106,30
8. Уровень эффективности (стр. 5 / стр. 4), %	0,91	1,02	0,98	0,11	-0,04	0,07	112,09	96,08	107,69

Источник: рассчитано автором на основе [3, с. 10-15].

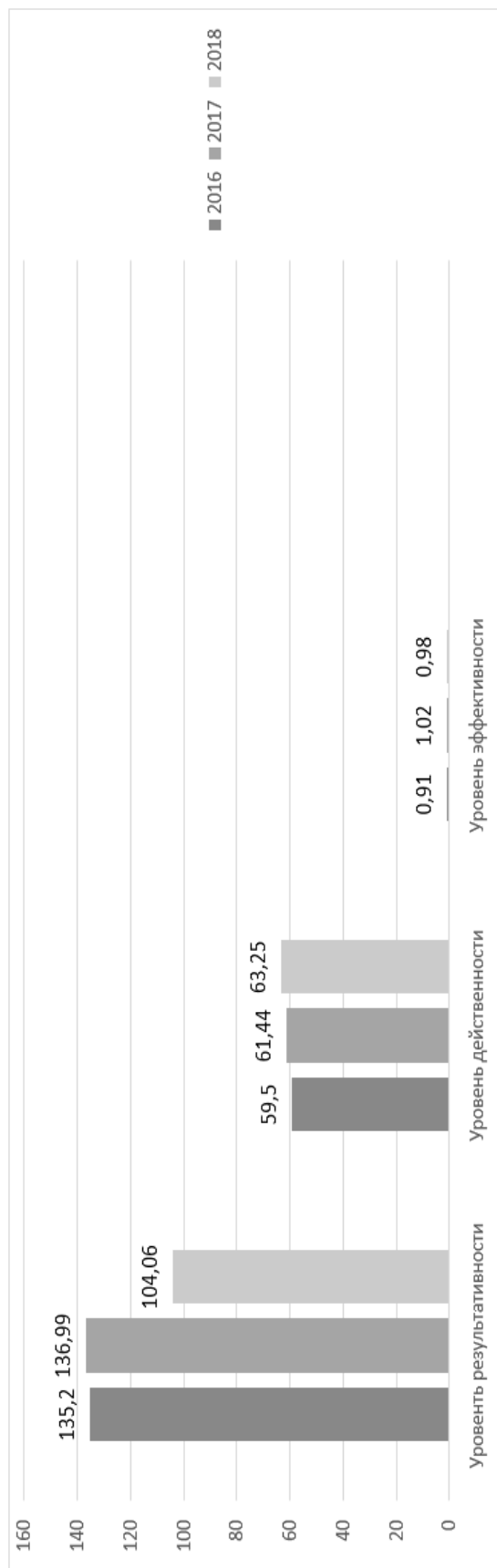


Рисунок 3 – Динамика показателей динамичности деятельности Счетной палаты за 2016-2018 года, %

Источник: составлено автором по данным таблицы 5.

Таким образом, можно сделать вывод: наиболее эффективной деятельностью Счетной палаты была в 2017 году, об этом свидетельствует критерий результативности (был выявлен наибольший объем нарушений при одинаковом уровне предписаний и представлений за 2016-2018 гг.), однако все остальные критерии находятся почти на одинаковом уровне, что свидетельствует о стабильности работы Счетной палаты РФ в области контрольно-ревизионной и аналитической деятельности.

Список источников:

1. Беляева Е.С. Критерии оценки государственного финансового контроля структура // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2015. – №3 (16). – С. 118-124.
2. Комиссаров А.В., Поющева Е.В., Яшина Н.И. Разработка методологического инструментария оценки эффективности финансового контроля в РФ // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – №1. – С. 8-13.
3. Отчет о работе Счетной палаты Российской Федерации в 2018 году [Электронный ресурс] / Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации – URL: http://audit.gov.ru/activities/annual_report/#951 (дата обращения: 12.05.2019).
4. Рогатенюк Э.В. Критерии эффективности деятельности органов государственного финансового контроля и методика их оценки // Экономика строительства и природопользования. – 2017. – №2. – С. 74-81.
5. Самаруха В.И., Деревцова И.В. Государственный федеральный контроль в Российской Федерации; учебное пособие. – Иркутск: Изд-во БГУ, 2013. –106 с.
6. Столяров Н.С. Методические основы аудита эффективности использования бюджетных средств и государственной собственности [Электронный ресурс] – URL: <http://ksp25.ru/files/001.doc> (дата обращения: 16.04.2019).
7. Федеральный закон «О Счетной палате Российской Федерации» от 05.04.2013 №41-ФЗ (ред. от 07.02.2017) [Электронный ресурс]. – URL: <https://fzrf.su/zakon/o-schetnoj-palate-41-fz/> (дата обращения: 17.03.2019).

УДК 336.1:004.1

Савина А.Г., Костромина К.А., Клейменова О.Р.

ЦИФРОВОЙ АСПЕКТ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РФ

Savina A.G., Kostromina K.A., Kleymenova O.R.

DIGITAL ASPECT OF FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION OF THE RUSSIAN FEDERATION

*Савина Анна Геннадьевна; кандидат педагогических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: angen1976@mail.ru*

*Savina Anna Gennadievna; candidate of pedagogic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: angen1976@mail.ru*

*Костромина Кристина Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: kristinakostromina015@yandex.ru*

*Kostromina Kristina Alexandrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: kristinakostromina015@yandex.ru*

*Клейменова Ольга Руслановна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: olga.kleymenova.99@gmail.com*

*Kleymenova Olga Ruslanovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: olga.kleymenova.99@gmail.com*

В условиях развития экосистемы цифровой экономики, основанной на новых методах генерирования обработки, хранения и передачи данных с использованием цифровых технологий, формируются новые модели цифрового взаимодействия участников финансово-кредитных отношений. Цифровые каналы предоставления финансовых услуг обладают явными преимуществами: оперативностью, доступностью, прозрачностью. Однако использование цифровых сервисов порождает новые риски и требует соответствующего уровня компетентности потребителей финансовых услуг, их грамотного финансового поведения в инновационной цифровой среде. Первоочередной задачей становится выработка стратегических направлений повышения финансовой грамотности населения, расширения возрастных рамок целевой аудитории потребителей финансовых услуг в цифровом формате, преодоления проблемы цифрового неравенства различных социальных слоев и категорий граждан. Цифровая финансовая грамотность (компетентность) должна включать умения и навыки безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов сети Интернет при потреблении финансовых услуг в целях эффективного управления денежными средствами. В этой связи актуальным является разработка соответствующей системы индикаторов для оценки уровня финансовой грамотности населения с учетом цифрового формата предоставляемых услуг.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовое поведение, участники финансово-кредитных отношений, цифровая экономика, инновационная цифровая финансовая среда, модели цифрового взаимодействия, цифровая компетентность, индекс цифровой финансовой грамотности.

Under conditions of the development of the the digital economy ecosystem based on new methods of data generating, processing, storage and transmission with the use of digital technologies, new models of digital interaction of the participants of financial and credit relations are formed. Digital channels of providing of financial services possess clear advantages: efficiency, availability and transparency. However the use of digital services generates new risks and demands the corresponding competence level of the financial services and their competent financial behaviour in innovative digital financial environment. Development of strategic directions of improvement of the population financial literacy, older age of the target audience of digital financial services consumers, overcoming of the problem of digital inequality of various social strata and citizens categories become a priority. Digital financial literacy (competence) should include skills of safe and effective use of digital technologies and the Internet resources in consuming of financial services in order to control finance efficiently. Thereupon working out of the corresponding system of indicators for estimation of financial literacy level of the population taking into account the digital format of the services is actual.

Keywords: financial literacy, financial behaviour, participants of financial and credit relations, digital economy, innovative digital financial environment, models of digital interaction, digital competence, index of digital financial literacy.

Формирование национальной экосистемы цифровой экономики как части мировой экосистемы невозможно без решения проблемы достижения определенного уровня цифровой компетентности населения как синтеза финансовой, правовой и информационной грамотности. Именно всеобщая цифровая грамотность будет служить фундаментом эффективной и стабильной работы самой экосистемы, а также позволит создать комфортные условия адаптации граждан к технологическим вызовам цифровой среды [21].

Качественно новый этап развития финансовых рынков, связанный с тотальной цифровизацией, возникновением новых цифровых моделей взаимодействия участников финансово-кредитных отношений, порождает серьезные вызовы для всех его участников. В условиях стремительного внедрения цифровых технологий в сферу предоставления финансовых услуг актуальной является проблема повышения уровня финансовой грамотности как одного из ключевых компонентов цифровой грамотности текущих и потенциальных потребителей финансовых услуг.

Вопрос всеобщей цифровой компетентности и финансовой грамотности населения становится задачей национального уровня. Под влиянием цифровой трансформации финансового сектора финансовая грамотность из ранее достаточно абстрактного понятия обрела вполне осязаемое определение и стала характеризоваться наличием у людей конкретного набора устойчивых навыков, помогающих самостоятельно осуществить поиск, оценку и выбор финансовой услуги с целью повышения качества жизни. «Стратегия повышения финансовой грамотности в РФ на 2017-2023 годы» определила финансовую грамотность как результат процесса финансового образования, представленный в виде сочетания «...осведомленности, знаний, умений и поведенческих моделей, необходимых для принятия успешных финансовых решений и, в конечном итоге, для достижения финансового благосостояния» [1]. По результатам международного сравнительного исследования финансовой грамотности взрослого населения, проведенного Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и инициированного Министерством финансов, в 2016 году РФ среди стран G20 заняла девятое ме-

сто. В рамках проведенного исследования итоговая оценка формировалась на основании исследования трех компонентов: уровня финансовых знаний, оценки финансового поведения и финансовых установок. Из максимально возможного 21 балла (7 баллов выставлялось по оценке финансовых знаний, 9 – по оценке поведения и 5 – по оценке установок) Россия получила 12,2 балла, что несколько ниже среднего показателя [17].

Внедрение цифровых технологий и сервисов позволяет значительно повысить доступность базового набора финансовых услуг для потребителей, а грамотное использование их возможностей помогает потребителям эффективно распоряжаться своими денежными средствами. Цифровая трансформация инфраструктуры предоставления финансовых услуг значительно расширила возможности использования дистанционных каналов их получения посредством сети Интернет, мобильного телефона в режиме онлайн, не предполагающих личного присутствия клиента в офисе и непосредственного участия представителя финансовой организации. Как правило, значительное число пользователей применяют личный кабинет или мобильное приложение для осуществления денежных переводов (54%), оплаты обязательных платежей (52%), платежей по кредитам/ипотеке (42%) и т.д. [20].

Наиболее активными пользователями финансовых услуг в новом формате являются граждане среднего возраста (25-44 года), как правило, респонденты с высшим образованием, работающие, жители крупных городов. Большинство из них (более 80%) положительно относятся к цифровым каналам предоставления финансовых услуг и высоко оценивают их преимущества – оперативность, доступность и прозрачность. Порядка 77% осознают и риски цифровых каналов, считая, что они делают финансовые операции менее осязаемыми, т.к. человек не видит реальных наличных денег. Вместе с тем, возможности, которые открывают цифровые технологии, актуализируют вопросы расширения возрастных рамок целевой аудитории цифрового формата потребителей финансовых услуг и обостряют проблемы цифрового неравенства различных социальных слоев населения. Школьники, студенты, пенсионеры и граждане предпенсионного возраста, жители сельской местности характеризуются низким уровнем информированности о возможностях высокотехнологичных финансовых инструментов и форматах их предоставления и, как следствие, невысоким уровнем доверия к финансовым институтам и предоставляемым ими услугам. Как правило, они не понимают механизма и сути нового цифрового формата предлагаемых услуг и не всегда могут достоверно оценить степень их положительного или отрицательного влияния на качество жизни. Указанные социальные группы населения обладают достаточно низким уровнем финансовой грамотности и цифровой компетентности, и, как следствие, именно они попадают в зону финансового риска и становятся жертвами кибермошенников.

Сложившаяся ситуация свидетельствует о необходимости проведения системно организованной государственной политики, стратегические направления развития которой должны быть ориентированы на развитие системы финансового образования не только в целях повышения уровня традиционно включаемых в понятие финансовой грамотности компонентов, таких как знание базовых финансовых понятий, финансовое поведение и финансовые установки. Финансовую грамотность необходимо рассматривать как элемент цифровой компетентности личности, определяемой как ее готовность и способность эффективно и безопасно использовать возможности инфокоммуникационных (цифровых) технологий в различных сферах жизнедеятельности. Таким образом, в рамках такого подхода финансовая грамотность личности, с одной стороны, является компонентом общей культуры и включает совокупность базовых знаний о финансовой сфере (участниках, особенностях функционирования и регулирования финансовых рынков, предлагаемых ими финансовых продуктах, услугах и инструментах), а с другой – должна характеризовать способность личности осознанно и продуктивно выполнять различные социально-экономические роли в финансовой сфере с использованием возможностей цифровых технологий и нести ответственность за принимаемые решения. В этой связи в традиционно включаемых в понятие финансовой грамотности компонентах целесообразно выделить цифровой аспект и ввести понятия цифровой финансовой грамотности и компетентности (рисунок 1).

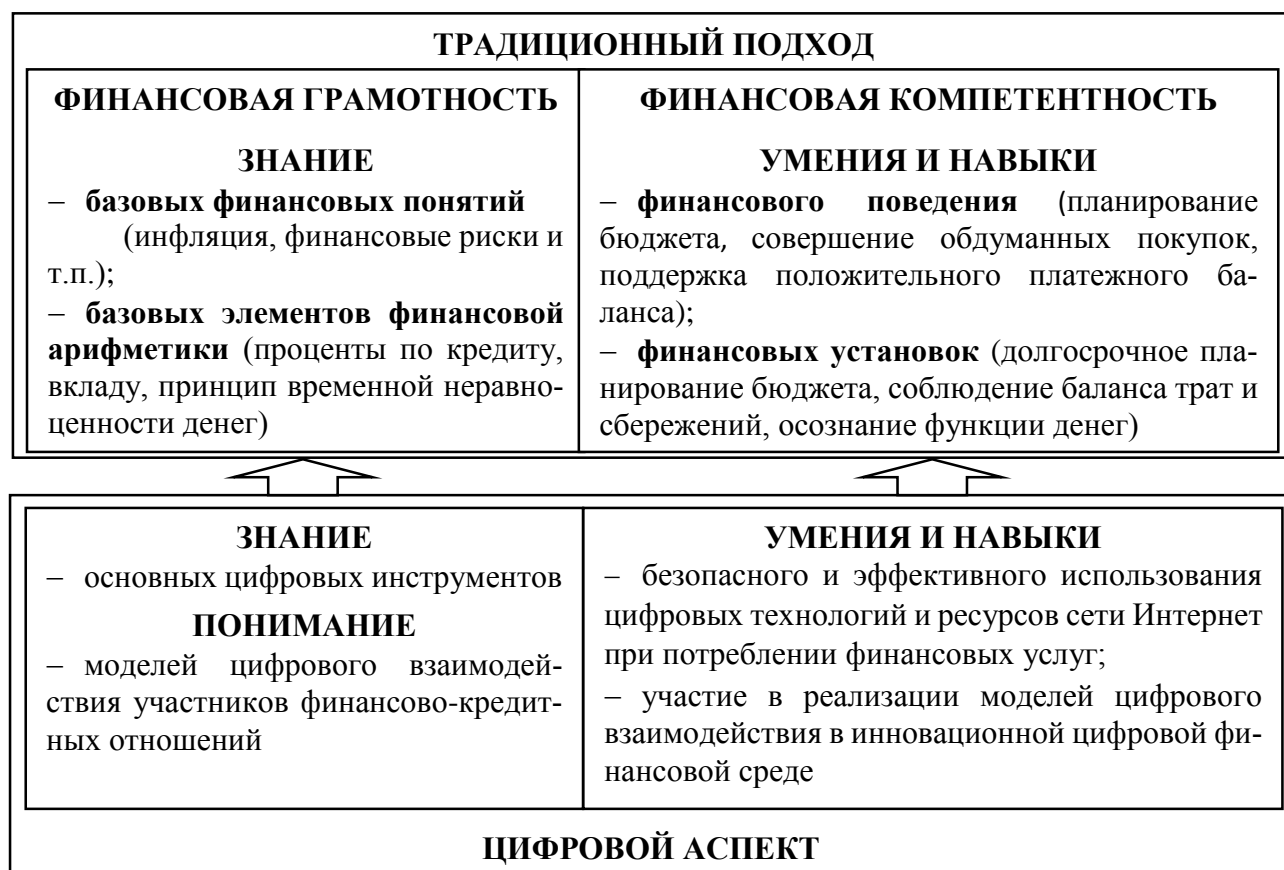


Рисунок 1 – Цифровой аспект финансовой грамотности (компетентности)

Формирование цифровых навыков разумного финансового поведения в инновационной цифровой финансовой среде должно включать информирование целевой аудитории о новых моделях цифрового взаимодействия участников финансово-кредитных отношений и обучение безопасному использованию цифровых технологий и сервисов при потреблении финансовых услуг. При этом целевой аудиторией формирования цифровой финансовой грамотности и компетентности должно стать не только действующие на сегодняшний день, но и потенциальные потребители финансовых услуг: будущее экономически активное население (учащиеся школьного возраста, среднего и высшего профессионального образования), а также представители старшей возрастной категории.

Решение этой задачи предполагает синергетическое взаимодействие национальной стратегии повышения финансовой грамотности населения и концепции обучения в течение всей жизни (LLL – Life long learning) [18, 19, 22]. Реализация данной стратегии требует согласованных действий институциональных структур, вовлеченных в программы финансового образования и информирования населения, к числу которых следует отнести:

- федеральные министерства и ведомства;
- региональные органы власти;
- профессиональных участников финансового рынка;
- организации системы образования всех уровней (общего, среднего, высшего и дополнительного профессионального);
- средства массовой информации;
- институты гражданского общества;
- экспертные и волонтерские организации.

В настоящее время осуществляется разработка механизмов взаимодействия государственных и общественных институтов для создания и обеспечения условий формирования фи-

нансово грамотного и безопасного поведения населения в формирующейся экосистеме цифрового взаимодействия участников финансово-кредитных отношений как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан. В числе первоочередных задач можно выделить необходимость создания институциональной базы [9] и релевантного информационно-образовательного контента, направленных на обеспечение повышения уровня финансовой грамотности как синтеза ее базовых компонентов и цифровой компетентности населения при потреблении финансовых услуг. Требуется актуализация содержания образовательных программ всех уровней, включая курсы переподготовки и повышения квалификации, посредством включения в них информационно-методических материалов о новых моделях цифрового финансового взаимодействия и их реализации с использованием возможностей цифровых технологий, платформ и сервисов. Формирование релевантной базы знаний (учебно-методических материалов, информационно-образовательных ресурсов в сети Интернет и др.) должно осуществляться посредством интеграции усилий представителей образовательных организаций и профессиональных участников финансового рынка в рамках создания консультационных площадок, проведения конференций, конгрессов, круглых столов и т.д.

Важная роль в достижении должного уровня цифровой финансовой грамотности различных категорий граждан принадлежит средствам массовой информации и волонтерским организациям, являющимся основными источниками распространения информационных материалов о финансово грамотном поведении. В качестве основных направлений деятельности представителей экспертного сообщества можно выделить два:

- 1) оценка эффективности мероприятий, направленных на повышение уровня финансовой грамотности и компетентности различных слоев населения всех возрастных групп, и рекомендации по корректировке предпринимаемых мер;

- 2) разработка методических подходов к измерению (оценке) уровня финансовой грамотности населения, выделение системы показателей (индикаторов), отражающих ключевые характеристики указанного понятия и построение адекватной системы их оценивания.

Анализ существующих подходов [2, 3] к практическому определению уровня финансовой грамотности населения позволяет сделать вывод о том, что большинство из них основано на методах обработки и анализа информации об осведомленности и знаниях определенных слоев населения о действующих финансовых категориях, инструментах и институтах, полученной в результате тестирований или опросов. В частности, на измерении традиционно включаемых в понятие финансовой грамотности составляющих компонентов (финансовые знания, финансовое поведение и отношение к долгосрочному финансовому планированию (установки)) основан подход ОЭСР. В соответствии с этой методикой респондентам предлагается ответить на определенное количество вопросов, затем определяется доля респондентов, показавших высокий уровень индикатора. После этого пропорционально полученным значениям рассчитывается доля граждан в общей численности населения страны, продемонстрировавших достаточно высокий уровень либо финансовых знаний, либо грамотного финансового поведения. В связи с выделением в понятии «финансовая грамотность» цифрового аспекта и его постоянно растущей роли, обусловленной стремительным развитием и всеобщим проникновением цифровых технологий в сферу финансово-кредитных отношений, целесообразно в качестве одного из индикаторов показателя уровня финансовой грамотности населения выделить индекс цифровой финансовой грамотности (ИЦФГ), характеризующий умение безопасно и эффективно использовать возможности цифровых технологий при осуществлении цифрового взаимодействия в инновационной финансовой среде. Методика и критерии его оценки должны стать объектом исследований соответствующих экспертных организаций и представителей научного сообщества.

Реализация указанного комплекса мероприятий позволит расширить возрастные рамки целевой аудитории потребителей финансовых услуг в цифровом формате и создать комфортные условия присутствия граждан в цифровой финансово-экономической среде.

Список источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 25 сентября 2017 г. №2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 годы» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_278903/.
2. Алифанова Е.Н., Евлахова Ю.С. Анализ методических подходов к разработке индикаторов финансовой грамотности населения // Финансовая система. – 2013. – №12 (540). – С. 18-26.
3. Алляева Т.В., Хулхачиева Г.Д. Подходы к оценке уровня финансовой грамотности населения // «Институциональная среда формирования финансовой грамотности населения: современное состояние, проблемы и перспективы», Международ. научн.-практ. конф, (2018; Элиста). Международная научно-практическая конференция «Институциональная среда формирования финансовой грамотности населения: современное состояние, проблемы и перспективы», 26 декабря 2018: материалы / редкол.: К.Е. Бадмаева [и др.]. – Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2018. – С. 75-77.
4. Боримский А.И., Яхонтов Р.Н., Горелов С.А., Иванова А.Д. Повышение финансовой грамотности населения как один из способов обеспечения экономической безопасности государства // Научная дискуссия: инновации в современном мире. – 2017. – №1 (60). – С. 78-82.
5. Долбня Е.А., Васильева М.К. Повышение финансовой грамотности населения России // Финансовая экономика. – 2018. – №6. – С. 277-283.
6. Евстафьева И.Ю., Иванова Н.Г., Шубаева В.Г. Методология и практика повышения финансовой грамотности населения России // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – №4 (100). – С. 48-56.
7. Имаева Г. Финансовая грамотность в России и мире [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ranepa.ru/images/News/2017-03/03-03-2017-gramotnost-pres.pdf>.
8. Китайцева О.В. Возможности обеспечения финансовой грамотности россиян в цифровом обществе // Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития: материалы второго этапа 13-й междунар. конф. / под науч. ред. Л.Н. Рулиене, И.А. Маланова, Н.А. Лобанова. – Улан-Удэ: Издательство Бурятского госуниверситета, 2016. – Вып. 13, ч. 3. – С. 189-193.
9. Клепикова Т.В. Повышение финансовой грамотности населения России посредством инновационных технологий // Молодежный вестник ИрГТУ. – 2018. – Т. 8. – №3. – С. 127-130.
10. Князькова В.С. Повышение ИКТ-грамотности населения как условие развития рынка электронных финансовых услуг // Территория науки. – 2018. – №5. – С. 83-91.
11. Корень А.В., Голояд А.Н., Иващинникова Е.А. Оценка уровня финансовой грамотности населения в России и зарубежных странах // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – №12-10. – С. 1863-1865.
12. Кузнецов О.В., Иванов А.В., Шевалкин И.С., Воровский Н.В. Развитие институциональной базы по реализации программ финансовой грамотности взрослого населения России // Управленческие науки. – 2017. – Т. 7. – №2. – С. 70-77.
13. Малявкина Л.И. Информационные системы и технологии цифровой экономики: современные тренды // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2018. – №8. – С. 123-127.
14. Малявкина Л.И. Цифровая экономика: анализ основных подходов к определению // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 198-202.
15. Малявкина Л.И., Савина А.Г. Экспортный потенциал системы образования РФ: механизмы формирования и перспективы развития // Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы: сборник научных трудов национальной научно-практической конференции / под ред. д.э.н., проф. Малявкиной Л.И. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – С. 119-124.
16. Мохова Л.П. Базовые навыки финансовой грамотности населения // Проблемы экономического роста и устойчивого развития территорий: материалы III международной науч.-практ. интернет-конференции, г. Вологда, 16-18 мая 2018 г.: в 2 ч. Часть II. – Вологда: ФГБУН ВолНЦ РАН, 2019. – С. 216-220.
17. Россия на 9 месте по финансовой грамотности среди стран G20 [Электронный ресурс]. – URL: <https://vashifinancy.ru/upload/iblock/773/7736e49e5faa2d08e8e4d77140ac0543.pdf>.
18. Савина А.Г., Малявкина Л.И. Проблемы формирования экосистемы онлайн-образования в тренде цифровой экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (42). – С. 159-165.

19. Савина А.Г., Малявкина Л.И., Шмаркова Л.И. Актуализация понятия «цифровая грамотность» в контексте формирования национального цифрового пространства РФ // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №1 (43). – С. 79-84.

20. Цифровизация повышает финансовую грамотность клиентов? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.plusworld.ru/daily/cat-analytics/tsifrovizatsiya-povyshaet-finansovuyu-gramotnost-klientov/>.

21. Экосистема цифровой экономики: проблемы, реалии и перспективы: сборник научных трудов национальной научно-практической конференции / под ред. д.э.н., проф. Малявкиной Л.И. – Орел: ОрелГУЭТ, 2018. – 240 с.

22. Savina A.G., Malyavkina L.I., Zimina L.V., Muzalevskaya A.A., Sergeeva I.I., Smagina I.V. Re-conceptualization of the concept of digital literacy as a theoretical and methodological background for its study in Russia // *Espacios*. – 2019. – Vol. 40. – №10. – p. 29

УДК 005.1:658.14/17

Квасов Е.Н.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Kvasov E.N.

ACTUAL PROBLEMS OF FINANCIAL MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE AND THE WAYS OF THEIR SOLUTION

*Квасов Евгений Николаевич**; магистрант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: valter.shpitz@yandex.ru

Kvasov Evgeny Nikolaevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: valter.shpitz@yandex.ru

Выбор оптимальной стратегии предпринимательской деятельности является одним из факторов успешного функционирования любого предприятия, важную роль в формировании которой играет финансовый менеджмент. Сложности в области финансового менеджмента тесно связаны с грамотным управлением финансовыми ресурсами. В данной статье рассмотрены актуальные проблемы финансового менеджмента, а также предложены возможные способы их решения.

The choice of optimum strategy of entrepreneurial activity is one of the factors of successful functioning of any enterprise. Financial management plays an important role in its formation. Complexities in the field of financial management are closely connected with competent management of financial resources. In the article actual problems of financial management are considered and possible ways of their solution are suggested.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, финансовые потоки, финансовое планирование, предприятие, капитал.

Keywords: financial management, financial streams, financial planning, enterprise, capital.

На данный момент рынок в России характеризуется колеблющимися темпами роста и периодически меняющимися экономическими условиями. В связи с этим предприятиям необходимо оперативно адаптироваться к существующим реалиям для достижения высоких показателей деятельности. Одним из ключевых факторов, от которого напрямую зависит благополучие предприятия, является грамотный финансовый менеджмент. Актуальность статьи обусловлена тем, что финансовый менеджмент на данном этапе развития строит весь процесс управления производством посредством формирования и распределения финансовых ресурсов, капитала, денежных потоков, необходимых при проведении предпринимательской деятельности в условиях риска с целью выполнения хозяйствующим субъектом своих функций.

Для финансового менеджмента характерна система методов, форм и принципов, меняющаяся для эффективного регулирования финансовой деятельности предприятия, так как именно он отвечает за поиск финансовых источников и принятие инвестиционных решений

* Научный руководитель: *Захаркина Наталья Владимировна*, к.э.н., доцент; e-mail: natashazaharkina@mail.ru

[3, с. 346]. Главной целью финансового менеджмента является увеличение финансового состояния руководителей компании [1, с. 80].

На финансы предприятий влияют такие факторы, как сфера общественного воспроизводства, вид экономической деятельности, правовая среда деятельности и прочие условия. Финансовая устойчивость любого предприятия зависит от ряда факторов, к которым можно отнести: платежеспособность, ликвидность, гибкость, стабильность и финансовую безопасность [2, с. 91].

В целом проблемы финансового менеджмента можно разделить на внутренние, выражающиеся в неэффективности деятельности сбытовых, маркетинговых и других служб предприятия, недочетах при анализе и контроле движения капитала, в финансовом плане и т. д., и внешние, к которым относится нестабильность рынка и отсутствие точного прогнозирования будущего уровня спроса и объема поступления капитала.

Сегодня обозначился ряд проблем отечественного финансового менеджмента, среди которых выделяется управление денежными потоками в связи с дефицитом денежных средств. Актуальность данного вопроса подчеркивается значительными размерами невыплат. По причине того, что реальные деньги в валовой выручке предприятия предполагают весьма скромную долю, это влечет за собой последующие отрицательные последствия. Так, сроки, установленные для расчетов, увеличиваются, что в результате может привести к росту уже имеющегося долга (перед бюджетом, сотрудниками предприятия и т. д.). Для оперативного решения этой проблемы и избежания ее возникновения в будущем руководству компаний следует вовремя проводить различные проверки функционирования предприятия, такие как наблюдение, анализ полученных результатов и другие мероприятия. Управляющие должны обеспечивать экономическую безопасность производства в связи с проявлениями внешнего и внутреннего происхождения, влияющими на перспективы компании, принимать меры по противодействию угрозам.

Пристального внимания в сфере финансового менеджмента заслуживает организация эффективного финансового планирования, потребность в котором существует на предприятиях любого масштаба. К сожалению, на данный момент оно доступно по большей части лишь крупным компаниям, располагающим внушительными средствами для найма специалистов высокой квалификации, способных проводить глубокую плановую работу.

Весьма часто при составлении кратко- или долгосрочного плана возникают проблемы финансов, вызванные следующими причинами:

- просчеты при построении плана, отсутствие должного внимания при контроле движения материальных и товарно-материальных ресурсов;
- низкий уровень детализации по группам товаров, из-за чего руководству крайне проблематично проводить грамотный анализ доходности ассортимента;
- ошибочный выбор формы составления плана, что не позволяет получить полную информацию о динамике движения средств, а также установить периоды с дефицитом данных средств;
- невнимательность по отношению к ключевым показателям на начало планового периода и др.

Учитывая вышеперечисленное, следует сделать вывод о том, что одной из основных финансовых проблем предприятий является отсутствие детального планирования как со стороны осуществленных платежей, так и в области поступления денежных средств.

Слабо проработанный финансовый план может привести к крайне негативным последствиям для предприятия, связанным с ценообразованием, маркетинговой политикой и прочими сферами. Также отметим, что нестабильность экономики в стране затрудняет процесс построения долгосрочных прогнозов с применением сложных схем при расчетах. Рассмотрение финансово-хозяйственных результатов деятельности российских компаний в современных условиях демонстрирует, что проблема утверждения планов связана также с недостаточно высоким уровнем профессионализма и отсутствием системного подхода в управлении хозяй-

ственной деятельностью. Недостаток единой системы приводит к низкой эффективности используемых способов, инструментов, а также рассеиванию существующих экономических ресурсов. В качестве способа решения данной проблемы можно предложить осуществление жесткого планирования денежных средств, всевозможных платежей, ведение платежных календарей и др. В частности, решение состоит в повышении эффективности применяемых способов и гласности расходов и доходов бюджета организации [4, с. 23].

Отметим, что современный финансовый менеджмент в России нуждается в новой системе планирования. В основе такой системы должны стоять информационные технологии, позволяющие финансовому менеджеру рассматривать различные варианты финансовых планов, и при необходимости их корректировать с автоматических пересчетом взаимодействующих статей, что позволит сократить затраченное время.

Бюджетирование является одной из наиболее часто встречающихся форм финансового планирования. Российская практика показывает, что в связи с недостаточной осведомленностью о собственных финансах предприятия теряют определенную часть своих доходов — по этой причине важно придать особое значение разработке и внедрению системы бюджетирования, даже если она будет простейшей на первом этапе. Очевидно, что компании могут столкнуться с некоторыми сложностями на разных этапах внедрения системы. Во-первых, это отсутствующая единая методология при составлении бюджета; во-вторых, несмотря на понимание важности бюджетирования, зачастую руководители не имеют возможности получить своевременную, систематизированную и исчерпывающую информацию о реализации бюджета; в-третьих, отношение части сотрудников компании к процессу составления бюджета, в первую очередь, как к увеличению рабочей нагрузки, а не ключевому фактору успешной деятельности всего предприятия.

Для разрядки напряженной обстановки между подразделениями компании, увеличения заинтересованности в процессе составления бюджета руководителям следует сформулировать конкретные стратегические цели и задачи, стоящие перед предприятием, а затем донести их до отделов, ответственных за бюджетирование, добиться неподдельной заинтересованности в результатах работы, придав какой-либо психологический или материальный стимул.

На протяжении последних лет Россия переживает один из сильнейших социально-экономических кризисов, отрицательно влияющих на финансовую деятельность предприятий. Под этим понимается сокращение капиталовложений в разного рода инновации, устаревание и износ основного капитала, истощение научно-технического задела, потеря ценного рабочего персонала высокой квалификации т.д. Действенным способом решения данного вопроса представляется увеличение вовлеченности и предприимчивости со стороны абсолютно всех участников рыночной экономики. Сейчас государством сделаны важные шаги в эту сторону, заключающиеся в изменении ценовой политики, поощрении деятельности в банковской сфере, развитии и модернизации рынка ценных бумаг и т.д. На первый план должны выходить вопросы создания новейших систем управления, планирования и контроля, решение которых трудноосуществимо без гибкого развития предприятия.

Тяжелое финансовое положение на многих отечественных предприятиях зачастую связывают с проблемами движения оборотного капитала. Первоочередным вопросом, требующим решения, является малоэффективная структура оборотного капитала для гарантированного роста производства, оказывающая прямое влияние на показатели, отражающие финансовое положение предприятия. Именно потому развитая система управления оборотным капиталом необходима для обеспечения ликвидности, платежеспособности и улучшения финансовых характеристик деятельности компании.

Помимо этого, оптимальное размещение оборотного капитала способствует высвобождению внушительной суммы денежных средств с последующим направлением их в производство. Благодаря этому увеличится результативность производства, ослабеет потребность в денежных средствах с целью обеспечения непрерывности процесса производства. Заметим, что изученные материалы на тему размещения оборотного капитала в стране и отдельных компаниях, позволяют утверждать о наблюдающейся сниженной эффективности размещения и

структуры оборотного капитала в целом, а также видимому росту удельного веса дебиторской задолженности в общей сумме оборотного капитала в частности.

В управлении предприятием важную роль играет освоение системы управленческого учета, являющегося основой для финансового менеджмента. Внутренняя информация о деятельности предприятия позволяет выявить необходимость в привлечении дополнительных ресурсов, а также спрогнозировать финансовые потоки. Отметим, что принципы ведения учета часто индивидуальны и основаны на специфике деятельности конкретного предприятия. На сегодняшний день довольно сложной задачей на уровне разработки концепции является процесс автоматизации учета. В качестве способа решения данной проблемы следует предложить наем высококвалифицированных специалистов, способных разрабатывать и внедрять единую систему управленческого учета для конкретных предприятий.

В заключение стоит отметить, что все вышеуказанные проблемы в области финансового менеджмента являются наиболее распространенными, но далеко не единственными. Дальнейшее изучение существующих проблем финансового управления, анализ его особенностей в пределах экономики России, а также установление приоритетных направлений его развития и путей совершенствования поспособствуют росту качества финансового менеджмента как на каждом отдельном предприятии, так и в рамках экономики всей страны.

Список источников:

1. Ахмедова К.М. Саадуева М.М. Современные проблемы организации финансового менеджмента на предприятии: его функции, задачи и цели // Актуальные проблемы функционирования финансового механизма регионов: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции. – Махачкала: ООО «Апробация», 2017. – С. 80-83.
2. Герасимова И.Н. Современные проблемы финансового менеджмента на промышленном предприятии и пути их решения // Экономика и социум. – 2018. – №6 (49). – С. 259-263.
3. Гурнович Т.Г., Каценко К.И. Проблемы и пути совершенствования финансового менеджмента на предприятиях в России // Вектор экономики. – 2019. – №1 (31). – С. 91.
4. Егоров В.А., Семеновский Д.В. Сущность финансового менеджмента // Вестник современных исследований. – 2018. – №5 (20). – С. 346-348.
5. Исаева Н.А., Митина О.В. Оценка стратегии предприятия на основе анализа финансовых показателей // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №1-1. – С. 724.
6. Сабитова Л.Р. Современные проблемы финансового менеджмента на предприятии и пути их решения // Инновационная наука. – 2016. – №10-1. – С. 107-109.
7. Сухорукова Д.С. Современные проблемы финансового менеджмента на предприятии и пути их решения // Научный альманах. – 2017. – №5-1 (31). – С. 188-190.
8. Яруллин Р.Р., Лазарева К.В. Современные проблемы финансового менеджмента на предприятии и пути их решения // Наука через призму времени. – 2017. – №4 (4). – С. 22-24.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 001.895:339.1

Борисов А.П., Скворцова Н.А.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Borisov A.P., Skvortsova N.A.

TECHNOLOGICAL INNOVATIONS IN TRADE

Борисов Александр Павлович; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: sasha84215@yandex.ru

Borisov Alexander Pavlovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: sasha84215@yandex.ru

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

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

В наши дни уже не нужно доказывать необходимость и выгоду внедрения в самые разнообразные сферы человеческой деятельности достижений в области обработки информации, в том числе, если речь идет об использовании информационных технологий в торговле. Сегодня торговля по темпам внедрения и объемам инвестиций в информационные технологии находится впереди многих отраслей российской экономики.

Множество компаний, сферой деятельности которых является создание и внедрение информационных продуктов, на своих сайтах размещает информацию о последних разработках, их специфике и плюсах, приводит примеры их успешного внедрения в предприятия торговли. Информационные агентства на регулярной основе проводят опросы ведущих специалистов, публикуют их мнения, комментарии, прогнозы относительно тех или иных аспектов автоматизации торгового процесса.

Авторы раскрывают и доказывают актуальность информационных систем. Технологические инновации сегодня являются залогом успеха торгового бизнеса. В случае грамотного и эффективного использования такие системы позволяют получить значительные преимущества в конкуренции на рынке.

Активное развитие розничной торговли приводит к усилению конкуренции между торговыми организациями. Безусловно, это заставляет предприятия повышать эффективность своей деятельности, на что в значительной степени влияют возможности программных продуктов, используемых для оперативной обработки больших объемов информации. Повышение требований торговых организаций стимулирует появление новых специализированных программных продуктов с расширенными возможностями.

Ключевые слова: информационные технологии, программные продукты, программы для торговли, бизнес-процессы в торговле, информационные решения.

Today it is not required to prove the necessity and advantage of implementation achievements in the field of information processing into various spheres of human activity including the use of information technologies in trade. Today trade is ahead of other branches of the Russian economy on the implementation rates and investments volumes into information technologies.

Many companies whose activity sphere is creation and implementation of information products place data on the latest elaborations in the sphere of information technologies, their specificity and advantages on their sites and present the examples of their successful implementation in trading organizations. Information agencies interview leading experts on a regular basis, publish their points of view, comments and forecasts concerning these or those aspects of trading process automation.

The authors disclose and prove the urgency of information systems. Technological innovations today are the keystone to success of trading business. In case of competent and effective use such systems allow getting considerable advantages in the market competition.

Active development of retail trade that leads to strengthening of competition between trading organizations is emphasized in the article. Certainly it makes the enterprises to raise the efficiency of their activity and the possibilities of software products used for operative processing of great volumes of the information substantially influence the effectiveness. Increase of the requirements of trading organizations stimulates the appearance of new specialized software products with expanded possibilities.

Keywords: information technologies, software products, programs for trade, business processes in trade, information decisions.

За последние два десятилетия характер организации торгового процесса в нашей стране претерпел существенные изменения. Широко распространены торговые сети, супер- и гипермаркеты. На примере организации их деятельности проще всего отслеживать текущие тенден-

ции в торговле. Для эффективной работы торговой сети в условиях жесткой конкуренции требуется соответствующее управление ими. Современные технологии направлены, среди прочего, на управление ассортиментом продукции и складскими запасами. В торговле используется широкий спектр инноваций. Например: устройства для безналичной оплаты покупок, ручные сканеры, автоматические упаковщики, электронные ценники, весы для самообслуживания.

Программные продукты последнего поколения создаются, в том числе, для того, чтобы руководители торговых организаций могли максимально точно и быстро оценивать текущее состояние компании, а также дальнейшие перспективы. Это позволяет получить преимущества в области грамотной аналитики, а также быстро реагировать на возникающие изменения, в том числе и кризисные ситуации.

В настоящее время внедрены и активно используются торговыми компаниями программные продукты: 1С, SAP Retail, Ахарта Retail, IP-телефония, VPN-роутеры. Все эти разработки упрощают процесс торговли и позволяют облегчить коммуникации между пунктами организации и офисом, учет товаров при их применении ведется со склада за счет наличия во всех кассах, например, базы 1С-Склад. Таким образом, менеджмент высшего звена имеет возможность контролировать практически все показатели торгового процесса: задолженности, цены, объем продаж, объем закупок, количество товара на складе [2, с. 30-31].

В целом можно выделить два главенствующих направления автоматизации торговой деятельности:

- автоматизация процесса покупки;
- автоматизация внутренних процессов предприятия.

Цели внедрения информационных продуктов:

- упрощать и совершенствовать систему контроля оперативной деятельности компании (финансы и затраты, запасы и склад, закупки и продажи, дебиторская задолженность и ценовая политика);
- управлять взаимоотношениями с заказчиками и поставщиками;
- контролировать процесс продаж [6, с. 103-104].

Особенностью информационных систем для розничной торговли является необходимость работы с большим, часто и быстро обновляемым ассортиментом товаров, а также ориентированность на каждого конкретного клиента.

Внедрение информационных технологий, на наш взгляд, следует систематизировать, выделив два основных направления:

- клиентоориентированное, призванное максимально автоматизировать процесс покупки;
- автоматизация класса «in-store», т.е. технологии, внедрение которых позволит автоматизировать большинство процессов внутренней деятельности супермаркетов [5, с.11].

Спецификой большей части используемых инноваций является применение достижений в сфере искусственного интеллекта, к которым относят:

1. Process Mining. Этот вид инновации позволяет сделать прогноз реального хода бизнес-процессов. В тех сферах, где отсутствует возможность замены человека различными видами какого бы то ни было оборудования, необходим контроль бизнес-процессов, также выявление пробелов в работе персонала, в частности говорящих о его недостаточной квалификации, отслеживать различные задержки в работе.

2. Компьютерное зрение. Видеонаблюдение - одна из инноваций, завоевавших популярность среди торговых компаний, которая осуществляет работу с использованием нейронных сетей и искусственного интеллекта. Второе название видеонаблюдения - компьютерное зрение. При размещении видеокамер в торговых залах, помимо сокращения количества краж, организации имеют возможность идентифицировать пол и возраст покупателей, наиболее посещаемые отделы, а также прогнозировать наиболее выгодное размещение отделов и товаров. Ведь за долгое время с помощью многих исследований было доказано, что залогом успешной работы магазина является правильное расположение товара в торговом зале. Компьютерное

зрение способно просигнализировать персоналу, когда и где необходимо пополнить полки с продукцией, а при отсутствии данного наименования товара на складе автоматически подберет аналогичную замену. Если есть очередь из пяти и более человек, то это же нововведение сигнализирует о необходимости открытия дополнительной кассы. Учитывая вышеизложенное, использование компьютерного зрения решает следующие задачи:

- минимизация краж;
- обеспечение контроля за наличием товара и правильностью его выкладки;
- предотвращение очередей на кассах.

3. Обеспечение безопасности и контроля. Инновации в торговле необходимы и в сфере безопасности [4, с. 229].

На данный момент искусственный интеллект уже способен распознавать поведение человека, попавшего в объектив видеокамеры. Использование специальных программ, которые реагируют на характер движений посетителей и персонала магазина, позволяет выявить правонарушения, драки, конфликты, осуществлять контроль за присутствием персонала в торговом зале.

Остановимся на технологии Big Data. Данная инновация широко применяется в российской торговле, ее суть – хранение и одновременно проводимый анализ большого объема информации, не имеющей, на первый взгляд, закономерной связи. В торговой сфере инновация подобного типа позволяет с высокой долей вероятности спрогнозировать спрос на какой-либо товар в конкретной торговой точке в разрезе времени года, суток, конкретного дня недели, погоды. С помощью Big Data в ритейле решают следующие задачи: прогнозирование продаж, место открытия очередного магазина, вид необходимых на конкретной территории маркетинговых акций [5, с. 12].

В настоящее время Smart-контракты активно распространяются в российском ритейле как технология smart-бизнеса. Ее суть – электронный расчет и построение алгоритмов, описывающих набор условий, выполнение которых повлечёт определённые события в реальном мире или цифровых системах. Использование smart-контрактов требует децентрализованной среды, исключая человеческий фактор, а для возможности использования в умном контракте передачи стоимости требуется криптовалюта (цифровые счётные единицы, учёт которых децентрализован). Указанная инновация обеспечивает быстрые поставки товаров для ритейла, сокращает рутинную и бумажную работу. Smart-контракты сокращают работу бухгалтерии. Это отличная альтернатива расчетам криптовалютой. Данная инновация находит применение в ритейле и при расчётах с сервисом грузоперевозок [2, с. 31].

В целях обеспечения важнейших конкурентных преимуществ торговой организации следует внедрить определенный набор инновационных решений, многие из которых уже сегодня предлагаются на рынке информационных технологий. Прежде всего, это система радиочастотных меток (RFID1) и система управления взаимодействием с клиентами (CRM2).

1. RFID (Radio-Frequency Identification) – инновация, использующая радиочастотное электромагнитное излучение для чтения и записи информации. Применяется для маркировки товара в торговле. Система RFID в сочетании с развитием беспроводных сетей позволяет практически полностью автоматизировать процесс осуществления покупок. В случае повсеместного распространения RFID клиент в торговом зале магазина почти полностью будет представлен себе и своему клиентскому карманному компьютеру. Даже консультации могут поступать к клиенту в электронном виде. В корзине покупателя будут находиться товары, оснащенные радиочастотными метками, которые автоматически отсканируются на выходе, после чего компьютер спишет необходимую сумму со счета покупателя. Введение RFID также позволит автоматизировать некоторые операции, которые раньше делались вручную, например, сканирование на кассах или маркировка товаров. Операции по логистике также будут во многом упрощены. RFID-метки предоставят возможность контролировать любое перемещение товара – от отгрузки до поступления на склад и в торговый зал. Товарные каталоги путем RFID-считывания будут постоянно обновляться [11].

2. CRM (Customer Relationship Management) – автоматизированная система управления

взаимоотношениями с клиентами. CRM-продукты позволят торговому предприятию более четко видеть, с кем оно работает. Имея доступную информацию о клиентах, их истории покупок, анализируя динамику спроса, предпочтения и привычки покупателя, можно изменять свой ассортимент, корректировать ценовую политику, предлагать дополнительные услуги. Таким образом, благодаря внедрению CRM основная цель магазина будет успешно достигнута – установление прочных, долгосрочных отношений со своими покупателями. Учитывая, что целью всего торгового предпринимательства является покупатель, CRM-технология все еще недостаточно распространена на этом рынке. Большая доля бюджетов информационных технологий торговых компаний все еще расходуется на совершенствование мерчендайзинга, корректировку логистических работ или организацию работы магазина [10].

Главное правило выработки рациональных критериев торговой организации заключается в соблюдении баланса между инвестициями в автоматизацию ключевых бизнес-процессов и в новые технологии. Ключевые бизнес-процессы – это управление финансами, цепочками поставок, отношениями с клиентами и поставщиками, то есть комплексные системы, так называемые ERP-системы управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятий. Новые технологии, как правило, используются в тех областях, где торговые предприятия соприкасаются со своими контрагентами – поставщиками и покупателями.

Если рассматривать поставщиков и логистику, актуальными будут такие современные технологии, как «Синхронизированное планирование спроса и поставок», «Прозрачность и взаимодействие информационных систем контрагентов», радиочастотные метки. В розничном магазине в этот перечень входят киоски и электронные помощники, которые дают покупателю нужную информацию о товарах. Также это быстро трансформируемые (в зависимости от потребностей продавца) электронные ценники, электронная подпись, позволяющая быстро рассчитываться за приобретаемые товары [3, с. 6].

Остановимся на анализе использования информационных технологий в сфере торговли. Успех розничной торговли в значительной степени зависит от организации в ней IT-инфраструктуры, потому что все технологичные решения для торговли направлены на оптимизацию деятельности и упрощение процессов взаимодействия. Самым важным аспектом в сфере автоматизации торговли является упрощение отношений между продавцом и покупателем.

Розничная торговля является высококонкурентной областью, где различные предприятия и магазины вынуждены постоянно повышать эффективность своей работы, и это напрямую зависит от используемого технологического потенциала и инфраструктуры. Основной потребностью торговых организаций является возможность хранения и обработки большого объема информации. Использование информационных технологий в торговле во многом определяет успех торговой организации. Современные IT-продукты направлены на корректировку и оптимизацию как внутренних, так и внешних бизнес-процессов. Самыми главными являются технологии автоматизации отношений с клиентами и установление непосредственно торговой деятельности во всех ее проявлениях. Динамичное развитие торговли приводит к усилению конкуренции в сфере обращения. Это вынуждает торговые предприятия повышать эффективность своей деятельности, что во многом зависит от возможностей программного обеспечения, используемого для оперативной обработки больших объемов информации [8, с. 126].

Современные информационные системы позволяют в максимально сжатые сроки выявить наиболее ощутимые векторы развития компании, а также оценить эффективность работы ее отдельных структурных подразделений и вовремя среагировать на возникающую проблему в рабочем процессе.

Причины, по которым необходимы инновационные решения в сфере применения информационных технологий, понятны: огромная и постоянно растущая конкуренция на рынке, привлечение покупателей и сохранение лояльности уже имеющейся клиентской базы требуют разработки и внедрения новых методов.

Бесконечно меняющаяся структура рынка вынуждает торговые компании подвергать корректировке свои внутренние рабочие процессы. Ведь в результате в выигрыше останутся те организации, которым удастся быстро и своевременно отреагировать на происходящие из-

менения, как итог – увеличение объемов продаж, повышение квалификации и продуктивности работы персонала и умение сократить издержки. В ином случае, выжить в современных рыночных условиях не получится. Степень автоматизации отрасли розничной торговли постоянно растет одновременно со степенью развития самих торговых организаций. Построить полноценную розничную сеть магазинов возможно, только создав изначально информационную сеть. Для успешного развития и работы данной сети компании необходимо использование наиболее современного оборудования и программно-информационного обеспечения.

Судя по всему, наибольшее распространение получают информационные решения, основой которым послужат западные образцы индустрии информационных технологий. Данные решения, в свою очередь, будут, как правило, от российского производителя в связи с тем, что в любой стране имеется определенная специфика в сфере развития торговых организаций.

В будущем возможно и такое развитие событий, когда процесс продажи будет полностью автоматизирован. То есть приходите вы в магазин, у вас есть собственный «клиентский компьютер», с ним вы ходите по торговому залу, выбираете товар и делаете покупку методом беспроводной связи. Уйдут в прошлое даже продавцы-консультанты, их заменят электронные консультации. Товары в корзине будут сканироваться автоматически, когда вы выходите, а со счета будет списана их стоимость [7, с. 236].

Это, конечно, далекое будущее, но оно уже не выглядит столь фантастическим, ведь информационные технологии развиваются чрезвычайно стремительными темпами.

Мобильные устройства – ключевая платформа для цифрового контента, эта тенденция со временем только усилится. Количество смартфонов к 2020 году достигнет 2,05 млрд шт. С увеличением экрана смартфон становится платформой, способной удовлетворить потребности покупателя на всех этапах покупки. Следовательно, продавцы вынуждены перестраивать сайты под мобильные устройства, чтобы не потерять своего покупателя [1, с. 145].

К 2026 году распространение носимых устройств («умные» часы, очки, фитнес-браслеты и др.) позволит продавцам получать намного больше данных о покупателе, наиболее важное из которых — местоположение покупателя в конкретный момент времени. Таким образом, продавцы смогут делать персонализированные предложения с учетом текущих потребностей клиента.

Для получения данных о локации покупателя будут использоваться Bluetooth Low Energy (BLE) beacons – маленькие маячки со встроенными сенсорами, передающие сигнал мобильному устройству при приближении его на определенное расстояние (например, в радиусе пяти метров), и мобильное приложение уведомляет пользователя о сообщении (например, про скидку в магазине).

Сегодня такие устройства используются в экспериментальном режиме крупными торговыми сетями. Эти технологии позволят продавцам увеличить продажи, наладить связь с покупателем через приложение, но есть проблемы: стоимость внедрения и ответственность за хранение полученных данных.

В течение 3-х ближайших лет ожидается значительное увеличение мобильных платежей, к 2026 году этот вид платежей будет лидировать на многих рынках. Произойдет рост количества онлайн-покупок через телефон, транзакций между пользователями и бесконтактных платежей в магазинах.

Продавец в скором времени будет знать о нас больше, чем мы сами. Сегодня целевую аудиторию оценивают линейным способом по социально-демографическим признакам, месту проживания и уровню дохода. Постоянный рост источников данных и способность компаний анализировать эти данные приведет к построению полноценной 3D-модели клиента. Задача продавца в такой ситуации – определить, как, когда и где воздействовать на покупателя, чтобы подтолкнуть его к покупке. Продавец сможет не просто предлагать товар, а рекомендовать именно то, что больше всего подходит покупателю [6, с. 104].

Еще одним элементом курируемого шоппинга станет новое поколение цифровых помощников. Современные помощники, такие как Siri и Google, только в начале развития, в дальнейшем они станут сложнее и начнут использовать технологии искусственного интеллекта для

электронной коммерции. Цифровой помощник не призывает к покупке, а только помогает сориентировать в многообразии предложений. Со временем помощник самостоятельно сможет делать закупки повседневных товаров, таких как батарейки или бытовая химия. Несмотря на это, останутся категории товаров, где покупатель захочет сохранить контроль над совершением покупки, например, при покупке электроники.

Примерно к 2026 году ожидание покупателей – персональный подход от продавца товаров, в свою очередь, продавцу в этом случае потребуются персональные данные конкретного покупателя. Потребители будут знать цену своим данным и будут ожидать от продавца выполнения следующих условий:

- безопасность хранения персональных данных;
- четкое понимание продавцом неприкосновенности частной жизни потребителя;
- продавец предлагает нечто весомое в обмен на персональные данные.

К 2026 году покупатели будут жить в тесно взаимосвязанном, высокоскоростном мире, где интернет вещей станет повседневной реальностью. К 2020 году количество соединений машина-машина (M2M) – то есть передача информации без участия человека – возрастет до 660 млн и только продолжит рост в будущем. Различные виды инноваций, отслеживающие уровень спроса и иные показатели, перестанут быть редким, единичным явлением и неизбежно повысят эффективность работы торговых организаций. Технологии M2M в стратегии умного дома будут использоваться для мониторинга состояния приборов и автоматического пополнения ресурсов, многие приборы будут иметь кнопку заказа того или иного товара [9].

Таким образом, использование информационных технологий в торговле во многом предопределяет успех развития торговой организации. Информационные продукты призваны упростить и усовершенствовать систему контроля оперативной деятельности компании (финансы и затраты, запасы и склад, закупки и продажи, дебиторская задолженность и ценовая политика), управлять взаимоотношениями с заказчиками и поставщиками, контролировать процесс продаж. Если раньше на рынке предлагались решения, доступные только крупным компаниям, то в последнее время появились полноценные автоматизированные мобильные торговые системы, доступные даже малому бизнесу [1, с. 149].

На современном рынке сохранить конкурентные позиции удастся лишь тем, кто развивается на постоянной основе, используя новые информационные технологии, в результате внедрения которых происходит снижение операционных издержек, получение дополнительных доходов вследствие увеличения оборота и/или инвестиционной привлекательности компании. Конечно, будут проблемы социального характера. Это касается и того, что произойдет глобальное сокращение рабочих мест. Усиление конкуренции, глобализация знаний, постоянно растущие человеческие потребности все равно приведут к развитию новых технологий, которые смогут изменить сущность торговых предприятий. Возможно, что-то будет считаться излишним, что-то – мерой необходимости, но рано или поздно это займет свое место в торговых центрах и магазинах.

Прежде чем выбирать какую-либо технологию, нужно понять, что необходимо автоматизировать. Самая распространенная ошибка в этой ситуации состоит в том, что решения заказываются под текущие или даже вчерашние задачи. И эти ориентиры быстро оказываются слишком тесными в условиях современного интенсивного роста рынка. Поэтому важно крайне четко, в деталях представить, какой видит руководитель свою компанию через 5-10 лет. Но бизнес-процессы нужно выстраивать и автоматизировать под задачи дня завтрашнего, не забывая о потребностях дня сегодняшнего.

Список источников:

1. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 189 с.
2. Дзюба М.В. Необходимость и перспективы применения современных информационных технологий в сфере розничной торговли // Креативная экономика. – 2008. – Том 2. – №6. – С. 29-32.
3. Зайцева С.В., Савченко Н.К., Мартыненко О.В., Ключева Е.Г. Информационные технологии в

торговле // Молодой ученый. – 2017. – №15. – С. 6-8.

4. Лихтенштейн В.Е. Информационные технологии в бизнесе: Практикум. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 512 с.

5. Скворцова Н.А. Специфика интернет-коммуникаций – канала распространения рекламы // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №3 (9). – С. 10-13.

6. Скворцова Н.А. Управление инвестиционными процессами в региональной экономике // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2008. – №9 (91). – С. 101-106.

7. Скворцова Н.А. Мультимедийные технологии как инструмент интернет-маркетинга // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №2 (6). – С. 235-238.

8. Тельнов Ю.Ф. Информационные системы и технологии: Научное издание. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 303 с.

9. Перспективы развития информационных, коммуникационных технологий в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://protown.ru/information/hidden/4485.html> (дата обращения: 03.04.2019).

10. NFC-метки SMARTRAC в проекте Bon-Ton и Thinaire [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.retail-loyalty.org/news/nfc-metki-smartrac-v-proekte-bon-ton-i-thinaire/> (дата обращения: 03.04.2019).

11. RFID технология в розничной торговле [Электронный ресурс]. – URL: <http://asupro.com/gps-gsm/system/rfid-technology-retail.html> (дата обращения: 03.04.2019).

УДК 574:330.1

Пьянова Н.В., Коченихина Н.А.

ПРОЦЕСС МОДЕРНИЗАЦИИ – ОСНОВА ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНОГО И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Ryanova N.V., Kochenikhina N.A.

MODERNISATION PROCESS AS A BASIS OF ECOLOGICALLY SECURE AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Пьянова Наталья Викторовна; кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru

Ryanova Natalia Viktorovna; candidate of economics sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru

Коченихина Наталья Александровна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyginani@mail.ru

Kochenikhina Natalia Alexandrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lyginani@mail.ru

Обеспечение экономического роста связано с загрязнением окружающей среды, истощением природных ресурсов, дисбалансом в биосфере и изменением климата, что ведет к ухудшению здоровья людей и ограничивает возможности для дальнейшего развития. Так, решение очень важной задачи по улучшению благосостояния населения не обеспечивает необходимого качества жизни. Это определяет наиболее важную особенность модернизации, а именно: обеспечение технического прогресса для экономического роста и поддержание благоприятных природных условий для жизнедеятельности человека.

Economic growth in a modern country is connected with pollution, exhaustion of natural resources, biosphere imbalance and climate change that result in people's health aggravation and limits the possibilities for further development. It means that solution of very important problem on improvement of population well-being does not provide necessary life quality.

All these factors define the most important feature of modernization. It is technical progress for economic development and preservation of favorable environment for the development of people (ecological safety which has crucial importance for economic growth and existence of the people).

Ключевые слова: модернизация, экологизация, коммерциализация, экономика, кризис, модернизация, инновации, потенциал, структура, ресурс, устойчивость, поведенческая модель, технологическая модернизация, стратегия устойчивого развития.

Keywords: modernization, ecologization, commercialization, economy, crisis, innovations, potential, structure, resource, stability, behavioural model, technological modernization, sustainable development strategy.

Характер и направления модернизации (при условии обеспечения технического прогресса и конкурентоспособности) определяются их конечной целью, которая при всей важности экономического роста заключается в улучшении условий жизни каждого человека сегодня и благоприятных условий для будущего [1, с. 8].

Переход к устойчивому развитию тесно связан с процессами модернизации и экологизации экономики. В документах ООН рост благосостояния на Земле тесно связан с реализацией целевой программы «Обеспечение экологической устойчивости».

Все растущие природные и социальные аномалии являются следствием неправильного поведения человечества, ответом на недооценку важности экологических приоритетов. В связи с финансово-экономическим кризисом, обострением глобальных проблем, необходимостью формирования в мире нового вида экономики необходимость «зеленого» экономического курса активно обсуждается. Для постиндустриальных стран «озеленение» экономики превращается из желательного, но вторичного эффекта в одну из ее основных целей. Для обозначения процесса экологизации в мире все чаще используются термины «зеленая экономика» и «зеленый рост». В последнее время эти термины все чаще включаются в основные документы и терминологию международных организаций. В качестве ключевых концепций дальнейшего развития человечества и отдельных стран им уделяется особое внимание в документах структур ООН и ОЭСР [3, с. 77].

Зеленая экономика определяется как экономика, которая улучшает благосостояние людей и социальную справедливость. В то же время риски для окружающей среды и ее деградации значительно снижаются.

Зеленая экономика часто рассматривается в контексте борьбы с глобальным изменением климата и является многообещающим способом преодоления глобального экономического кризиса. Главной особенностью роста является радикальное повышение энергоэффективности. В будущем предлагается мобилизовать и реструктурировать мировую экономику, чтобы увеличить инвестиции в чистые технологии и «естественную» инфраструктуру, способствовать экологизации экономики, вернуть рынки к нормальному состоянию и избегать катастрофических последствий глобальных изменений климата.

Введение новой зеленой процентной ставки означает минимизацию использования невозобновляемых полезных ископаемых для производства электроэнергии путем инвестирования в возобновляемые источники энергии и обязательства по энергосбережению. Все эти действия позволят снизить спрос и энергозатраты [2, с. 85].

Можно долго спорить о том, происходит ли изменение климата, но в ближайшие десятилетия в промышленно развитых странах будет востребованная экономика с новой инновационной и технологической базой, важнейшей особенностью которой является минимальное воздействие на окружающую среду. Многие страны уже инвестировали десятки и сотни миллиардов долларов при переходе к новой экономике (особенно США, Германия, Япония, Южная Корея, Китай и т.д.), при этом используя антикризисные программы. Ключевым определением для стран с развитой экономикой в мире будет «низкоуглеродная экономика» с высокой энергоэффективностью и минимальным воздействием на климатическую систему.

Успех в распространении идей для устойчивого развития и обеспечения активного участия в процессе требует его адаптации к особенностям каждой страны. Понятия устойчивого развития и способы их достижения различны в разных странах и, несомненно, будут продолжать меняться. На международном уровне это требует неформального партнерства представителей разных стран в дополнение к официальному сотрудничеству мирового сообщества в рамках Организации Объединенных Наций.

России нужна оценка достижений и проблем на пути обеспечения устойчивого развития, разработки и принятия национальной стратегии устойчивого развития. Большое значение имеет синтез богатого регионального опыта [1, с. 13].

В отличие от преобладающих тенденций в мировой экономике, антистабильные тенденции сохраняются и консолидируются в России после кризиса. Россия попала в товарную ловушку, связанную с формированием экспортной товарной модели экономики страны. Сегодня

более половины экономики состоит из секторов, помимо энергетики и металлургии, с серьезным воздействием на окружающую среду. К сожалению, во время кризиса правительству пришлось спасать крупных «экспортеров», которые брали крупные займы за рубежом. Многие правительства во всем мире использовали это время для модернизации экономики и повышения ее экологичности. В будущем в стране ожидается увеличение добычи углеводородов. Все эти тенденции могут сделать экономику страны еще более углеродной и нестабильной [4, с. 50].

Обеспечение экономического роста в современной России связано с увеличением загрязнения, истощением природных ресурсов, дисбалансом в биосфере и изменением климата, что ведет к ухудшению здоровья людей и ограничивает возможности для дальнейшего развития. Это означает, что решение очень важной задачи по улучшению благосостояния населения не обеспечивает необходимого качества жизни.

Все это определяет наиболее важную особенность модернизации, а именно: обеспечение технического прогресса для экономического роста и поддержание благоприятных природных условий для развития человека (экологическая безопасность, которая имеет решающее значение для экономического роста и существования человека).

Глобальный кризис и борьба с ним показали, что существует ряд серьезных рисков для устойчивости экономического и социального развития в будущем. Особенно в нынешней ситуации в России сохраняется тенденция, связанная со стремлением к посткризисному статус-кво, т.е. ожидание восстановления российского экспорта (энергоносители и металлы), финансовые потоки предыдущего десятилетия и возврат к товарной модели. Кризис является доминирующим фактором. Политические риски современной ресурсной зависимости очень высоки, так как это приводит к ухудшению базовых общественных возможностей. Это принципиально новое явление [5, с. 68].

Необходимо поддержать модернизацию экономики, чтобы реализовать так называемую политику двойной прибыли, которая включает экономическую эффективность, а также устойчивое использование природных ресурсов и сокращение вредных выбросов. В этом контексте реализация экологических приоритетов должна сочетаться с экономическими целями страны: экономические меры должны обеспечивать как экономические, так и экологические выгоды. В России существуют огромные запасы природных ресурсов, связанных с модернизацией. Подобных ресурсов нет у развитых стран, поскольку эти ресурсы уже использованы, а получение новых экологических эффектов очень дорого (например, борьба с изменением климата и реализация Киотского протокола).

В России направления перехода к инновационной, социально ориентированной экономике и устойчивому развитию практически сведены к нулю в ближайшие годы. Достаточно привести лишь один пример необходимости радикального повышения энергоэффективности (на 40% к 2020 году), что окажет серьезное влияние на окружающую среду.

Необходимо стимулировать создание, распространение и эксплуатацию инноваций для обеспечения роста результатов в цепочках здорового питания, которые сочетают первичное сырье с конечными продуктами и услугами и подавляют деятельность, которая истощает природный капитал и загрязняет окружающую среду. В этом направлении в мире накоплен огромный экономический инструментарий, который позволяет реализовывать инновации такого рода, чтобы снизить нагрузку на окружающую среду с увеличением конечных результатов. Многие из существующих экономических инструментов уже доказали свою экологическую и экономическую жизнеспособность в промышленно развитых странах. Здесь мы можем уточнить роль налоговой системы, которая должна ограничивать развитие отраслей, эксплуатирующих природу и загрязняющих окружающую среду, и стимулировать рост обрабатывающих отраслей и инфраструктуры, эффективно использующих природные ресурсы и, как следствие, высокую добавленную стоимость товаров и услуг [6, с. 96].

Важным аргументом в пользу модернизации является необходимость радикального технологического обновления всей материальной базы страны. Старое оборудование не может гарантировать эффективного использования природных ресурсов и может привести к увеличению загрязнения. Необходимость ранней модернизации наглядно демонстрируется на при-

мере физического и морального воздействия основных фондов (машин, оборудования, зданий, сооружений, инфраструктуры и т.д.). Фактически половина основных фондов в России физически изношена.

Массовое старение производственных мощностей оказывает негативное влияние на использование природных ресурсов, увеличивает загрязнение окружающей среды и увеличивает число экологических аварий и катастроф. Старое оборудование очень медленно заменяется новым из-за недостаточных инвестиций. Скорость обновления составляет около 4%. Это означает, что активы должны быть модернизированы в течение десятилетий.

Огромный потенциал модернизации при переходе к экологически и экономически устойчивому развитию заключается в структурной и технологической перестройке экономики, что делает возможным эффективное сохранение ресурсов и сокращение загрязнения [7, с. 28].

Здесь модернизация играет особую роль. Внедряя инновации, развивая научно-технический прогресс, информационные технологии, используя новые материалы, продукты, технологии и т.д., можно уменьшить во много раз количество природных ресурсов и стоимость единицы продукции и услуг и избежать загрязнений природы.

Технологическая рационализация экономики и ее структуры может позволить высвободить 30-50% от общего количества неэффективно используемых в настоящее время и утраченных природных ресурсов, что приведет к увеличению конечных результатов и значительному сокращению загрязнения окружающей среды. Можно стабилизировать добычу и разработку энергоресурсов, полезных ископаемых, сельскохозяйственных угодий, вырубку лесов в стране. Улучшение использования и углубления обработки природных сырьевых ресурсов может значительно повысить благосостояние населения. Согласно энергетической стратегии Российской Федерации на период до 2030 года, почти половина потребления энергии может быть сэкономлена путем распространения относительно простых энергосберегающих технологий.

Инвестирование в ресурсосберегающую структурную перестройку экономики, радикальная смена технологической базы, обеспечение экологичности, устойчивости и снижение экологической нагрузки сводят к минимуму затраты на устранение негативного воздействия техногенного экономического развития на окружающую среду.

Потенциал экономии природных ресурсов требует разработки и реализации эффективной политики модернизации и инноваций в экономике, которая должна проявляться в практической реализации достижений научно-технического прогресса в области технологий, продукции и услуг. Все новые технологии, которые внедряются и распространяются в деловом мире, должны соответствовать требуемым экологическим стандартам и нормам, чтобы быть экономически эффективными. Государство должно поощрять такую технологическую модернизацию.

Спектр экономических и правовых инструментов, накопленный в стране и в мире, достаточно высок. Коммерциализация инновационного продукта - это процесс превращения инновационного продукта в рыночный продукт для получения прибыли, то есть это процесс согласования поведенческих моделей покупателя и продавца инновационного продукта с точки зрения полезности, стоимости, владения инновационным продуктом (или развития рынка инновационного продукта).

Процесс коммерциализации инновационного продукта является ключевой фазой инноваций, которая возмещает разработчику (или владельцу) инновационный продукт и приносит им выгоду от их деятельности.

Концепция «Коммерциализация технологий» подразумевает использование коммерческой технологии для извлечения выгоды. Поэтому интеллектуальный рынок продуктов является новым, но чрезвычайно важным для развития инновационного сектора.

Отсутствие специалистов в области коммерциализации технологий является хорошей основой для работы по устранению существующих внешних и внутренних барьеров и постепенной подготовки сфер науки и бизнеса к новым условиям организации инновационной деятельности.

Знания и инновации уже давно признаны ключевыми факторами конкурентоспособного экономического роста и экологизации. Испытывается новая модель для стимулирования коммерциализации технологий озеленения.

Для России многообещающий подход к технологической модернизации и последующей коммерциализации основан на концепции «наилучшей имеющейся / существующей технологии», которая широко используется во всем мире и устанавливает высокие научные и технические стандарты для используемого оборудования, в том числе в области ограничений на потребление и использование природных ресурсов. В России эта концепция была законодательно введена Федеральным законом от 10 января 2002 года №7-ФЗ «Об охране окружающей среды». С точки зрения экономических методов природоохранного регулирования важным положением закона является то, что внедрение наилучших существующих технологий, возобновляемых (нетрадиционных) источников энергии, использование вторичных и переработанных отходов и т.д. должно обеспечить финансовые и другие выгоды (Статья 14). К сожалению, эта конструктивная экономическая ситуация остается декларативной, поскольку практически нет стимулов для внедрения зеленых технологий.

Важнейшую роль в модернизации и коммерциализации устойчивого развития должно сыграть гражданское общество, которое должно выступить инициатором этого процесса, который после проведения необходимых оценок и определения приоритетов сможет продемонстрировать интересы населения для обеспечения активного участия страны в мероприятиях, проводимых в мировом сообществе в интересах устойчивого развития. Это требует, прежде всего, широкой информационно-пропагандистской кампании по распространению идей для устойчивого развития. Сегодня не только население, но и многие лица, принимающие серьезные решения в политике государства, имеют весьма смутные представления о том, что такое устойчивое развитие и почему его обеспечение мировому сообществу является приоритетным.

Успех реализации идей экономической модернизации через коммерциализацию энергоэффективности и устойчивого развития зависит от активной позиции и личных интересов каждого человека. Это определяет необходимость образования и связей с общественностью, целенаправленной работы работников СМИ и культуры, а также социальной рекламы. Государство должно способствовать улучшению экологической и экономической культуры населения для достижения цели повышения энергоэффективности и экоэффективности. Необходимо обеспечить экологические знания в школе и вузе через обязательное освещение тем в СМИ и установление обязательных лимитов социальной рекламы. Структуры гражданского общества, включая общественные массовые организации, молодежные движения и профессиональные институты устойчивого развития (как общественные институты, работающие с общественными палатами) должны играть здесь важную роль [7, с. 98].

Развитие таких институтов как в центре, так и в регионах поможет консолидировать усилия экспертного сообщества и привлечь гражданское общество к поиску путей и реализации конкретных целей модернизации экономики для обеспечения устойчивого развития. В этом процессе также важную роль играет и коммерциализация данных процессов.

Поэтому процесс модернизации через коммерциализацию должен быть в состоянии заложить основы для экологически безопасного и инновационного развития страны.

Среди приоритетных действий, которые будут реализованы, можно выделить следующие:

- разработка и принятие стратегии устойчивого развития страны;
- экономическая поддержка для экологизации экономики и зеленого роста, включая страхование, налоги, кредиты, субсидии, тарифы и сборы;
- в качестве индикаторов развития используют не только ВВП, но и индикаторы, учитывающие «цену» экономического роста для природы и человека. Это показатели устойчивого развития, т.е. показатели, которые отражают истощение природных ресурсов и ущерб от загрязнения;
- государственная поддержка посткризисного состояния должна сопровождаться обязательным соблюдением экологических требований, развитием зеленого производства и инноваций;

- необходимо избегать дорогостоящих мегапроектов по использованию природных ресурсов с непредсказуемыми последствиями для природы и человека, что форсирует разработку сложных новых месторождений;
- обеспечение радикального улучшения использования природных ресурсов, увеличение доходов от существующих площадей, модернизация оборудования, использование инноваций и «наилучших доступных технологий»;
- обеспечение энергосбережения и использования возобновляемых источников энергии и углубление переработки сырья, в том числе на экспорт;
- поддержка местных экологических инициатив (инвестиционных проектов): управление лесами (включая нелесные лесные ресурсы), высокопродуктивное, экологически чистое сельское хозяйство, традиционное природопользование, развитие экотуризма и т.д.;
- разносторонняя оценка природных ресурсов, разработка механизмов оплаты за экологические услуги.

Список источников:

1. Федоров М.М. Развитие экологических исследований на современном этапе совершенствования системы природопользования // Региональная экология. – 2014. – №34. – С. 6-13.
2. Формирование и развитие рыночных отношений в регионе / Под ред. Г.П. Лузина. – Апатиты: Изд-во КНЦ РАН, 2019. – 234 с.
3. Экология и экономика природопользования / Под ред. Э.В. Гирусова. – М. «Закон и право», ИО «Юнити», 2018. – 267 с.
4. Экологическое законодательство Российской Федерации. Сборник законов. – М.; С-Пб: Изд-во «Торговый дом Герда», 2018.
5. Экология: Учебное пособие. – М.: Знание, 2017. – 288 с.
6. Экономическая и финансовая политика в сфере охраны окружающей среды: сборник аналитических материалов, нормативных и правовых актов и ведомственных документов / Под общ. ред. проф. В.И. Данилова-Данильяна. – М.: Изд-во ГУМЦ Госкомэкологии России, 2019.
7. Экономическая энциклопедия. Политэкономика. Т. 4. – М.: Советская энциклопедия, 2017. – 429 с.

УДК 338.46:378.14

Джумамрадов А.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ

Dzhumamradov A.

EDUCATIONAL SERVICE AS AN ECONOMIC OBJECT

*Джумамрадов Акмурад**; 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: rudakova71@yandex.ru

Dzhumamradov Akmurad; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: rudakova71@yandex.ru

Превращение сферы услуг в доминирующий сектор национальной экономики получило название «сервисной революции». Итогом оказания услуги являются, как правило, нематериальные блага. Категория образовательных услуг прочно вошла в оборот устной и письменной речи и широко используется лицами, как предоставляющими эти услуги,

Transformation of services sphere into dominating sector of national economy was called the “service revolution”. The result of service rendering is, as a rule, nonmaterial values. The word combination “educational services” is actively and widely used both in oral, and in written speech by those who render these services, and those, who are their consumers. Educational ser-

* Научный руководитель: **Рудакова Ольга Викторовна**, д.э.н., профессор; e-mail: rudakova71@yandex.ru

так и лицами, являющимися их потребителями. Образовательные услуги – это продукт деятельности системы образования. В условиях рыночной экономики образовательная услуга принимает товарную форму и становится объектом сбыта и маркетинга.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, сфера услуг, третичный сектор, образовательная услуга, рынок образования, маркетинг образования.

vices are a product of education system. Under conditions of market economy educational service becomes the commodity and is the object of sale and marketing.

Keywords: postindustrial society, services sphere, tertiary sector, educational service, education market, education marketing.

В истории человечества выделяют доиндустриальное общество (preindustrial society), ведущей отраслью которого было сельскохозяйственное производство (первичный сектор); индустриальное общество (industrial society), в котором индустриальный сектор (вторичный сектор) преобладал над аграрным; постиндустриальное общество (post-industrial society), где доминирующей отраслью стала сфера услуг (третичный сектор). Соотношение первичного, вторичного и третичного секторов в экономике определяет степень социально-экономического развития общества.

В зависимости от того, вклад какой отрасли преобладает в ВВП, определяется принадлежность той или иной страны к доиндустриальному, индустриальному или постиндустриальному типу экономики. В 2017 г. вклад первичного сектора в мировое производство составил 7%, вторичного – 30%, третичного – 63% [16]. В экономике развитых стран доля сферы услуг составляет 70-80%. В США вклад сельского хозяйства в национальное производство в 2017 г. составил 0,9%, промышленности – 18,9%, сферы услуг – 80,2%. В Великобритании на долю первичного сектора приходится 0,6%, вторичного – 19,0%, третичного – 80,4%. В развивающихся странах доля сферы услуг в общем объеме производства существенно ниже. В Китае вклад названных секторов экономики составляет соответственно 8,3%, 39,5% и 52,2%, в России – 4,7%, 32,4% и 62,3%, в Индии – 15,4%, 23,0% и 61,6% (рис. 1).

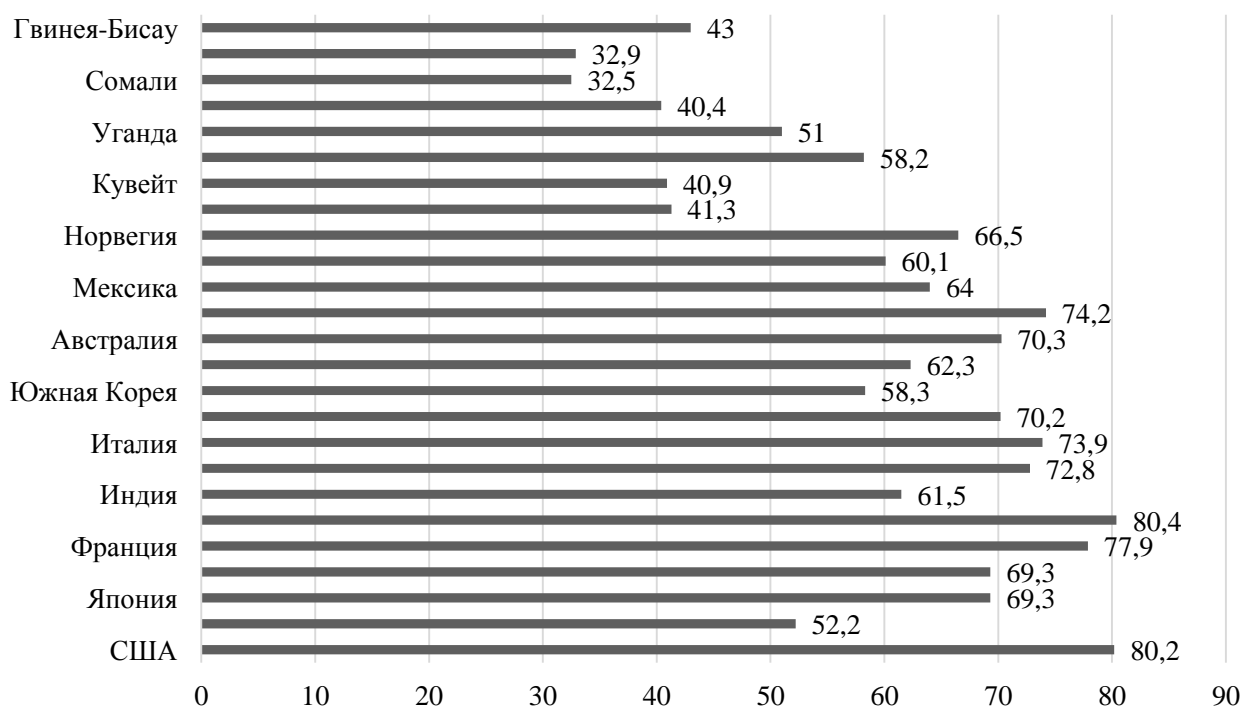


Рисунок 1 – Доля сферы услуг в ВВП некоторых стран мира в 2017 г. [16]

Превращение сферы услуг в доминирующий сектор национальной экономики получило название «сервисной революции». Под услугой сегодня понимается любая деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности. При оказании услуги не происходит создания нового материально-вещественного продукта, но изменяется качество продукта уже имеющегося, со-

зданного ранее. Услуга – это благо, предоставляемое не в виде предметов потребления или обмена, а в форме деятельности. Специфическими свойствами услуг являются их неосязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника и непостоянство качества. Итогом оказания услуги являются, как правило, нематериальные блага (например, приобретенный уровень образования, улучшение состояния здоровья в процессе лечения и т.д.).

Категория образовательных услуг прочно вошла в оборот устной и письменной речи и широко используется лицами, как предоставляющими эти услуги, так и лицами, являющимися их потребителями. Постиндустриализация общества изменила условия функционирования предприятий и организаций всех форм собственности и всех сфер деятельности, что обусловило рост спроса на различные виды образовательных услуг.

Согласно международной классификации товаров и услуг (МКТУ) (International (Nice) Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks), товары классифицируются с 1-го по 34-й классы, а услуги – с 35-го по 45-й классы. Данная классификация учреждена Соглашением о классификациях (Ницкое соглашение) и предназначена для регистрации товарных знаков. Образование относится к 41 классу услуг. Данный класс включает в основном услуги отдельных лиц или организаций по развитию умственных способностей людей или дрессировке животных, а также услуги, предназначенные для развлечения людей или организации досуга [2]. К 41 классу МКТУ относятся, в частности:

- услуги по всем видам и формам образования и воспитания людей или дрессировке животных;
- услуги по организации развлечений и отдыха людей;
- услуги по предоставлению публике произведений пластического искусства или литературы с культурной или воспитательной целью.

В современной экономической литературе, посвященной экономике образования, преобладает подход, согласно которому образовательные услуги представляют собой продукт деятельности системы образования. В качестве основы образовательной услуги выступает информация, полученная из предыдущего опыта и структурированная особым образом. Образовательная услуга предполагает участие в процессе ее оказания педагога, преподавателя, учителя, т.е. использование живого труда. Результатом потребления образовательных услуг становится набор приобретенных способностей и качеств, при этом обучающийся не представляет собой продукта образовательного процесса.

Актуальность темы исследования обусловлена ролью сферы образования, в особенности высшей школы, в современном мире как важнейшего фактора социально-экономического прогресса общества. В условиях рыночной экономики образовательная услуга принимает товарную форму и становится объектом сбыта и маркетинга. Образовательная услуга представляет собой продукт, приобретаемый покупателем за свои средства или средства спонсора. Мировой рынок образовательных услуг сформировался к концу XX века. В начале третьего тысячелетия торговля образовательными услугами превращается в один из быстро развивающихся секторов мировой торговли услугами.

Следует отметить, что образовательные услуги обладают спецификой, которая проявляется в традиционных характеристиках услуг: неосязаемости, неотделимости от источника, непостоянстве качества, несохраняемости (рис. 2). Однако эта специфика находит свое выражение и в свойствах, присущих только сфере образования:

1. Образовательные услуги представляют собой общественное благо, потребление которого осуществляется коллективно всеми гражданами независимо от того, платят они за него или нет. Однако следует отметить, что образовательная услуга как общественное благо является неисключаемым только до некоторого порогового уровня.

2. Образовательная услуга представляет собой социально-значимое благо, т.е. является благом, потребление которого ведет к возникновению положительного внешнего эффекта, выражающегося в повышении культурного уровня населения, снижении преступности и росте уровня занятости в обществе [10].

3. Невозможность непосредственного денежного измерения образовательной услуги вытекает из того, что рыночный механизм ценообразования часто оказывается не в состоянии отразить все затраты по производству образовательных услуг. Следует учитывать и тот факт, что полезный результат образовательной услуги проявляется спустя продолжительное время.

4. Многозначность целей, стоящих перед производителями образовательных услуг, объясняется тем, что получение прибыли, как правило, не является явной целью образовательной организации. Однако многие ее интересы связаны с ростом благосостояния, предполагающим получение прибыли.

5. Образовательные услуги оказываются, как правило, в комплексе с формированием духовных ценностей и развитием личности обучающегося, обеспечивают реализацию его познавательных интересов.

6. Обязательным условием производства и оказания образовательной услуги является совместное творчество преподавателя и обучающегося, который претендует на весьма значимую роль в данном процессе.

7. Образовательные услуги, как никакой другой вид деятельности, находятся в центре общественного внимания и внерыночного давления. Это положение подтверждается тем фактом, что образование обычно рассматривается как элемент обеспечения национальной безопасности, является залогом выживания и дальнейшего развития нации [3].



Рисунок 2 – Специфика образовательных услуг [3]

Образовательные услуги – это не только определенные предоставляемые услуги в виде товара, они также имеют свои особенности и характеристики. Образовательные услуги на рынке услуг сейчас являются одним из наиболее популярных продуктов. С экономической точки зрения, образовательные услуги – это, несомненно, своеобразный и полезный продукт потребления, рынок которого постоянно конкурирует и расширяется.

Список источников:

1. Диденко Д.В., Латов Ю.В. Эволюция образовательных систем как института индустриального и постиндустриального развития // Историко-экономические исследования. – 2013. – Т. 14. – №3. – С. 101-128.
2. Класс 41 [Электронный ресурс] // Международная классификация товаров и услуг. – URL: <http://www.mktu.info/services/41/>.
3. Ксенофонтова О.Л. Специфика образовательных услуг: маркетинговый аспект [Электронный ресурс]. – URL: <http://main.isuct.ru/files/publ/snt/2006/02/HTM/45.htm>.
4. Кузнецова Л.М., Царева М.И. Проблемы глобализации мировой экономики в современном мире // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №6 (18). – С. 50-55.
5. Лифанова С.А. Образовательные услуги как экономический объект [Электронный ресурс] // Медицина и образование в Сибири. – 2008. – №1. – URL: http://ngmu.ru/cozo/mos/article/text_full.php?id=212.
6. Лыгина Н.И., Рудакова О.В., Полянин А.В. Качество жизни населения как индикатор социальной эффективности государственного управления // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2016. – №2 (19). – С. 11-22.
7. Международная классификация товаров и услуг [Электронный ресурс] // ГАРАНТ: информационно-правовое обеспечение. – URL: <https://base.garant.ru/71453240/>.
8. Орлова Н.Н. Эффективность национальных образовательных систем: Россия на фоне мировых тенденций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (22). – С. 86-93.
9. Попов Е.Н. Услуги образования и рынок // Российский экономический журнал. – 2007. – №6. – С. 5-16.
10. Рацлаф А.А., Ершова В.Ю., Кузнецова М.Н. Образовательная услуга как общественное благо // Молодой ученый. – 2014. – №21. – С. 415-416.
11. Рудакова О.В., Захаров В.В. Гражданское общество в системе экономических интересов // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1 (5). – С. 351-353.
12. Рудакова О.В., Полянин А.В., Марченкова Л.М. Россия на рынке международного образования: мировые рейтинги // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Том 10. – №6. – С. 285-293.
13. Рудакова О.В., Полянин А.В., Марченкова Л.М. Современное состояние и основные тенденции развития мирового рынка образовательных услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №3 (33). – С. 102-108.
14. Соболева Ю.П., Кузнецова Л.М. Трудовые ресурсы в сфере предпринимательства: оценка, перспективы развития // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №1 (43). – С. 32-36.
15. Суслов Д.С. Роль знаний в информационном обществе // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2013. – №1. – С. 85-87.
16. GDP - composition, by sector of origin [Электронный ресурс] // Central intelligence agency. – URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2012.html>.

УДК 664:641.1:66.022.39

Батурина Н.А., Большакова Л.С., Батурина В.В.

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ПРОИЗВОДСТВА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ С ЙОДСОДЕРЖАЩИМИ ДОБАВКАМИ

Baturina N.A., Bolshakova L.S., Baturina V.V.

MODERN MANUFACTURE ASPECTS OF FUNCTIONAL FOODSTUFF WITH IODINE-CONTAINING ADDITIVES

Батурина Наталья Анатольевна; кандидат технических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru

Baturina Natalya Anatolyevna; candidate of engineering sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; nata.baturina2013@yandex.ru

Большакова Лариса Сергеевна; кандидат биологических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ogietitf@yandex.ru

Bolshakova Larisa Sergeevna; candidate of biological sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ogietitf@yandex.ru

Батурина Валерия Владимировна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: volkova.lera.22@yandex.ru

Baturina Valeria Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail volkova.lera.22@yandex.ru

В современных условиях большинство населения Российской Федерации испытывает дефицит йода в организме. Недостаток йода способствует развитию ряда заболеваний, которые называются йоддефицитными и являются наиболее распространенными неинфекционными заболеваниями. Основными направлениями в профилактике йоддефицитных заболеваний являются: использование йодированной соли, включение в рацион питания натуральных пищевых продуктов, богатых йодом, а также функциональных пищевых продуктов с йодсодержащими добавками. В настоящее время в стране разработаны технологии производства функциональных пищевых продуктов с йодсодержащими добавками.

Under modern conditions the majority of the population of the Russian Federation has iodine deficiency in the body. Iodine deficiency promotes development of some diseases which are called iodine-deficient diseases and are the most widespread non-infectious ones. The basic directions in prevention of iodine-deficient diseases are use of iodized salt, inclusion of the natural foodstuff rich with iodine in the diet and use of functional foodstuffs with iodine-containing additives. Now production technologies of functional foodstuffs with iodine-containing additives are developed in the country.

Ключевые слова: йод, йоддефицитные заболевания, профилактика, йодсодержащие добавки, функциональный пищевой продукт.

Keywords: iodine, iodine-deficient diseases, prevention, iodine-containing additives, functional foodstuff.

Йод представляет собой микроэлемент, который необходим для нормального роста и развития человека, средняя суточная физиологическая потребность в нем для взрослого человека составляет 150 мкг. В организм человека йод поступает с пищей, питьевой водой и воздухом. Дефицит йода в организме человека приводит к нарушению синтеза тиреоидных гормонов и развитию ряда заболеваний, которые называются йоддефицитными заболеваниями (ЙДЗ) и в современных условиях относятся к числу наиболее распространенных неинфекционных заболеваний. По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), около 2 млрд жителей Земли живут в условиях йоддефицита. Следует отметить, что более 50% субъектов Российской Федерации являются йоддефицитными, причем более 60% населения проживает в регионах с природно-обусловленным дефицитом этого микроэлемента [1, 2, 4].

В настоящее время одним из приоритетных направлений здравоохранения многих стран мира является профилактика ЙДЗ. Основной стратегией ликвидации йодного дефицита

в Российской Федерации является всеобщее йодирование соли. В соответствии с ГОСТ Р 51574-2018 «Соль пищевая. Общие технические условия» для йодирования соли в качестве добавки используется калий йодноватокислый (йодат калия). Использование в питании йодированной соли способно ликвидировать йодный дефицит, как правило, у взрослого населения, однако в определенные периоды (дети, подростки, беременные и кормящие женщины, лица детородного возраста) потребность в йоде увеличивается. В таких случаях проводится индивидуальная или групповая йодная профилактика.

Следует отметить, что проблема йододефицита может быть решена путем рационального и сбалансированного питания. Основными природными источниками йода являются продукты растительного и животного происхождения, вода, воздух [8]. К пищевым продуктам, богатым йодом, в которых он накапливается естественным путем, относятся морская капуста, кальмар (мясо), хек серебристый, навага беломорская, пикша, минтай, креветка (мясо) и другие морепродукты. Однако многие из этих продуктов, к сожалению, большинство населения не может купить, так как они имеют высокую цену. В таблице 1 приведено содержание йода в отдельных видах продуктов питания.

Таблица 1 – Содержание йода в продуктах питания [5]

Наименование продукта	Содержание йода, мкг/100 г	Наименование продукта	Содержание йода, мкг/100 г
Морская капуста (сушеная)	160000	Сметана	7
Морская капуста	300	Хлопья «Геркулес»	6
Кальмар (мясо)	300	Пшено шлифованное	4,5
Хек серебристый	160	Ядрица гречневая	3,3
Навага беломорская	150	Фасоль	12,1
Пикша	150	Хлеб ржаной	5,6
Минтай	150	Хлеб ржано-пшеничный	3,2
Путассу	135	Картофель	5
Треска	135	Морковь красная	5
Креветка (мясо)	110	Свекла	7
Яйцо куриное	20	Редис	8
Яичный порошок	64	Чеснок	9
Печень свиная	13,1	Грибы шампиньоны	18
Сердце баранье	30	Фисташки	10
Мясо птицы (куры)	6	Орех мускатный	10
Говядина	7	Грецкий орех	3,1
Молоко питьевое (коровье)	9	Миндаль	2
Сливки	9	Виноград	8
Кефир	7	Яблоки	2

Существенный вклад в профилактику йододефицита может внести производство доступных пищевых продуктов, обогащенных незаменимыми компонентами, специализированных продуктов детского питания, продуктов функционального назначения, диетических (лечебных и профилактических) пищевых продуктов и биологически активных добавок к пище. В соответствии с ГОСТ Р 52349-2005 «функциональный пищевой продукт (functional food) представляет собой специальный пищевой продукт, предназначенный для систематического употребления в составе пищевых рационов всеми возрастными группами здорового населения, обладающий научно обоснованными и подтвержденными свойствами, снижающий риск развития заболеваний, связанных с питанием, предотвращающий дефицит или восполняющий имеющийся в организме человека дефицит питательных веществ, сохраняющий и улучшающий здоровье за счет наличия в его составе функциональных пищевых ингредиентов». Количество функционального пищевого ингредиента, входящего в состав такого продукта, должно быть не менее 15% от суточной физиологической потребности (в расчете на одну порцию продукта). Таким образом, минимальное содержание йода в функциональном пищевом продукте

(в среднем на 100 г) должно быть 22,5 мкг. В таблице 2 приведены средние суточные физиологические потребности в йоде для различных групп населения.

Таблица 2 – Средняя суточная физиологическая потребность в йоде [7]

Группа населения	Потребность в йоде, мкг/сутки
Дети и подростки:	
- от 0 до 12 месяцев	60
- от 1 до 3 лет	70
- от 3 до 7 лет	100
- от 7 до 11 лет	120
- от 11 до 14 лет мальчики	130
- от 11 до 14 лет девочки	150
- от 14 до 18 лет юноши, девушки	150
Взрослые	150
Беременные женщины (вторая половина)	70
Кормящие женщины	140

Для профилактики ЙДЗ обогащают пищевые продукты массового потребления, такие как хлебобулочные изделия, молоко и молочные продукты. Еще в июле 1990 года введен в действие ГОСТ 25832-89 «Изделия хлебобулочные диетические. Технические условия», в соответствии с которым одной из групп диетических хлебобулочных изделий являются изделия с повышенным содержанием йода: диетические отрубные хлебцы с лецитином и морской капустой, соловецкий хлеб. Кроме того, в настоящее время вырабатывают хлебобулочные изделия, обогащенные йодказеином, в соответствии с требованиями и нормами ТУ 10.71.11-002-48363077-2016 – хлеб «Деревенский», «Богатырь», «Целебный», «Ока», «Семейный», «Элитный», хлебобулочные изделия «Умница» и др.; при этом 100 г хлебобулочной продукции, обогащенной йодказеином, обеспечивает до 25% суточной потребности человека в йоде.

В соответствии с ГОСТ 32252-2013, который введен в действие в июле 2015 года, производится питьевое молоко для питания детей дошкольного и школьного возраста, обогащенное йодом и витамином (витаминами) с массовой долей жира 2,5%, 3,0%, 3,2%, 3,5%. В качестве обогатительной добавки применяется йодказеин, калий йодистый. Массовая доля йода в продукте должна составлять $0,14 \pm 0,03$ мг/л.

В настоящее время ассортимент функциональных продуктов питания постоянно расширяется. В качестве йодсодержащих добавок для производства функциональных пищевых продуктов применяются «Йодказеин», «Йодактив», «Биойод», «Йоддар», «Витайод», «Эламин» и др. Отечественными учеными и исследователями разработаны научные основы технологий производства функциональных продуктов питания не только с перечисленными йодсодержащими добавками, но и с использованием нетрадиционного натурального сырья, содержащего в своем составе значительное количество йода.

Т.В. Пилипенко и Е.О. Рогинская предлагают в качестве функциональной добавки, в том числе и для профилактики ЙДЗ, использовать молодые листья грецкого ореха, ягоды жимолости и плоды фейхоа, подвергнутые сушке и замораживанию. Авторами разработана технология производства обогащающего компонента из творожной сыворотки с добавкой из молодых листьев грецкого ореха, а на его основе – технология функционального десерта с добавками восстановленного порошка жимолости [19, 20].

О.И. Долматовой, Ю.Г. Медко и В.С. Лемешевой разработан молокосодержащий десерт с массовой долей жира 15%, в состав которого входят сливки молочные, тыквенное масло, закваска, стабилизатор, вкусовой компонент (пюре хурмы и натуральный подсластитель). Оптимальная дозировка пюре хурмы составляет 10%, что позволяет получить продукцию с повышенным содержанием йода [7].

С.И. Артюховой и И.Ф. Тетюшиной запатентован способ производства зерненного творога, в составе которого в качестве белкового компонента растительного происхождения используют амарантовую муку в количестве 2-9% от обезжиренного молока для смешивания с обезжиренным молоком, причем в качестве закваски для смеси обезжиренного молока и ама-

рантовой муки применяют бактериальный концентрат, состоящий из чистых культур пропионовокислых бактерий вида *Propionibacterium freudeureichii* subsp. *shermanii* и (или) *Propionibacterium freudeureichii* subsp. *globosum* или *Propionibacterium freudeureichii* subsp. *shermanii* и селенита натрия, взятого в количестве 5-15 мкг/мл; причем после обсушки творожное зерно со сквашенными сливками смешивают с йодированной натуральной пищевой морской солью. В результате повышается пищевая и биологическая ценность, антиоксидантные, пробиотические, пребиотические и функциональные свойства готового продукта, а также увеличивается срок годности [16].

В.А. Гарьяновой, В.Н. Храмовой, А.А. Коротковой и другими исследователями изучена эффективность применения нута и топинамбура в технологии изготовления мягких сыров из козьего молока. Авторами установлено, что использование экструдированной муки из семян нута новой селекции (разработка ученых ФГБНУ «НИИММП») и топинамбура в количестве 5% и 1,5% соответственно способствует формированию оптимальных органолептических показателей нового сырного продукта «БиоКозочка» при наибольшей его обеспеченности макро- и микроэлементами; причем суточная потребность организма в селене удовлетворяется на 22%, а в йоде – на 38,7%, что позволяет отнести данный продукт к функциональным [21].

С.И. Охотников предлагает с целью обогащения йодом мягкого сыра использовать при его выработке порошок ламинарии, который следует вносить в молочную смесь перед термокислотной коагуляцией в количестве 0,2% от массы смеси. В результате исследований установлено, что внесение порошка ламинарии придает сыру некоторый пикантный привкус, свойственный морской капусте, а также позволяет получить продукт функционального назначения [14].

Е.Н. Аникиной и О.В. Пасько запатентован профилактический кисломолочный продукт, содержащий в своем составе молоко с массовой долей жира 2,5%, кисломолочную закваску (препарат бактериальный прямого внесения ALBA BIO S-09), йодсодержащую биологически активную добавку («Йодхитозан»/«Биойод»/«Фитойод»), сыворотку сухую, вкусовой компонент («Agrana Fruits» «Вишня»/«Лесные ягоды»/«Черная смородина») и толокно овсяное. В результате повышается пищевая ценность, пробиотические и пребиотические свойства продукта, его органолептические показатели, а также продукт обладает профилактическими свойствами йододефицита (содержание йода в продукте составляет не менее 30% от среднесуточной физиологической потребности) [15].

В.А. Нестеровой изучена возможность совместного использования препаратов йода и селена в составе обогащающей добавки для производства обогащенных хлебобулочных изделий. Автором показано, что применение селенопирана и йодида калия совместно в комплексной обогащающей добавке (КОД) увеличивает сохранность йода в продукции на 8-9%; позволяет получить изделия с содержанием йода 20-23 мкг/100 г и селена 10-11 мкг/100 г, что с учетом рекомендуемой нормы потребления хлеба 300 г/сутки удовлетворяет 43-45% суточной потребности организма человека в йоде и селене [11].

Г.А. Осиповой и Т.Л. Мосоловой исследована возможность применения пищевой добавки «Ламинар», которая получена из водоросли ламинарии, при производстве макаронных изделий. Авторами установлено, что при внесении в макаронное тесто данной добавки в количестве от 0,3 до 1,0% к массе муки с учетом потерь при производстве продукции (замес теста и выпрессовывание полуфабрикатов макаронных изделий, сушка продукции) и приготовлении макаронных изделий (после варки) содержание йода в них составляет от 61,5 до 205 мкг на 100 г (это от 41 до 137% суточной потребности в данном микроэлементе для взрослых; причем верхний допустимый уровень потребления йода в сутки равен 600 мкг). Таким образом, макаронные изделия с добавкой «Ламинар» (в дозировке 0,3-1,0% к массе муки) являются функциональными пищевыми продуктами [13].

З.Р. Ибрагимовой, Ф.С. Базровой и Д.Д. Симеониди изучена возможность использования препарата «йодис-концентрат», который представляет собой артезианскую минеральную воду, насыщенную многоатомными ионами йода, в технологии изготовления мясных полуфабрикатов. Результаты экспериментальных исследований позволяют утверждать, что при использовании модифицированной рецептуры котлет рубленых домашних (говядина, свинина, хлеб из пшеничной муки, лук репчатый, перец черный молотый, сухари панировочные, соль, вода, йодис-концентрат) и определенного вида тепловой обработки возможно получение го-

товых продуктов, содержащих в своем составе микроэлемент йод в количестве, удовлетворяющем суточную потребность взрослого человека на 40-62% [9, 10].

В.А. Гроховским разработана и научно обоснована технология малосоленых формованных продуктов из гидробионтов Арктического региона с оптимальным ингредиентным составом, 50 г которых обеспечивают суточную норму потребления легкоусвояемого в ионной форме йода на 100%, селена на 50%, что характеризует их функциональные и лечебно-профилактические свойства [6].

Н.А. Тарасенко и Ю.Н. Никонович получен патент на бисквитный полуфабрикат функционального назначения, в состав которого входит мука пшеничная и хвойная (соотношение 10:1), смесь лактитола и цитрозы (соотношение 4:1), меланж, смесь криопорошков из фейхоа и хурмы (соотношение 1:2). Для данного продукта характерна высокая пищевая ценность, хорошая усвояемость, пониженная энергетическая ценность, при этом восполнение суточной потребности в йоде составляет 65-70% [18].

Н.А. Тарасенко, И.Б. Красиной и М.А. Левченко разработан и запатентован состав для производства сахарного печенья функционального назначения. В состав входит смесь муки пшеничной и жмыха ядра кедрового ореха (соотношение 1:5), смесь сахара и олигофруктозы (соотношение 2:1), масло сливочное, молоко сгущенное, порошок из ягод асаи, яблочные волокна VITACEL, аммоний углекислый, двууглекислый натрий, соль поваренная пищевая, вода. Несмотря на относительно небольшое содержание в составе композиции жмыха ядер кедровых орехов, порошка из ягод асаи и яблочных волокон, не только увеличивается пищевая ценность (повышается содержание йода, провитамина А, альфа-токоферола, витаминов группы В, РР, С, К) и снижается энергетическая ценность сахарного печенья, но и улучшаются потребительские свойства и срок хранения продукции [17].

Современный рынок функциональных пищевых продуктов развивается достаточно интенсивно. Согласно прогнозам ведущих специалистов мира в области питания и медицины, в ближайшее время их доля достигнет 30% всего рынка продовольственных товаров. Аспекты производства функциональных пищевых продуктов с йодсодержащими добавками находятся в центре внимания ученых и исследователей. Однако, несмотря на постоянные научные исследования и разработки в этой области, ассортимент данной продукции в нашей стране явно недостаточен.

Список источников:

1. Приказ Минздрава России №614 от 19.08.2016 «Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания».
2. Распоряжение Правительства РФ №1873-р от 25.10.2010 г. «Об основах государственной политики в области здорового питания населения Российской Федерации на период до 2020 года».
3. Методические рекомендации МР 2.3.1.2432-08 «Нормы физиологических потребностей в энергии и пищевых веществах для различных групп населения Российской Федерации». (утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 18 декабря 2008 г.).
4. Методические указания МУ 2.3.7.1064-01 «Контроль программы профилактики йоддефицитных заболеваний путем всеобщего йодирования соли» [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200026360> (дата обращения: 12.02.2019).
5. Большой справочник калорийности продуктов питания и блюд [Электронный ресурс]. – URL: <http://pbprog.ru/databases/foodmeals/> (дата обращения: 10.02.2019).
6. Гроховский В.А. Научное обоснование и создание инновационных технологий изготовления продуктов из гидробионтов Арктического региона: автореф. дис. ... докт. техн. наук: 05.18.04. – Мурманск, 2012. – 40 с.
7. Долматова О.И. Молокосодержащий десерт функциональной направленности / О.И. Долматова, Ю.Г. Медко, В.С. Лемешева // Пищевая промышленность. – 2017. – №10. – С. 32-34.
8. Дзахмишева И.Ш. Профилактика йоддефицита функциональными продуктами питания / И.Ш. Дзахмишева // Фундаментальные исследования. – 2013. – №10. – С. 2418-2421.
9. Ибрагимова З.Р. Применение йодис-концентрата при выработке мясных изделий / З.Р. Ибрагимова, Ф.С. Базрова, Д.Д. Симеониди // Мясная индустрия. – 2013. – №12. – С. 45-47.

10. Ибрагимова З.Р. Свойства йодис-концентрата в мясных системах / З.Р. Ибрагимова, Ф.С. Базрова, Д.Д. Симеониди // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2013. – №6 (23). – С. 10-14.
11. Нестерова В.А. Разработка и товароведная оценка хлебобулочных изделий, обогащенных йодом и селеном: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.18.15. – Кемерово, 2012. – 18 с.
12. Коденцова В.М. Обеспеченность населения России микронутриентами и возможности ее коррекции. Состояние проблемы / В.М. Коденцова, О.А. Вржесинская, Д.В. Рисник и др. // Вопросы питания. – 2017. – Т. 86. – №4. – С. 113-124.
13. Осипова Г.А. Использование «Ламинара» при производстве макаронных изделий / Г.А. Осипова, Т.Л. Мосолова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2013. – №5 (22). – С. 37-42.
14. Охотников С.И. Обогащение йодом термокислотных сыров посредством введения в их состав ламинарии / С.И. Охотников // Вестник Марийского государственного университета. Серия «Сельскохозяйственные науки. Экономические науки». – 2017. – Т. 3. – №2 (10). – С. 39-43.
15. Пат. 2526491 Российская Федерация, А23С9/13. Профилактический кисломолочный продукт / Аникина Е.Н., Пасько О.В. – №203112559/10; заявл. 20.03.2013; опубл. 20.08.2014. Бюл. №23.
16. Пат. 2560262 Российская Федерация, А23С9/127, А23С23/00. Способ производства зерненого творога / Артюхова С.И., Тетюшина И.Ф. – №201432605/10; заявл. 07.08.2014; опубл. 20.08.2015. Бюл. №23.
17. Пат. 2592107 Российская Федерация, А21D13/80. Состав для производства сахарного печенья функционального назначения / Тарасенко Н.А., Красина И.Б., Левченко М.А. – №2015117135/13; заявл. 05.05.2015; опубл. 20.07.2016. Бюл. №20.
18. Пат. 2625568 Российская Федерация, А21D13/80. Бисквитный полуфабрикат функционального назначения / Тарасенко Н.А., Никонович Ю.Н. – №2016119194; заявл. 17.05.2016; опубл. 17.07.2017. Бюл. №20.
19. Пилипенко Т.В. Разработка молочного десерта, обогащенного функциональными растительными добавками / Т.В. Пилипенко, Е.О. Рогинская // Вестник ЮУрГУ. Серия «Пищевые и биотехнологии». – 2018. – Т. 6. – №1. – С. 40-48.
20. Орлова О.Ю. Традиционные и перспективные растительные источники йода для обогащения пищевых продуктов / О.Ю. Орлова, Т.В. Пилипенко, Л.П. Нилова и др. // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Процессы и аппараты пищевых производств». – 2015. – №4. – С. 26-34
21. Гарьянова В.А. Эффективность применения нута и топинамбура в технологии изготовления мягких сыров из козьего молока / В.А. Гарьянова, В.Н. Храмова, А.А. Короткова и др. // Пищевая промышленность. – 2015. – №7. – С. 24-27.

УДК 685.3

Носова О.А., Пашкевич Л.А.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МАТЕРИАЛЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ ОБУВИ

Nosova O.A., Pashkevich L.A.

MODERN TECHNOLOGIES AND MATERIALS IN FOOTWEAR MANUFACTURE

Носова Ольга Андреевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyudmila.pashkevitch@yandex.ru

Nosova Olga Andreevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail lyudmila.pashkevitch@yandex.ru

Пашкевич Людмила Аркадьевна; кандидат технических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyudmila.pashkevitch@yandex.ru

Pashkevich Lyudmila Arkadyevna; candidate of engineering sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; lyudmila.pashkevitch@yandex.ru

В статье рассматривается динамика развития одной из крупных отраслей российской экономики – кожевенно-обувной промышленности. Приводятся статистические данные об объемах производства, экспорта и импорта обуви, а также инвестиций в развитие кожевенной и обувной промышленности России. Характеризуются факторы, формирующие качество обуви, современные инновационные технологии и сырьевые материалы. Рассматривается обязательная маркировка обуви средствами идентификации как способ снижения оборота контрафактной продукции в России.

Ключевые слова: обувь, факторы качества, современные обувные технологии, инновационные материалы, маркировка.

In the article development dynamics of one of the large branches of Russian economy – the tanning- shoemaking industry – is considered. Statistical data about manufacture volumes, footwear export and import and investments volumes into the development of tanning and shoemaking industry of Russia are presented. The factors forming footwear quality, modern innovative technologies and raw materials are characterized. Obligatory marking of footwear by means of identification as a way to reduce the turnover of counterfeit production in Russia are considered.

Keywords: footwear, quality factors, modern shoemaking technologies, innovative materials, marking.

Кожевенно-обувная промышленность России является крупной отраслью, так как емкость обувного рынка занимает третье место после рынков продуктов питания и одежды. В течение 2013-2016 гг. была отмечена положительная динамика ежегодного прироста объемов производства на 9-10%, и в 2016 году объем рынка составил более 34 млрд долларов [7].

Рост производства обуви в 2017 году в РФ равнялся 7,5%. Всего в 2017 году в стране было произведено 103,6 млн пар обуви.

В 2017 году объем российского обувного рынка значительно вырос: в натуральном выражении – на 21,4% – до 329 млн пар, в денежном выражении – на 30,7% – до 1 363 млрд рублей [8].

Согласно статистическим данным, объем импорта обуви в Россию в 2017 году составил 270,4 млн пар. Рост импорта обуви достиг 30,7%. Существенный рост импорта объясняется тем, что увеличили объемы закупок крупнейшие розничные сети, и часть закупленной в 2017 году обуви будет реализована в 2018 году, например, в зимнем сезоне 2017-2018 гг.

Анализ обувного рынка показывает, что в 2017 году происходил рост экспорта российской обуви, который составил 39,3%, или 17,7 млн пар [9].

В 2017 году 11 млрд рублей – это объем инвестиций в развитие кожевенной и обувной промышленности России.

В 2018 году в России получило развитие полномасштабное импортозамещающее производство обуви, рассчитанное на выпуск 30 млн пар в год. Объем обувного рынка в России в 2018 году увеличился на 4% и превысил 1,4 трлн рублей по отношению к 2017 году [7].

Стабилизации производства обуви в России за последние пять лет удалось добиться за счет принятия системных мер госрегулирования и поддержки кожевенной и обувной отрасли вопреки неблагоприятной рыночной ситуации – снижению поголовья скота, резкому падению рубля, снижению покупательской способности и росту импорта обуви.

Государственные субсидии были направлены на инвестиционные проекты по модернизации обувных предприятий «Ортомода» (г. Москва), «Парижская коммуна» (г. Москва), «Юничел, ГК «Русская Кожа» (г. Челябинск), «ВКП ЛТ» (г. Вязьма) и других.

Несмотря на положительную динамику развития обувного производства, потребление обуви в России значительно отстает от потребления обуви в Европе и США. Так, на одного жителя США приходится 6-8 пар обуви в год, на одного европейца – 4-6 пар обуви в год, а на одного россиянина – 3,8 пары. Таким образом, у российского рынка достаточно большой потенциал роста [9].

Формирование ассортимента обуви зависит, прежде всего, от развития сырьевой базы отрасли, научно-технического прогресса и культуры производства, роста благосостояния людей, тенденций изменения моды, национальных особенностей и других факторов.

В зависимости от постоянного изменения спроса торговые предприятия должны формировать свой ассортимент в соответствии с реальными запросами покупателей, следить за качеством поступающей обуви.

К факторам, формирующим качество обуви, относятся: обувные материалы; технологический процесс производства (разработка форм и размеров колодок); моделирование обуви; рас-

крой материалов на детали обуви; предварительная обработка деталей верха и низа обуви; сборка заготовки верха обуви; формование верха обуви; прикрепление подошвы к заготовке верха обуви; крепление каблучков и набоек; отделка обуви.

Обувные материалы делят на основные и вспомогательные, полуфабрикаты и комплектующие изделия.

Основное и вспомогательное сырье отличаются различной степенью их обработки и готовности, а также воздействия на формирование качества и количества. Основное сырье в значительной мере определяет ассортиментную группу готовой продукции. Вспомогательное сырье служит для улучшения состава и свойств основного сырья или готового продукта. Основными материалами для изготовления кожаной обуви являются кожа натуральная (юфть, хромовые кожи, замша), искусственная и синтетическая, обувные ткани, нетканые материалы, трикотаж, синтетические нити, фетр. Вспомогательными служат крепежные материалы (нитки, гвозди, клей); обувная фурнитура (крючки, пряжки); отделочные материалы.

На свойства натуральной кожи значительное влияние оказывает химический состав, который зависит от вида сырья и способа обработки. Для оценки химического состава кожи определяют ее влажность, содержание золы, оксида хрома, вымываемых водой веществ, гольевого вещества, жира. Введение в кожу того или иного количества жира позволяет надежно регулировать водостойкость и мягкость, прочность на разрыв, удлинение и пластичность. Количество влаги в воздушно-сухой коже зависит от ее гигроскопичности, относительной влажности и температуры окружающего воздуха. Влажность оказывает большое влияние на изменение термостойкости, теплопроводности, износостойкости, прочности на разрыв и на сжатие, упругоэластических свойств, толщину и площадь кожи.

В качестве материала верха юфтевой обуви используют юфть яловочную (наиболее плотную, прочную, водонепроницаемую), конскую (более рыхлую и менее прочную) и свиную (более тонкую). Хромовая обувь изготавливается из опойка, выростка, полукожника, яловки, свиных, хромовых кож, шевро, нубука, велюра, хромовой лаковой кожи. Все кожи достаточно плотные, малорастяжимые, мягкие. Мерея кожи шевро отличается красивым мелким узором, напоминающим расположение рыбьей чешуи, придающей ей красивый внешний вид, поэтому ее чаще всего используют для изготовления модельной обуви [2].

Для изготовления кожаной обуви разрабатываются и применяются новые материалы. Например, фирма «Salomon» (Франция) разработала «Thinsulate» - синтетический теплоизоляционный материал для подкладки, который сохраняет тепло, позволяет беспрепятственно испаряться лишней влаге, не стесняет движений и обеспечивает полный комфорт (рисунок 1) [3].

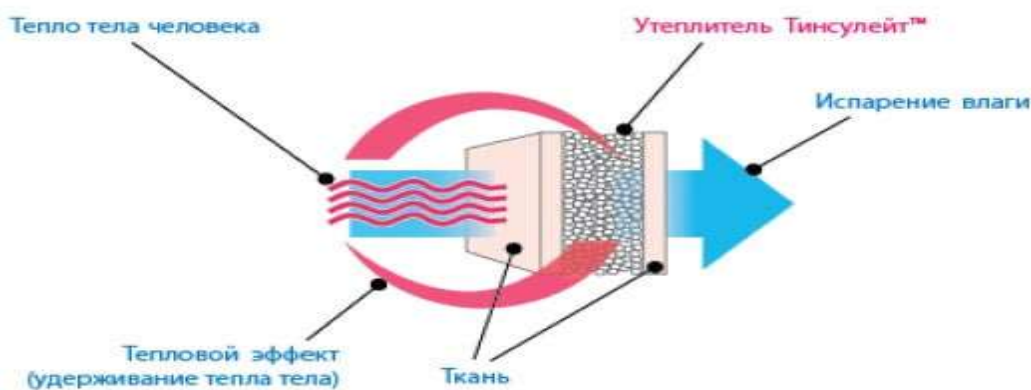


Рисунок 1 – Конструкция обуви с утеплителем «Thinsulate»

В России в последнее время широко используется стелечный картон дублированный с этиленвинилацетатом – легким и упругим материалом, имеющим хорошие амортизирующие свойства. Такой картон состоит из нетканой основы, прессованной целлюлозной массы с нанесением влагопрочного покрытия, дублированного с этиленвинилацетатом (рисунок 2) [11].



Рисунок 2 – Стелечный картон дублированный с этиленвинилацетатом

Технология производства – совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции. Технологические процессы оказывают большое влияние на изменение свойств сырья и материалов и формирование качества кожаной обуви. При обработке исходное сырье подвергается механическим, термическим, физико-химическим и другим воздействиям, в результате которых формируется качество кожаной обуви.

Первым этапом технологического процесса производства обуви является проектирование, предусматривающее создание первичной модели обуви с разработкой всей необходимой технической документацией. Этап проектирования состоит из моделирования и конструирования обуви посредством профессиональных художников: модельеров и конструкторов.

При создании модели учитывают назначение обуви, направление моды, метод крепления низа, применяемые материалы.

Новизна и оригинальность модели в значительной мере определяет эстетические свойства обуви, а от точности построения отдельных деталей и в целом конструкции, правильного подбора материалов зависят ее удобство и долговечность. Обувь должна изготавливаться по утвержденной технологии и соответствовать образцам-эталонам. Художник-модельер, учитывая направление моды, назначение обуви, делает эскиз новой модели, который отображает внешний вид и конструктивную идею, форму колодки и каблука, высоту каблука, конфигурацию деталей верха и низа, количество и расположение строчек, применяемые украшения, фурнитуру.

В процессе моделирования выполняются два взаимосвязанных процесса, включающих разработку формы и размеров колодки и создание модели обуви.

Форма и размеры обувных колодок напрямую влияют на: соответствие внутренних размеров обуви особенностям строения стоп; форму носочной части; высоту приподнятости пяточной части; линейность размеров; удобство обуви в эксплуатации.

Процесс конструирования технически сложен, поскольку необходимо перейти от объемной формы колодки (и обуви) к плоской форме деталей (получить их развертку – чертеж), а также предусмотреть припуски деталей для их взаимного скрепления и изменения размеров деталей при формовании с учетом неравномерности их деформационных свойств.

Конструирование завершается изготовлением образца обуви, что требует предварительной разработки конструктивных и технологических параметров каждой детали. Этот фактор оказывает решающее воздействие на формирование ассортиментных, качественных, количественных и стоимостных характеристик товара.

Например, российский изготовитель обуви «Elegami ORTO» разработал профилактическую вкладную стельку «Linen Phisio Pro», которая имеет элементы для поддержки и разгрузки чувствительных участков на подошвенной поверхности стопы. Элементы стельки «Linen Phisio Pro» состоят из биологически инертных, вязкоупругих композиций с функцией памяти (рисунок 3) [12].



Рисунок 3 – Конструкция вкладной стельки «Linen Phisio Pro»

Американская компания «Timberland» для любителей активных видов отдыха выпустила кроссовки «Radler Trail Camp»: каждый кроссовок складывается пополам и застегивается на молнию, прикрепленную к подошве. В застегнутом виде обувь напоминает чехол для небольшого фотоаппарата (рисунок 4) [6].



Рисунок 4 – Кроссовки «Radler Trail Camp»

Следующим этапом производства обуви является раскрой материалов. Способ раскроя зависит от вида материала. Наиболее сложен раскрой мягких кож для верха обуви, что связано с неравномерностью свойств кожи и наличием на каждой коже пороков. Из наиболее высококачественной и ценной чепрачной части кожи выкраивают ответственные детали верха, а из периферийных участков - неответственные детали. При раскрое жестких кож для низа обуви главное внимание уделяется топографии кожи.

Предварительная обработка деталей обуви имеет целью подготовить их к последующему скреплению. Она улучшает и разнообразит внешний вид обуви, повышает удобство обуви в носке, ее форма и износостойкость ускоряет процесс сборки. Для предварительной обработки деталей верха применяются операции: утонение краев деталей, отделка видимого края деталей, украшение деталей верха (нанесение перфорации, тонирования и тиснения, декоративных строчек, нашивки бантов, накладок), упрочнение деталей верха. Предварительная обработка деталей низа включает: выравнивание толщины стелек и подошв, обработку подошв, жестких задников и подносков, формирование деталей низа [13].

Сборка заготовок – это соединение и скрепление между собой всех деталей верха обуви. Скрепление осуществляется ниточными швами, склеиванием, свариванием токами высокой частоты. Качество исполнения сборки заготовки оказывает большое влияние на качество обуви, особенно на ее внешний вид, прочность, удобство в носке. Выполнение всех опе-

раций сборки должно соответствовать технологическим нормативам. Эти нормативы предусматривают в основном обеспечение прочности ниточных швов и регламентируют ширину припусков под швы, число строчек в шве, количество стежков, расстояние между строчками и от края детали. Компания «Mec-Val» выпустила машины марок CS87 и CS93. CS87 способна пришивать сложные профили подошв, обрабатывать даже узлы и пришивать подошву к обуви типа «Оранка». CS93 – мощная машина, позволяющая прошивать довольно толстую подошву при соединении верха обуви и стельки, подходит для изготовления зимней обуви и рабочих ботинок [5].

Фирма «BASF» (Германия) разработала «Elastopan Light Safe» – легкий антистатический полиуретановый материал с низкой плотностью, вспениваемый с использованием воды. Межподошва, производимая с использованием этого материала, имеет меньший вес по сравнению с межподошвами специальной обуви, выполненными из традиционных полиуретановых материалов. Это делает обувь более комфортной в применении. Новый материал может использоваться в сочетании с термопластичными полиуретанами или с подошвой из резины. Это позволяет выпускать обувь с подошвой двойной плотности [1].

Согласно Распоряжению Правительства РФ № 792-р от 28.04.2018 года установлен перечень товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации в целях снижения оборота контрафактной продукции в России. В данный перечень наряду с другими товарными группами входят обувные товары. Распоряжение Правительства РФ №792-р вступило в силу с 1 января 2019 года. Срок введения обязательной маркировки средствами идентификации для обувных товаров – с 1 июля 2019 года [4]. С 1 февраля 2020 года оборот обувной продукции без маркировки средствами идентификации будет запрещен. Обязательная маркировка обуви средствами идентификации заключается в том, что производители наносят на обувь и упаковку метки с данными о марке, модели, материалах, бренде и производителе, стране происхождения, для кожаной обуви – о виде кожи.

Новая маркировка обуви – электронная. На обувь будут наноситься цифровой код Data Matrix. Информация в нем будет зашифрована в виде последовательности символов и защищена от подделки с помощью криптографических технологий. Код будут печатать на обувной коробке или на ярлыке производителя и импортера (рисунок 5) [4].



Рисунок 5 – Образец маркировки обуви средствами идентификации

Генерировать коды будет оператор системы маркировки – ЦРПТ. Для каждой пары обуви код маркировки будет создаваться отдельно. Коды невозможно подделать, они не повторяются в течение нескольких лет, а при продаже промаркированной обуви не списываются. Это сделано, чтобы предусмотреть возврат товара. В этом случае обувь с кодом вернется в оборот.

Наличие цифровой маркировки - гарантия, что обувь произведена законно, ее качество соответствует заявленному, а все необходимые налоги и таможенные сборы выплачены. Сканируя код, можно получить всю информацию о товаре и его логистике. Маркировка обуви контрольными идентификационными знаками позволит усилить и автоматизировать контроль за движением продукции.

Список источников:

1. BASF разработал полиуретановые решения для обувной промышленности [Электронный ресурс]. – URL: <http://plastichelper.ru/news/10086>.
2. Илларионова К.В. Материаловедение. Материалы, применяемые в производстве одежно-обувных и культурно-бытовых товаров: учебное пособие / К.В. Илларионова, А.В. Виноградова, О.Г. Котоменкова. – С-Пб: Троицкий мост, 2019. – 110 с.
3. Инновации в обувной отрасли [Электронный ресурс]. – URL: <https://ralf.ru/about/release/smi-o-nas/10867810>.
4. Маркировка обуви контрольными идентификационными знаками [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.moysklad.ru/markirovka-tovarov>.
5. Оборудование для производства подошв и обуви из полимерных материалов [Текст] // Кожевенно-обувная промышленность. – 2014. – №1. – С. 16.
6. Обувные технологии [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.obuvtech.ru/equip/mecval/index.html>.
7. Объем рынка обуви в России [Электронный ресурс]. – URL: <http://report2017.obuvrus.ru/reports/obuvrossii/annual/2017/gb/Russian/30.html>.
8. Производство обуви в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.shoes-report.ru/news>.
9. РБК – исследование рынка обуви [Электронный ресурс]. – URL: <http://marketing.rbc.ru/research/562949988493392.shtml>.
10. Современные технологии в производстве обуви [Электронный ресурс]. – URL: <http://champion-sport.ru/biblioteka-znanij/48-sovremennye-tekhnologii-v-proizvodstve-obuvi.html>.
11. Славнова Т.П. Товароведение и экспертиза одежно-обувных и пушно-меховых товаров: учеб. пособие / под ред. д-ра тех. наук, проф. С.А. Вилковой. – М.: Дашков и К°, 2013. – 168 с.
12. Технологии и материалы в обувной промышленности [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.shoes-report.ru/articles/manufacturing>.
13. Чалых Т.И. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др.; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленовой. – М.: Дашков и К°, 2017. – 760 с.

УДК 637.521.427:546.15

Большакова Л.С., Кузина А.В., Чернов Н.В.**ОБОГАЩЕНИЕ МЯСНЫХ РУБЛЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ
КОВАЛЕНТНО СВЯЗАННЫМ ЙОДОМ****Bolshakova L.S., Kuzina A.V., Chernov N.V.****ENRICHMENT OF MEAT MINCED PRODUCTS COVALENTLY BOUND IODINE**

Большакова Лариса Сергеевна; кандидат биологических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ogietitf@yandex.ru

Bolshakova Larisa Sergeevna; candidate of biological sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ogietitf@yandex.ru

Кузина Алина Владимировна; кандидат биологических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: alina-ork@yandex.ru

Kuzina Alina Vladimirovna; candidate of biological sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: alina-ork@yandex.ru

Чернов Николай Владимирович; аспирант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ogietitf@yandex.ru

Chernov Nikolay Vladimirovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: ogietitf@yandex.ru

Для введения в рецептуры кулинарных изделий наиболее подходят йодсодержащие соединения, в которых йод находится в ковалентно связанной форме. К числу таких соеди-

Iodine containing compounds in which iodine is in covalently bound form are the most suitable for introduction in the formulation of culinary products. Iodized protein are among them. The

нений относятся йодированные белки. Целью исследования являлось обоснование возможности использования молочного йодированного белка производства ООО «Фонд развития науки» в технологии мясных рубленых изделий. В ходе проведенных исследований установлено, что использование молочного йодированного белка позволяет получить мясные рубленые изделия с высокими органолептическими показателями, отвечающие требованиям безопасности и содержащие определенное количество йода.

Ключевые слова: молочный йодированный белок, ковалентно связанный йод, мясные изделия.

research objective was to substantiate the possibility of dairy iodized protein use manufactured by the limited liability company "Fond Razvitiya Nauki (Fund of Science Development)" in the technology of minced meat products. In the researches it is ascertained that use of dairy iodized protein allows to manufacture minced meat products with high organoleptic indicators and containing certain iodine quantity which meet the requirements of safety.

Keywords: dairy iodized protein, covalently bound iodine, meat products.

Согласно Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации (до 2035 г.) создание функциональных продуктов питания относится к числу приоритетных направлений. Среди этих продуктов особое место должно быть отведено продуктам, обогащенным незаменимыми макро- и микронутриентами, и в частности йодом. Дефицит этого микроэлемента в питании жителей России обусловлен природными условиями большинства территорий РФ [4].

Основным способом массовой йодной профилактики является использование йодированной соли [5]. Для групповой профилактики дефицита йода могут быть использованы йодированные кулинарные изделия. Включение в рацион порционных кулинарных изделий дает возможность строго нормировать количество йода в соответствии с физиологическими нормами для определенной группы населения [1].

Для введения в рецептуры кулинарных изделий наиболее подходят йодсодержащие соединения, в которых йод находится в ковалентно связанной форме. К числу таких соединений относятся йодированные белки.

Цель исследования – обоснование возможности использования молочного йодированного белка в технологии мясных рубленых изделий.

Объектами исследований являлись: свиное котлетное мясо, йодированный молочный белок, контрольный и модельные фарши, полуфабрикаты и готовые изделия из свиного котлетного мяса.

Молочный йодированный белок производства ООО «Фонд развития науки» [2] может использоваться в технологии йодированной пищевой продукции. Содержание йода в нем составляет 2,3%. В молочном йодированном белке йод ковалентно связан с аминокислотами, благодаря чему он не улетучивается при длительном тепловом воздействии.

В ходе исследования были использованы следующие методики:

- содержание йода – предварительная подготовка пробы путем щелочной минерализации и последующий анализ водного раствора минерализованной пробы методом катодной инверсионной вольтамперометрии. В процессе минерализации пробы и последующем ультрафиолетовом облучении раствора минерализованной пробы все формы йода переводят в иодид-ионы. Иодид-ионы концентрируют на серебряном модифицированном электроде в виде малорастворимого осадка с последующим катодным восстановлением осадка при линейном изменении потенциала. Возникающий при этом катодный пик при потенциале минус $(0,4 \pm 0,05)$ В является аналитическим сигналом. Содержание иодид-ионов в растворе подготовленной пробы определяется по методу добавок аттестованной смеси иодид-ионов.

- органолептическая оценка – по пятибалльной шкале по пяти критериям (внешний вид, цвет, запах, вкус, консистенция), где 1 – худшая характеристика, 5 – наилучшая.

Результаты исследования

Молочный йодированный белок использовали в количестве, обеспечивающем содержание йода в одной порции готовых изделий 100 мкг. Схема технологического процесса производства котлет йодированных приведена на рис. 1.

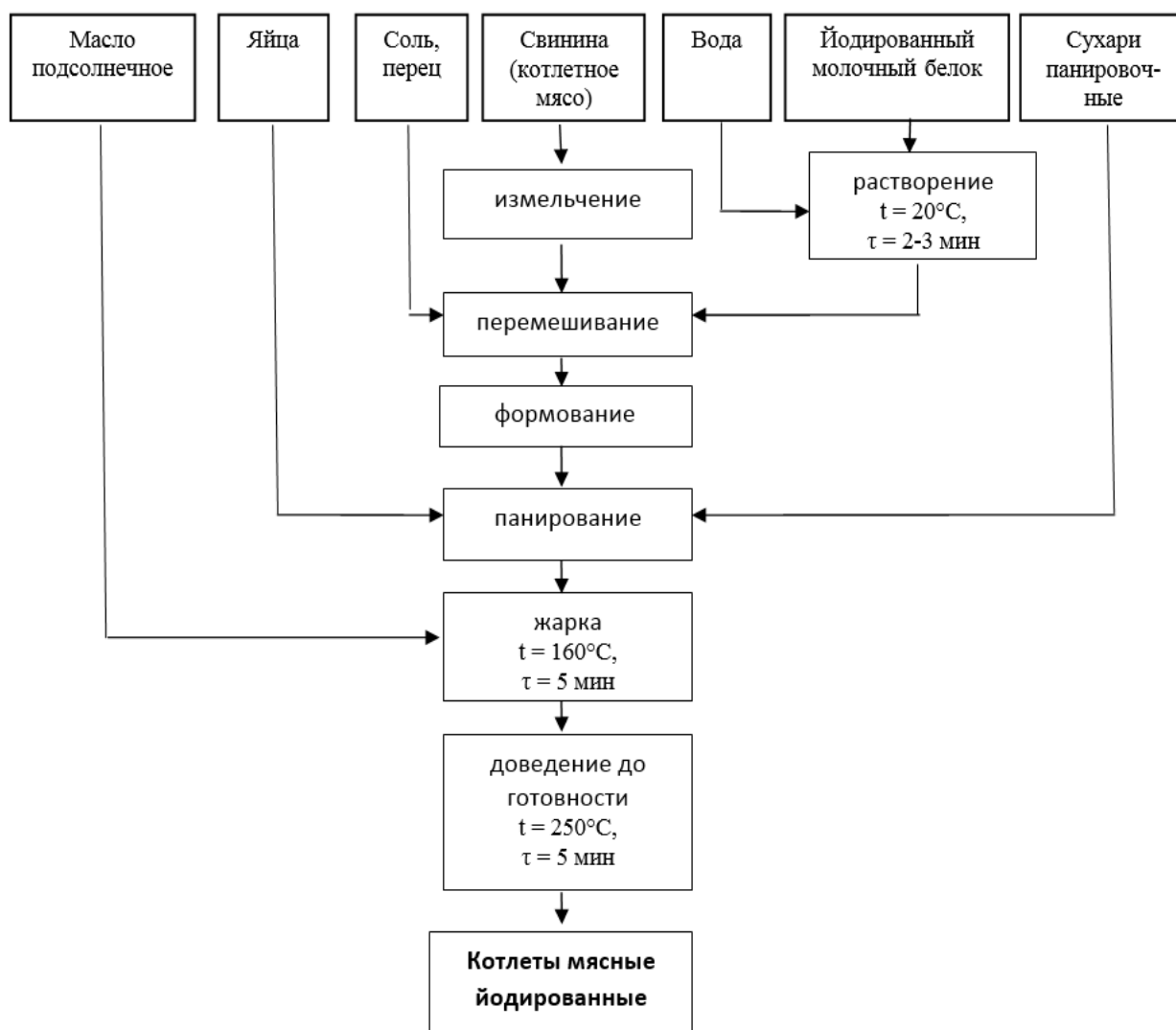


Рисунок 1 – Технологическая схема производства котлет мясных йодированных

Проведены исследования по изучению потерь йода до и после тепловой обработки, а также в процессе хранения полуфабриката.

Таблица 1 – Содержание йода в котлетах йодированных

Вид изделия	Содержание йода, мкг	Потери йода, %
Полуфабрикат котлет йодированных	100±3,55	-
Полуфабрикат котлет йодированных через 48 ч	98,4±3,25	1,6
Котлеты йодированные (после тепловой обработки)	94,2±3,89	5,8

Полученные данные показывают, что использование молочного йодированного белка позволяет получить йодированные мясные кулинарные изделия с гарантированным содержанием йода.

При проведении сенсорного анализа оценивались цвет, внешний вид, запах, вкус, консистенция котлет по 5-балльной шкале (табл.2). По указанным показателям различий между группами не установлено. Общая оценка находилась в пределах 4,6-4,8 балла.

Таблица 2 – Органолептическая оценка котлет йодированных

Показатель	Коэффициент важности	Оценка показателей	
		Котлеты (контроль)	Котлеты йодированные
Цвет	1	4,8	4,8
Внешний вид	2	4,8	4,8
Консистенция	3	4,5	4,6
Запах	1	4,9	4,9
Вкус	3	4,8	4,8
Балльная оценка		47,2	47,3

Результаты испытаний полуфабриката котлет йодированных на соответствие требованиям Технического регламента таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» [3] приведены в табл.3, 4.

Таблица 3 – Показатели безопасности полуфабриката котлет йодированных

Показатели	Допустимые уровни в соответствии с ТР ТС 021/2011, мг/кг, не более	Фактический результат
Токсичные элементы:		
свинец	0,5	Менее 0,1
мышьяк	0,1	Менее 0,01
кадмий	0,05	Менее 0,01
ртуть	0,03	Менее 0,01
Антибиотики: левомецетин, тетрациклиновая группа, гризин, бацитрацин	Не допускается	Не обнаружено
Пестициды:		
гексахлорциклогексан (α -, β -, γ -изомеры)	0,1	Не обнаружено
ДДТ и его метаболиты	0,1	Не обнаружено
Радионуклиды, Бк/кг:		
цезий-137	180	Менее 10,0
стронций-90	80	Менее 10,0

Таблица 4 – Микробиологические показатели полуфабриката котлет йодированных

Показатели	Нормативы в соответствии с ТР ТС 021/2011	Содержание в охлажденных п/ф после 12 ч хранения
Количество мезофильных, аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов (КМАФанМ), КОЕ в 1 г, не более	$1 \cdot 10^6$	$3,5 \cdot 10^4$
Масса продукта (г), в которой не допускаются бактерии группы кишечных палочек (БГККП) (колиформы)	Не допускаются	Не обнаружено
Масса продукта (г), в которой не допускаются патогенные микроорганизмы, в т.ч.:		
а) сальмонеллы	25,0	Не обнаружено
б) <i>L. monocytogenes</i>	25,0	Не обнаружено

Проведенные испытания показывают, что полуфабрикат котлет йодированных по показателям безопасности отвечает требованиям ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

Для подтверждения возможности использования разработанных мясных изделий для коррекции йоддефицита было проведено клиническое наблюдение, в котором участвовали 20 девушек-студенток. Они были разделены на две группы, по 10 человек в каждой. Первая группа ежедневно в течение 30 дней получала порцию мясных котлет, обогащенных молочным йодированным белком, вторая группа – контрольная. Определяли концентрацию йода в моче студентов исходно и через 30 дней. Результаты представлены на рисунке 2.

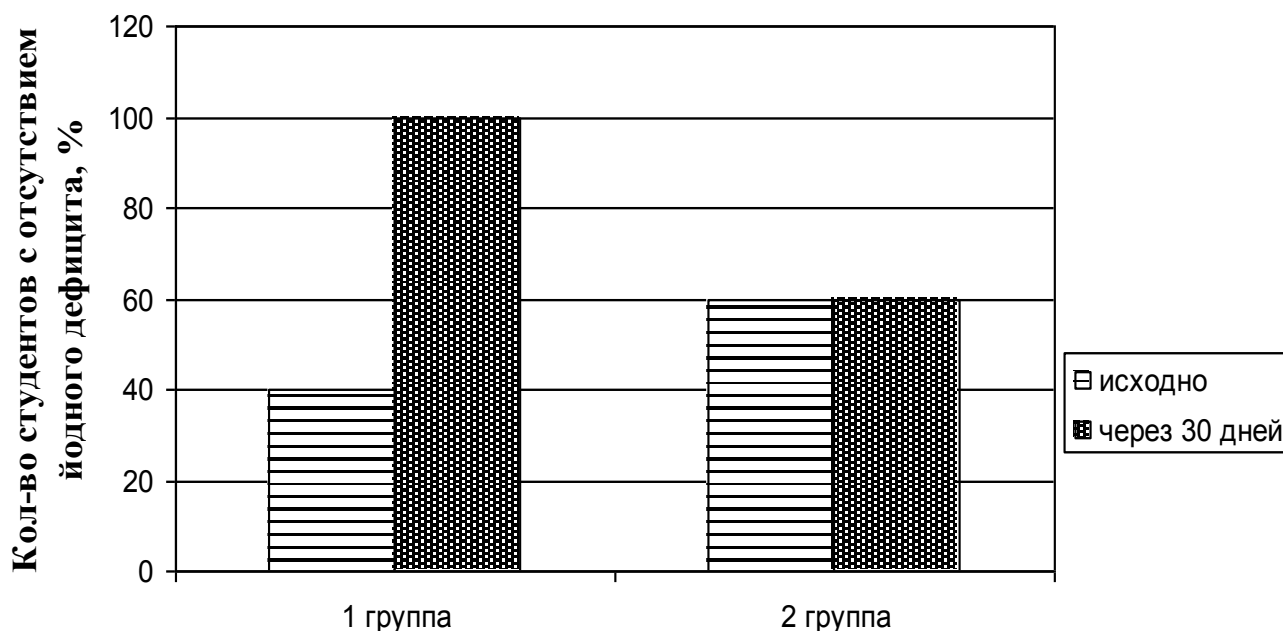


Рисунок 2 – Оценка отсутствия йодного дефицита у студентов в ходе коррекции йодной недостаточности

Анализ полученных результатов показывает, что исходно 60% студентов первой группы и 40% второй имели дефицит йода. Через 30 дней, по окончании наблюдения, у 100% девушек первой группы содержание йода в моче соответствовало норме, в то время как у студентов контрольной группы по-прежнему наблюдался йодный дефицит, что свидетельствует о том, что молочный йодированный белок способствует нормализации значений йодурии.

Таким образом, в ходе проведенных исследований установлено, что использование молочного йодированного белка позволяет получить мясные рубленые изделия, отвечающие требованиям безопасности, с высокими органолептическими показателями и с содержанием определенного количества йода. Это позволяет применять их для профилактики йодной недостаточности.

Список источников:

1. Мазо В.К., Коденцова В.М., Вржесинская О.А., Зилова И.С. Обогащенные и функциональные пищевые продукты: сходство и различия // Вопросы питания. – 2012. – Т. 81. – №1. – С. 63-68.
2. Патент RU №2212155. Способ получения биологически активной добавки к пище / Люблинский С.Л., Савчик С.А., Смирнов С.В. – Оpubл.20.09.2003.
3. ТР ТС 021/2011. О безопасности пищевой продукции. – Утвержден Решением Комиссии Таможенного союза от 9.12.2011 №880. – 242 с.
4. Хинталь Т.В. Дефицит йода и йоддефицитные заболевания: актуальность проблемы профилактики и лечения в Российской Федерации // Эндокринология. – 2010. – №1. – С. 25-28.
5. WHO, UNICEF and ICCIDD. Progress towards the elimination of Iodine Deficiency Disorders (IDD) // WHO/Euro/NUT, 1999.

Пашкевич Л.А., Батурина Н.А.

**МОНИТОРИНГ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ПЕЧЕНЬЯ,
ПРЕДСТАВЛЕННОГО НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ГОРОДА ОРЛА**

Pashkevich L.A., Baturina N.A.

**MONITORING OF ASSORTMENT AND QUALITY OF COOKIES,
THE CITY OREL PRESENTED IN THE CONSUMER MARKET**

Пашкевич Людмила Аркадьевна; кандидат технических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lyudmila.pashkevitch@yandex.ru

Pashkevich Lyudmila Arkadyevna; candidate of engineering sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; lyudmila.pashkevitch@yandex.ru

Батурина Наталья Анатольевна; кандидат технических наук, профессор; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: nata.baturina2013@yandex.ru

Baturina Natalya Anatolyevna; candidate of engineering sciences, professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; nata.baturina2013@yandex.ru

В структуре рынка мучных кондитерских изделий печенье занимает наибольший удельный вес – 60%. На потребительском рынке в широком ассортименте представлено сахарное, затяжное, сдобное, овсяное печенье (глазированное, неглазированное, частично глазированное, с добавлениями, без добавлений, с начинкой, без начинки, декорированное), а также крекер и галеты. В результате экспертизы восьми образцов сахарного печенья, представленного на потребительском рынке города Орла, установлено их соответствие требованиям и нормам ГОСТ 24901-2014 «Печенье. Общие технические условия».

In the structure the flour confectionery market cookies have the greatest unit weight, 60 %. In the consumer market in wide assortment it is presented sweet, lingering, butter, oatmeal cookies (iced, non-iced, partially iced, with filling, without filling, with additives, without additives, decorated) and also cracker and dry biscuits. As a result of examination of eight samples of the sweet cookies presented in the consumer market in Orel, their conformity to the requirements and norms of State Standard (GOST) 24901-2014 «Cookies. The general specifications» is ascertained.

Ключевые слова: рынок мучных кондитерских изделий, печенье, ассортимент, качество.

Keywords: flour confectionery market, cookies, assortment, quality.

В современных условиях отечественный рынок кондитерских изделий является насыщенным, с высокой степенью конкуренции, в большей степени – внутренней, так как значительная часть продукции отечественных предприятий реализуется на территории России. В настоящее время на отечественном рынке кондитерских изделий сохраняется достаточно устойчивая структура – доля мучных кондитерских изделий, к которым относится печенье, составляет в среднем 50%. Российский рынок мучных кондитерских изделий обеспечивается в первую очередь за счет внутреннего производства. Крупнейшими производителями мучных кондитерских изделий в стране являются холдинг «Объединенные кондитеры», ОАО «КФ «БЕЛОГОРЬЕ», ОАО «Брянконфи», КДВ «Яшкино», АО «АККОНД», АО ПК «Лима», АО «КОНТИ-РУС», ООО «Мон’дэлис Русь», компания «Каравай», АО фирма «Агрокомплекс» им. Н.И. Ткачева и др. Лидерами по производству мучных кондитерских изделий в стране являются компании Московской области (около 11%), вторую позицию занимают предприятия Москвы (9%), на третьем месте находятся производители Санкт-Петербурга (6%), а доля предприятий-изготовителей Липецкой и Владимирской областей составляет 4-5%. В 2018 году на российском кондитерском рынке такие показатели, как потребление, производство, продажи, экспорт, выросли. Среднегодовое потребление кондитерских изделий в 2018 году установилось на уровне 24,6 кг, в том числе мучных кондитерских изделий – 9,7 кг на человека. Лидирующие позиции в структуре рынка мучных кондитерских изделий занимает печенье (удельный вес 60%), на втором месте находятся пряники (16%), остальные изделия (каждого вида) составляют менее 10%. При этом на первом месте у потребителей стоит печенье овсяное и

сахарное, затем крекер, печенье сухое (типа «Мария»), сдобное печенье (курабье). Печенье отличается разнообразной формой и имеет массовую долю влаги не более 16,0%; в соответствии с требованиями ГОСТ 24901-2014 «Печенье. ОТУ» вырабатывается печенье сахарное, затяжное, сдобное и овсяное. Ассортимент печенья постоянно расширяется. Отечественные изготовители выпускают «новинки» данной продукции: печенье с добавлениями, с несколькими начинками, глазированное, частично глазированное, декорированное (с отделкой), печенье-сэндвич, печенье типа пирожных, прослоенное печенье, специализированное печенье, печенье для детского питания. Кроме того, актуальным направлением является производство продукции с нетрадиционными натуральными добавками (различные зерновые культуры, порошок из облепихи, порошок из ламинарии и др.) [1-7].

Согласно ГОСТ Р 53041-2008 «Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения», к печенью также относят крекер и галету. Крекер представляет собой печенье, имеющее слоистую структуру и маслянистую поверхность, массовая доля общего сахара должна быть не более 10%, массовая доля жира – не менее 10%, массовая доля влаги – не более 7%; причем в зависимости от способа приготовления и рецептурного состава (согласно ГОСТ 14033-2015 «Крекер. Общие технические условия») крекер делят на: крекер на дрожжах, крекер на дрожжах и химических разрыхлителях, крекер на химических разрыхлителях; в зависимости от внешнего вида: крекер с отделкой поверхности пищевыми компонентами (например, солью, маком, кунжутом, тмином и др.) и крекер без отделки. Галета также отличается слоистой структурой, имеет сквозные проколы, массовая доля влаги – не более 11%. В зависимости от состава (в соответствии с ГОСТ 14032-2017 «Галеты. Общие технические условия») галеты подразделяют на: простые (без добавления жира и сахара); с жиром и сахаром; с жиром.

Рассмотрим ассортимент печенья, представленный на потребительском рынке г. Орла (мониторинг ассортимента проводился в универсамах «Пятерочка»). Это печенье сахарное, затяжное, сдобное, овсяное, а также крекер и галеты разных торговых марок разных предприятий-изготовителей: ОАО «Кондитерская фабрика «БЕЛОГОРЬЕ», ООО «Мон'дэлис Русь», ООО «Келлог Рус», ООО «КУХМАСТЕР», ЗАО «Кас-Кад плюс», АО «КОНТИ-РУС», ООО «Производственное объединение МасКа», ОАО «Любятово», ООО «БИСКОТТИ ПЛЮС», ООО «Торговый Дом Кондитер», ОАО «Пензенский хлебокомбинат №2», ООО «Аксайская кондитерская фабрика», ОАО «Холдинговая компания «Петрохлеб», АО «КО «Любимый край», АО ПК «Лимак», ООО «КДВ «Минусинск» и др. В универсамах «Пятерочка» города Орла потребителю предложен достаточно широкий ассортимент сахарного печенья – печенье торговой марки «Юбилейное» («Традиционное», «Витаминизированное», «С кусочками клюквы», «Ореховое», «Земляничное», «Молочное», «Молочное» с глазурью, «Постное», «Шоколадное» и др.), а также печенье «Добрая корова», «Аромат «Топленое молоко», «Русские узоры», «Юбилейное чаепитие», «Белогорье – наша марка», «Сливочное», «Янтарь классическое», «Каскад» (топленое молоко, сливочное масло, с изюмом), печенье «OREO» с какао и начинкой с ванильным вкусом, «Топленое молоко» торговой марки «Кондитерские изделия МОРОЗОВА», «Деревенское» с какао и др. Ассортимент затяжного печенья включал печенье «Мария» традиционное, «Petit Beurre», «Наша марка», «Постное», «ГОСТовское» и др. Ассортимент сдобного печенья представлен следующими наименованиями: «Американо», «Вкуснятина», «ПИЧЧИ классические», «Камакура», «Курабье», «Камилла» в темной глазури с декором, «Пальчики оближешь» в белой глазури с декором, «Пальчики оближешь» в темной глазури с декором, «Шарлиз» (апельсин, клубника, малиновый десерт, нежное суфле, орехово-миндальное), «Магда» (баварский крем, сливочный крем, клубника), «Vanini» (чайное с ванильной начинкой, чайное с какао наполнителем), «Lorentini» (апельсиновый джем, баварский крем вишневый пай), «Garchinska», «Lekras» (бельгийское кокосовое пирамидки), «Фруктовые струдельки», «Сахарные ушки», «Дует», печенье-сэндвич «Супер-Контик», мини-печенье-сэндвич «Bahlsen» (с какао, с молочной начинкой), «Love Is» с предсказанием удачи, «Alpen Gold» Chocolife с молочным шоколадом, «Братья в Колпаках» (шоколадный трюфель, фрусллада с абрикосовой начинкой) и др. Ассортимент печенья овсяного включал продукцию

торговой марки «Посиделкино» (классическое, с добавлением шоколадных кусочков, с изюмом, со вкусом топленого молока, с миндалем, с клюквой на фруктозе), торговой марки «Лимак» (классическое, с кусочками шоколада, с орехом), а также печенье овсяное собственной торговой марки «Красная цена» и др. Крекер представлен продукцией торговой марки «Кристо-Твисто» (с сыром, по-французски сладкий с кунжутом), крекер «Янтарный» (с сыром, с солью, витаминный) торговой марки «Любятово», крекер «Французский хрустящий с кунжутом» торговой марки «ЯШКИНО», крекер торговой марки «Тус» (оригинальный с солью, копченые колбаски, с сыром, со сметаной и луком, со вкусом пицца), крекер торговой марки «Есо botanica» (с пищевыми волокнами, картофелем и зеленью), крекер торговой марки «Здрава» (французский, бородинский, ореховый, ржаной с семечками, с сыром) и др.

Объектом экспертизы выбрано печенье сахарное следующих наименований: «Русские узоры», «Топленое молоко» (торговая марка «Красная цена»), «Юбилейное традиционное», «Добрая корова», «Сливочное», «Юбилейное чаепитие», «Каскад» топленое молоко, «Топленое молоко» (торговая марка «Кондитерские изделия МОРОЗОВА»).

Потребительская тара анализируемых партий сахарного печенья представляла собой пакеты (пачки), изготовленные из термосвариваемого материала (полипропилен), так как на упаковке были нанесены символы, обозначающие возможность утилизации использованной упаковки (петля Мебиуса), внутри которой стоял цифровой код «5», под петлей – буквенное обозначение материала «РР», из которого изготовлена упаковка. Кроме того, на потребительскую тару нанесен символ, обозначающий, что упаковка предназначена для контакта с пищевой продукцией. Установлено, что маркировка потребительской тары исследуемых образцов печенья полностью соответствовала требованиям Технического регламента Таможенного Союза 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки». Причем на потребительской упаковке печенья «Топленое молоко» торговой марки «Красная цена» имелась надпись следующего характера: «Система менеджмента безопасности пищевых продуктов сертифицирована по ISO 22000:2005», «Не рекомендовано при индивидуальной непереносимости глютена, сои, яичных и молочных продуктов», «По вопросам качества обращаться: control@rutaterochka.ru. Телефон горячей линии: 8-800-555-55-05», а на потребительской упаковке печенья «Топленое молоко» торговой марки «Кондитерские изделия МОРОЗОВА» – информация о подтверждении соответствия содержала два знака (знак «РСТ» добровольной сертификации и знак «ЕАС» – единый знак обращения продукции на рынке государств – членов Таможенного союза), а также было указано, что «В 100 г продукта содержится степень удовлетворенности суточной потребности: пищевые волокна – 2,3 г (7,6%), фосфор – 69,6 мг (8,7%), железо – 0,95 мг (6,8%), витамин В₁ – 0,11 мг (8,8%)». Кроме того, были нанесены манипуляционные знаки «Беречь от солнечных лучей» и «Ограничение температуры». Однако манипуляционные знаки являются обязательным обозначением для маркировки транспортной упаковки, но не для потребительской упаковки.

В результате определения фактической массы нетто упаковочной единицы потребительской тары исследуемых партий сахарного печенья «Русские узоры», «Топленое молоко» (торговая марка «Красная цена»), «Топленое молоко» (торговая марка «Кондитерские изделия МОРОЗОВА») и «Юбилейное чаепитие» установлено, что обнаруженные отрицательные отклонения от установленной массы нетто упаковочной единицы потребительской тары находились в пределах допускаемых. В партиях печенья «Юбилейное традиционное», «Добрая корова», «Сливочное» и «Каскад» топленое молоко отклонений от установленной массы нетто упаковочной единицы потребительской тары не обнаружено.

В анализируемых партиях сахарного печенья из органолептических показателей определяли форму, поверхность, цвет, вид в изломе, запах и вкус. Исследуемые партии сахарного печенья имели плоскую форму, без вмятин, вздутий и повреждений края (рис. 1), при этом форма печенья «Топленое молоко» торговой марки «Красная цена» – квадратная, края фигурные; печенья «Сливочное» и «Юбилейное чаепитие» – квадратная, края ровные; печенья «Топленое молоко» торговой марки «Кондитерские изделия МОРОЗОВА» – прямоугольная, края

ровные; печенье «Добрая корова» и печенье «Юбилейное традиционное» – прямоугольная, края фигурные; печенье «Русские узоры» и «Каскад» топленое молоко – круглая, края ровные. Поверхность всех образцов печенья – гладкая, с четким не расплывшимся оттиском рисунка на верхней поверхности, не подгорелая, без вздутий, нижняя поверхность ровная; цвет печенья равномерный, свойственный, у выступающих частей рельефного рисунка, краев печенья, нижней стороны и следов от сетки пода печей – более темная окраска; в изломе печенье – пропеченное, с равномерной пористой структурой, без пустот и следов непромеса; вкус и запах – выраженные, свойственные вкусу и запаху компонентов, входящих в рецептуру каждого вида печенья, без постороннего привкуса и запаха.



Рисунок 1 – Внешний вид исследуемых образцов сахарного печенья

Из физико-химических показателей в анализируемых партиях печенья определяли следующие: массовую долю влаги, щелочность, намокаемость. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Установлено, что в анализируемых образцах печенья массовая доля влаги оказалась ниже нормативного значения – 10,0%. Самым высоким значением данного показателя (по сравнению с другими образцами) отличалось печенье «Русские узоры» – 9,5%; более низкие значения данного показателя имели образцы печенья «Юбилейное чаепитие» и «Сливочное» – 7,8% и 8,0% соответственно; остальные образцы занимали промежуточное положение.

Значения показателя «Щелочность» в анализируемых образцах печенья не превышали нормативного значения – 2,0 градуса. Самой высокой (на предельном нормативном значении) оказалась щелочность печенья «Сливочное» и «Юбилейное традиционное» – по 2,0 градуса; щелочность печенья «Русские узоры» и «Каскад» топленое молоко составила по 1,8 градуса, более низким значением данного показателя отличалось печенье «Добрая корова» – 1,6 градуса, а в печенье «Топленое молоко» торговой марки «Красная цена», «Топленое молоко» торговой марки «Кондитерские изделия МОРОЗОВА» и «Юбилейное чаепитие» установлено самое низкое значение показателя – 1,5 градуса.

Намокаемость исследуемых образцов печенья оказалась значительно выше нормативного значения – 180%. Самым высоким значением данного показателя отличалось печенье «Сливочное» – 190%, несколько ниже значение данного показателя было в печенье «Юбилейное традиционное» и «Русские узоры» – по 188%, еще ниже в печенье «Каскад» топленое молоко – 186%, в печенье «Добрая корова» и «Юбилейное чаепитие» – по 185%, а в печенье «Топленое молоко» торговой марки «Красная цена» и «Топленое молоко» торговой марки «Кондитерские изделия МОРОЗОВА» намокаемость была самой минимальной – по 184%.

Таблица 1 – Физико-химические показатели качества сахарного печенья

Наименование показателя	Нормативное значение по ГОСТ 24901-2014	Фактические результаты для печенья							
		«Русские узоры»	«Топленое молоко» (ТМ «Красная цена»)	«Каскад» топленое молоко	«Топленое молоко» (ТМ «Кондитерские изделия МОРОЗОВА»)	«Добрая корова»	«Сливочное»	«Юбилейное традиционное»	«Юбилейное чаепитие»
Массовая доля влаги, %	не более 10,0	9,5	8,6	8,2	9,0	8,5	8,0	8,5	7,8
Щелочность, градус	не более 2,0	1,8	1,5	1,8	1,5	1,6	2,0	2,0	1,5
Намокаемость, %	не менее 180	188	184	186	184	185	190	188	185

Таким образом, установлено, что по качеству исследуемые партии сахарного печенья «Русские узоры», «Топленое молоко» торговой марки «Красная цена», «Каскад» топленое молоко, «Топленое молоко» торговой марки «Кондитерские изделия МОРОЗОВА», «Добрая корова», «Сливочное», «Юбилейное традиционное» и «Юбилейное чаепитие», представленные на потребительском рынке города Орла, соответствовали требованиям и нормам ГОСТ 24901-2014 «Печенье. Общие технические условия».

Список источников:

1. Акжигитова Л. Рынок печенья: актуальные предложения от компаний «ИРЕКС» и «ТРИЭР» / Л. Акжигитова, В. Губенок // Кондитерская сфера. – 2014. – №5 (57). – С. 52.
2. Кондитерский рынок России в 2018 году – лучший год после кризиса [Электронный ресурс] – URL: <http://mkond.ru/novosti/market-today/konditerskiyrynokrossiiv2018goduluchshiygodposlekrizisa.html> (дата обращения: 24.04.2019).
3. Петрова Л.А. Оценка качества печенья региональных производителей // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №4 (42). – С. 120-126.
4. Петрова Л.А. Рынок и формирование ассортимента и качества мучных кондитерских изделий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №3 (21). – С. 150-154.
5. Рынок мучных кондитерских изделий [Электронный ресурс] – URL: <https://www.marketing.spb.ru/mr/food/kond-99.htm> (дата обращения: 29.04.2019).
6. Типсина Н.Н. Использование нетрадиционного сырья в пищевых производствах / Н.Н. Типсина, В.В. Матюшев, А.А. Беляков // Вестник КрасГАУ. – 2015. – №1. – С. 125-131.
7. Типсина Н.Н. Использование порошка облепихи в производстве кондитерских изделий / Н.Н. Типсина, В.В. Матюшев, Н.В. Присухина, Е.А. Царёва // Вестник КрасГАУ. – 2013. – №5. – С. 223-228.

В данном разделе опубликованы работы победителей конкурса научных работ, обучающихся «Наука будущего», проводившегося в рамках VII Международной научно-практической конференции учащихся, студентов, магистрантов, аспирантов «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук», проходившей в ФБГОУ ВО «ОрелГУЭТ» 24 апреля 2019 г.

УДК 330.4:658

Носкова А.А.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЛОГИСТИКА: ТЕРМИНОЛОГИЯ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Noskova A.A.

PRODUCTION LOGISTICS: TERMINOLOGY AND RUSSIAN EXPERIENCE UNDER MODERN CONDITIONS

*Носкова Анастасия Александровна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: noskova.anastasya2013@yandex.ru

Noskova Anastasia Alexandrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: noskova.anastasya2013@yandex.ru

Ни одно предприятие, даже полного цикла, не обходится без транспортировки сырья, продукции, доставки товара или услуг до потребителя и прочих логистических операций. Логистика задействуется на всех этапах производства, начиная от получения сырья и заканчивая хранением готовой продукции или доставкой до места сбыта. Именно поэтому так много внимания в любых компаниях уделяется обеспечению наиболее выгодных и оптимальных условий транспортировки. Целью данной статьи является рассмотрение понятия производственной логистики и анализ успешных примеров её применения в России.

Any enterprise, even having full cycle, does not do without transportation of raw materials, production, delivery of the goods or services to the consumer and other logistic operations. Logistics will be used at all production phases, beginning from getting of raw materials and up to storage of finished goods or delivery to the sale point. That is why any company pays much attention to the most favourable and optimum conditions of transportation. The purpose of the article is to consider the concept of production logistics and to analyze successful examples of its application in Russia.

Ключевые слова: логистика, материальный поток, сырьё, продукция, складирование, транспортирование.

Keywords: logistics, material stream, raw materials, production, warehousing, transportation.

Логистика – управление материальными, информационными и людскими потоками с целью их оптимизации (минимизации затрат).

Логистика как наука – методология разработки рациональных методов управления материальными и информационными потоками, нацеленных на их оптимизацию [1].

В практическом понимании логистика – инструмент рациональной организации потоковых процессов с минимальными затратами трудовых и материальных ресурсов.

Можно согласиться, что логистическое управление в существенной мере влияет на положение финансово-экономического, а также законодательного обеспечения в условиях современной рыночной экономики. Данное обстоятельство необходимо, прежде всего, отнести к рынку автотранспортных услуг, организации складского хозяйства, формированию автотранспортных служб в организациях-посредниках [3].

Так как любое предприятие заинтересовано в повышении привлекательности своей продукции, каждое из них ищет способы повышения конкурентоспособности. Одним из таких

* Научный руководитель: *Коновеева Оксана Евгеньевна*, к.э.н., доцент; e-mail: oks_orel@mail.ru

способов является уменьшение издержек за счёт грамотной логистической и маркетинговой политики. В условиях российского рынка большое значение приобретает возможность распространения своей продукции в других регионах. Из-за большой протяженности территории компании сталкиваются с проблемой транспортировки товара до потребителя. Именно этот вопрос и призвана решить логистика. Использование логистических концепций позволяет с успехом развивать свой бизнес и охватывать большую территорию и число целевых потребителей. Этим обусловлена актуальность данной темы и необходимость её изучения.

Иными словами, основной целью логистики на производстве является оптимизация транспортировки и потоков материалов, веществ или информации с целью получения максимально экономного способа. Причем, рассматривая поток сырья или продукции, учитывают также транспортировку и складирование товара, перевозку товара внутри предприятия до различных цехов обработки и их дальнейшее повторное складирование. Рассмотрим логистику отдельного предприятия: её концепцию можно представить в виде схемы, отображенной на рисунке 1.



Рисунок 1 – Схема организации логистики на предприятии

Исходя из схемы, можно определить, что логистику предприятия принято подразделять на три основные части: логистика снабжения, производственная логистика и логистика сбыта. Под снабжением понимается получение различных материалов, сырья, веществ, топлива и прочих ресурсов, необходимых для функционирования самого производства и создания продукции или услуги, предоставляемой компанией. Даже если организация сама разрабатывает необходимые для производства ресурсы, всё равно необходимо доставить их до места их обработки или использования, что рассматривается в транспортной логистике. Затем для удобства использования и сортировки ресурсы складывают, что рассматривается уже складской логистикой.

Естественно, ни одно предприятие не может добиться абсолютно безотходного производства, ввиду чего появляется необходимость либо утилизировать отходы, либо отправить на дальнейшую обработку и переработку. Вопросы утилизации также рассматриваются в отдельном разделе логистики – логистике утилизации.

Конечным этапом производства является вывод продукции на точку, предназначенную

для реализации продукции потребителю (в сферу торговли). Для этого снова прибегают к транспортной логистике для расчёта наиболее оптимального способа и маршрута доставки товара или услуги.

Таким образом, логистика охватывает все этапы производства, ведь сырьё, а затем и готовую продукцию необходимо постоянно транспортировать даже в условиях минимального расстояния между ключевыми точками создания и реализации продукции. Другими словами, необходимо обеспечивать постоянный материальный поток. Материальный поток в производственной системе есть движение материальных ресурсов в пространстве и во времени между стадиями производственного процесса. Упорядочением такого движения, его рациональной организацией занимается производственная логистика.

Целью производственной логистики является [8]:

- обеспечение своевременного, ритмичного и экономичного движения материальных ресурсов между стадиями и рабочими местами основного производства в соответствии с планами производства и реализации ГП или заказами потребителей;
- снижение затрат и повышение качества продукции в процессе преобразования материальных потоков в технологических процессах производства готовой продукции.

Задачи производственной логистики касаются управления материальными потоками внутри предприятий, создающих материальные блага или оказывающие такие материальные услуги, как хранение, фасовка, развеска, укладка и другие.

Главная задача производственной логистики – это обеспечение производства продукции необходимого качества в установленные сроки и непрерывного движения предметов труда и постоянной занятости рабочих мест.

Не стоит забывать, что и информацию между различными субъектами предприятия также необходимо передавать. А в современном постиндустриальном обществе, когда зачастую информация и маркетинговые исследования рынка становятся одним из самых ценных продуктов, информационная логистика рассматривает не только наиболее экономичные и эффективные способы передачи данных, но и наиболее безопасные. Для этого в организации информационных потоков нередко прибегают к методам обеспечения информационной безопасности, в том числе шифрования, ограничения доступа к информации для штатных сотрудников, а также использования защищённых каналов связи.

Задачами планирования социального и экономического развития, особенно в рамках производственной логистики, являются [4]:

- координация функционирования планирования и действий всех его участников;
- определение внешних и внутренних условий, ограничений, тенденций, диспропорций, возможностей, дисбалансов;
- формирование приоритетов, задач и целей и определение способов и путей их достижения и решения с эффективным использованием ресурсов;
- осуществление разработанного комплекса мероприятий;
- обозначение, поиск и обеспечение всеми необходимыми ресурсами, в том числе кадровыми, финансовыми, научно-техническими и т.д.;
- контроль и мониторинг реализации разработанных документов.

Можно выделить следующие основные трудности, имеющиеся на пути развития логистики в России:

- нерациональное развитие систем распределения товаров и услуг (отсутствие продуманной стратегии развития систем распределения в промышленности и торговле, недостаток организованных товарных рынков на уровне крупного и среднего опта);
- слабый уровень развития современных систем электронных коммуникаций, электронных сетей, систем связи и телекоммуникаций;
- отсталая инфраструктура транспорта, прежде всего в области автомобильных дорог; недостаточное количество грузовых терминалов, а также их низкий технико-технологический уровень;
- отсутствие практически на всех видах транспорта современных транспортных

средств, отвечающих мировым стандартам; высокая степень физического и морального износа подвижного состава транспорта;

- низкий уровень развития производственно-технической базы складского хозяйства; недостаток современного технологического оборудования по переработке продукции; слабый уровень механизации и автоматизации складских работ;

- недостаточное развитие промышленности по производству современной тары и упаковки и т.п.

- обширная территория страны, затрудняющая прямую связь между её частями.

Рассмотрим несколько примеров удачной логистической стратегии среди компаний на территории России.

Компания «Нестле Фуд» является одним из лидирующих производителей продуктов питания на территории Российской Федерации. Добиться этого компании на территории практически каждого сегмента России, где реализуется её продукция, позволила правильная логистическая политика. Организация вкладывала значительные средства в местные производства пищевых продуктов, тем самым получая контрольный пакет акций различных крупнейших фабрик для того, чтобы в дальнейшем через них производить и реализовывать свою продукцию на местном уровне с использованием сырья, полученного у ближайших поставщиков. Таким образом, компания обеспечила снабжение большого количества потребителей не за счёт построения длинных логистических цепей транспортировки, а за счёт сегментированности производства и отсутствия необходимости перевозить товар и сырьё на большие расстояния.

Не меньше внимания успешные компании уделяют и складированию [9]. Правильное применение складской логистики позволяет наиболее удобно и эффективно использовать складские помещения и сортировать товар. Не менее важно улучшать сам транспорт, используемый в перевозках, а также грамотно управлять всеми типами ресурсов как производственными, так и трудовыми. 33% респондентов среди наиболее успешных предпринимателей отметили, что они внедрили ту или иную информационную систему управления складом, транспортом или ERP-систему, поскольку без соответствующей информационной системы невозможно получать данные и информацию для адекватного управления, в частности, для прогнозирования, планирования и контроля логистики компании. ERP-система – конкретный программный пакет, реализующий стратегию ERP, то есть системное распределение ресурсов компании. Использование данного типа решения логистических проблем вышло на первое место по частоте использования на территории РФ. На втором месте – инфраструктурные решения: строительство и ввод новых объектов складского и транспортного назначения, а за ними следуют решения, связанные с внедрением на предприятии технологического, учетного и/или контрольного оборудования.

Таким образом, для успешности любого предприятия необходимо правильное использование логистических смен. От рациональности организации потоков сырья, продукции и информации, зависит величина издержек производства, а следовательно, и конечная цена продукта. Из-за обширной территории России наиболее оптимальным решением проблем распространения продукции по всей стране является разбиение производства на несколько отдельных субъектов, использующих местное сырьё, с целью минимизации транспортных расходов. Помимо этого, не стоит забывать о том, что благодаря движению прогресса и постоянному развитию различных систем и способов организации производства необходимо отслеживать все нововведения и реализовывать их с целью снижения издержек как логистических, так и производственных.

Список источников:

1. Гаджинский А.М. Логистика: учебник. – 21-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 419 с.
2. Конобеева О.Е. Особенности развития товарно-сырьевых рынков России / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева, К.В. Галицкова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (14). – С. 99-102.
3. Конобеева О.Е. Логистические подходы к управлению предприятиями бизнеса / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №4 (46). – С. 49-53.

4. Конобеева О.Е. Система стратегического управления экономикой в России и на региональном уровне / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2018. – №1 (43). – С. 102-106.
5. Конобеева О.Е. Маркетинговый подход формирования товарной политики: практический аспект / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №2. – С. 294-297.
6. Конобеева О.Е. Исследование логистического потенциала для эффективности деятельности предприятия / О.Е. Конобеева // Исследование и анализ факторов бизнес-среды / под общ. ред. О.Е. Конобеевой. – Орёл: ОрелГИЭТ, 2018. – С. 96-112
7. Конобеева О.Е. Инвестиционное проектирование как основа продуктовой стратегии предприятия / О.Е. Конобеева, Е.Е. Конобеева, Ю.П. Соболева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1 (39). – С. 137-142.
8. Левкин Г.Г. Логистика: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 268 с.

УДК 001:339.1

Лукиных С.И., Сотников В.В.

НАУЧНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Lukinykh S.I., Sotnikov V.V.

SCIENTIFIC PROBLEMS IN COMMERCIAL ACTIVITY

*Лукиных Светлана Игоревна**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: svet.19881976@gmail.com

Lukinykh Svetlana Igorevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: svet.19881976@gmail.com

*Сотников Владислав Владимирович**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный аграрный университет имени Н.В. Парахина»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Генерала Родина, д. 69; e-mail: lamkasotnik@yandex.ru

Sotnikov Vladislav Vladimirovich; Orel State Agrarian University; 69 Generala Rodina Street, Orel 302019, Russian Federation; e-mail: lamkasotnik@yandex.ru

В статье рассмотрены проблемы коммерческой деятельности. Определены факторы, которые влияют на повышение суммарного дохода коммерческой деятельности, и указана их роль в современном экономическом развитии страны.

The problems of commercial activity are defined in the article. Factors influencing increase of the total income of commercial activity and their role in modern economic development of the country are defined.

Ключевые слова: коммерческая деятельность, коммерция, эффективность коммерческой деятельности, эффективность предприятия, рынок, предпринимательство, бизнес.

Keywords: commercial activity, commerce, efficiency of commercial activity, efficiency of the enterprise, market, business, business.

Коммерческая деятельность выступает предметом анализа многих экономистов. Наибольший вклад в развитие теории коммерческой деятельности, с точки зрения авторов исследования, внесли следующие представители экономической науки: С.Н. Третьяк, Г.С. Тютюшкина, М.А. Блюм, Н.В. Молоткова, А.Л. Денисова, Н.В. Дюженкова, Г.А. Соседов, Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова, Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова.

С.Н. Третьяк в своей работе [14] рассматривает коммерческую деятельность в качестве элемента товарного рынка, которая не учитывает процесс производства товаров или услуг, но охватывает весь комплекс операций, который гарантирует куплю и продажу товара. Автор поясняет, что самой основной задачей коммерсанта становится высококачественный и при этом малозатратный для производства товар. Единственное и верное решение этой задачи автор видит в ответственном и придиричивом отношении к материально-техническим поставкам, то

* Научный руководитель: *Сотникова Елена Анатольевна*, к.э.н., доцент; e-mail: sotnikovae76@mail.ru

есть закупкам материалов и оборудования для изготовления товара. Также крайне важными задачами для коммерсанта, по мнению автора [14], являются навыки выстраивания конструктивного диалога и извлечения для себя максимальной выгоды; умение действовать четко и быстро, выходить из форс-мажорных ситуаций, принимать нестандартные решения. И действительно, помимо базовых знаний в области экономики и управления, предпринимателю необходимо обладать рядом личностных качеств, которые в дальнейшем и определяют его способности и готовность к коммерческой деятельности. Но не стоит забывать о правовой стороне вопроса по части хозяйственных связей, о необходимости вступать в юридические отношения с поставщиками, партнерами и клиентами, что сопровождается несением колоссальной ответственности за качество товара. А масштабы этой ответственности зависят от объемов общественного производства и сложности его отраслевой структуры; процесса углубления специализации и производственной кооперации в промышленности; ассортимента, качества производимой и потребляемой в народном хозяйстве продукции.

Помимо всего вышеизложенного, в работе [14] утверждается, что любой коммерческой организации необходимо использовать все свои основные средства и ресурсы, предназначенные для приемки, хранения и отпуска потребителям товарно-материальных ценностей, в полной мере, ведь от этого напрямую зависит эффективность этого предприятия. Так, например, оснащение складских помещений новейшим современным оборудованием – погрузочно-разгрузочными и транспортными механизмами – непременно ведет производство к наращиванию объемов производимой продукции, оборот этой продукции, соответственно, тоже увеличивается, и в итоге все эти мероприятия в разы увеличивают полезность и результативность коммерческой деятельности. Но и это еще не все требования к работнику коммерческой деятельности. Очень важной задачей коммерсанта является выявление материальных возможностей потребителя, степень его потребности в определенном продукте производства, ресурсные возможности предприятия и его готовность удовлетворить потребности потребителей определенным товаром. Без умения выявлять все эти критерии невозможно делать продукцию качественной и выгодно ее реализовывать. Опять же, автор не перестает упоминать о том, что инициативность, предприимчивость и смелость играют важнейшую роль в деятельности коммерсанта и определяют уровень его профессионализма.

Рассуждая на тему ценообразования, С.Н. Третьяк [14] убеждает в том, что к этой области коммерции необходимо подходить особенно тщательно, так как для успешного продвижения своего товара предпринимателю необходимо установить на него определенную цену. А знание цены помогает потребителю выгодно распорядиться имеющимися у него средствами, а во многих случаях даже оценить качество товара, так как высокая цена всегда говорит потребителю о высоком качестве продукта. Таким образом, правильный подход коммерсанта к ценообразованию позволяет увеличивать не только продажи, но и прибыль, а также обеспечивать престиж предприятия.

В вопросе личностных качеств коммерческого работника взгляды М.А. Блюма [2], Н.В. Молотковой [8] абсолютно совпадают со взглядами С.Н. Третьяка, т.к. они тоже считают, что инициативный самостоятельный в принятии решений, владеющий искусством ведения переговоров коммерсант – это работник нового типа, за ним стоит будущее. В дополнение к этому они добавляют еще одну необходимую, на их взгляд, способность предпринимателя – это владение PR-технологиями. Они считают, что этот навык становится профессионально важным по той причине, что выполняет особую функцию управления, которая способствует установлению и поддержанию общения, взаимопонимания и сотрудничества между фирмой и клиентами; решению различных проблем и задач; помогает коммерческим работникам быть информированным о мнении клиента и вовремя реагировать на него; помогает руководству фирмы быть готовым к любым переменам и использовать их наиболее эффективно в профессиональной деятельности.

С.Н. Третьяк [14] рассуждал на тему основных средств коммерческой организации, направленных на хранение и приемку товара, а А.Л. Денисова [5] и Н.В. Дюженкова [6] раскрыли тему более подробно, включив туда еще и грамотное управление запасами. Они считают, что без запасов не может обойтись ни одно предприятие, однако их создание всегда сопряжено с дополнительными финансовыми расходами. И вот тут уже важнейшей задачей

предпринимателя будет сделать так, чтобы не произошло омертвление финансовых вложений, не происходила порча товара в большом количестве, а с другой стороны, предпринять все усилия для того, чтобы производство не осталось без запасов, иначе это может привести к упущению прибыли из-за отсутствия товара на складе в момент возникновения повышенного спроса, потери потенциальных покупателей.

Обращаясь к теме ведения деловых переговоров, Г.С. Тютюшкина [16] высказывает мнение, идентичное мнениям трех предыдущих авторов, говоривших на эту тему, дополняя ее тем, что к переговорам необходимо подходить с определенным знанием и умением. Она поясняет, что переговоры нужны для того, чтобы в результате обоюдного обмена мнениями достичь результатов, которые бы устроили всех участников переговоров, поэтому готовиться к ним необходимо очень тщательно, упорядочить и структурировать их. Еще этот автор поднимает вопрос о закупках и утверждает, что к подобной деятельности коммерческие организации должны подходить со всей ответственностью, планомерно ее организовывать и извлекать максимум выгоды для себя. Для того чтобы все проходило по плану, пишет Г.С. Тютюшкина [16], нужно постоянное изучение источников закупки и поставщиков товара. Это поможет быть в курсе всех изменений существующего положения на рынке, а следовательно, и расширять ассортимент производимого продукта. К тому же ввиду строго изучения поставщиков коммерсант может совершенно обоснованно предъявлять более жесткие требования к поставкам в плане количества, качества и ассортимента товара.

В своей работе Г.С. Тютюшкина [16] поднимает такой сложный и актуальный вопрос, как влияние государства на бизнес, и утверждает, что это влияние всегда было определяющим в стимулировании и регулировании бизнеса. В сравнении с 19 веком, где государство проводило крупные финансовые мероприятия для обеспечения развития и защиты предпринимательства, сейчас Россия находится на переходном этапе своего развития, а поэтому судьба проводимых преобразований поставлена под вопрос, ответы на который во многом зависят от состояния и тенденций развития предпринимательства.

Главную цель предпринимательства Г.С. Тютюшкина [16], как и все ранее упомянутые авторы, видит в получении наибольшей прибыли при наименьших затратах. Для этого, по мнению автора [2], необходимым является постоянный анализ ситуации на рынке и внутри предприятия, постоянное увеличение объема выпускаемой продукции, снижение её себестоимости, установление прочных хозяйственных связей с поставщиками сырья и материалов, систематический контроль за распределением сырья, материалов и топлива, повышение производительности труда работников, повышение квалификации специалистов, внедрение новейших технологий, эффективное использование производственных мощностей, создание торговых предприятий по реализации продукции, создание маркетинговых служб на предприятии, реконструкция и модернизация предприятия.

Г.С. Тютюшкина [16] подчеркивает, что коммерция является атрибутом рынка и, следовательно, функционирует на его принципах, которые, в свою очередь, способствуют её развитию. По ее мнению, коммерческая деятельность как очень сложный по исполнению процесс, включающий в себя огромное количество задач, которые необходимо исполнять предпринимателю для эффективности своего бизнеса, так и неотъемлемое условие потребительского рынка, процессы которого связаны с куплей и продажей товаров и удовлетворением спроса покупателей,

По мнению автора, со стороны влияния бизнеса на социально-экономическую сферу страны предпринимательство оказывает очень позитивное влияние на материальный и духовный потенциал общества, даёт возможность реализовывать способности и таланты каждого гражданина, объединяет нацию, приумножает богатство страны, создает новые рабочие места и изыскивает новые и наиболее эффективные способы использования ресурсов.

С исторической точки зрения коммерческая деятельность – это не окончательно сложившийся процесс, она очень изменчива, и связано это с постоянно эволюционирующим рынком. Предпринимательство началось с рыночной торговли и, развиваясь из года в год, достигло невероятных масштабов. И теперь уже коммерческая деятельность захватила финансовую и научную сферу, где проявляет свои инновационные способности, по-новому раскрывает эти сферы и внедряет новый взгляд на определенные вещи.

Н.В. Молоткова [8], Г.А. Соседов [12] пишут о том, что из всего, что по факту может называться коммерческой деятельностью, только торговое дело является ей в чистом виде. Получается, что коммерцию следует рассматривать как один из видов предпринимательской деятельности. Но, с другой стороны, функции коммерческой деятельности тоже присущи предпринимательству, но они не являются определяющими. Таким образом, понятие коммерческой деятельности имеет более узкую смысловую нагрузку, нежели чем предпринимательство и связано с организационной деятельностью предприятий, процессов купли-продажи товаров для удовлетворения спроса населения и получения прибыли. Также авторы дают четкое понимание того, что абсолютно все торговые предприятия нуждаются в квалифицированных работниках, организаторской и коммерческой деятельности, в коммерческих службах и отделах, возглавляемых коммерческими директорами. Только при соблюдении этих правил предприятие будет активно функционировать, приносить доход, удовлетворять все потребности потребителей и расширять предпринимательские перспективы.

Авторы Ф.Г. Панкратов [9] и Н.Ф. Солдатова [11] утверждают, что коммерческая деятельность – это основа любой современной рыночной экономики, но именно та коммерческая деятельность, которая не является обычной спекуляцией (деланием денег из воздуха), а то, что абсолютно точно можно назвать благородным бизнесом. Те самые оперативно-организационные мероприятия предприятий, вследствие которых совершаются процессы купли-продажи, удовлетворяются потребности потребителей, а торговые предприятия извлекают наибольшую прибыль. А для того чтобы все эти процессы осуществлялись, пишут авторы, деятелям коммерческой торговли необходимо налаживать рекламную-информационную работу, организовывать торговое обслуживание, в общем, предпринимать все те меры, о которых говорили все вышеупомянутые исследователи коммерческой деятельности. Так же, как и многие другие авторы, Ф.Г. Панкратов [9] и Н.Ф. Солдатова [11] считают, что огромную роль в предпринимательстве играет анализ рыночных процессов, которым свойственна изменчивость. К объектам анализа автор относит покупательский спрос, потребности потребителя, источники поступления товаров. В перечень необходимых коммерческих процессов также входит заключение договоров (контрактов) на поставку товаров, разработка и представление заявок и заказов на товары, организация учета и контроля за выполнением договорных обязательств, различные формы коммерческих расчетов.

Высокая квалификация в сфере коммерции предполагает фундаментальную экономическую подготовку и изучение большого числа смежных областей. К таким межпредметным дисциплинам относятся: маркетинг, менеджмент, товароведение, психология, экономика, математика, коммуникация.

Например, коммерческой психологии авторы уделяют особое внимание, говоря о том, что при продаже товара необходимо учитывать огромное количество факторов и человеческих особенностей, влияющих на выбор той или иной продукции. В предпринимательстве важен и пол, и возраст, и национальность, и индивидуальные особенности покупателя. Также важнейшую роль играет воздействие рекламы на умы людей, а сделать качественную и цепляющую рекламу сможет только тот человек, который является высококлассным психологом, знающим все тонкости человеческого сознания. Важнейшим фактором служат модные тенденции, которые очень сильно способны влиять на спрос потребителей. Еще одной важнейшей особенностью коммерческой психологии является способность произвести наилучшее впечатление на всех людей, с которыми у коммерсанта существуют деловые отношения. В странах с развитой рыночной экономикой в университетах изучается не только коммерческая психология, но и прививается коммерческая инициатива, предприимчивость, искусство продавать товар, так как без этих качеств невозможно успешно осуществлять коммерческую работу.

Е.Н. Киселева [7] и О.Г. Буданова [3], высказывая свою теорию коммерции, говорят о том, что она является важным условием развития предприятий. Они считают, что коммерческую деятельность обязательно необходимо рассматривать с точки зрения внешней среды, которая охватывает весь объем экономических и социальных аспектов. Они считают, что коммерческая деятельность в России должна создаваться на основе реалий именно отечественной экономики, на базе экономики переходного этапа. А государство, в свою очередь, обязано регулировать коммерческую деятельность. Эффективность государственного регулирования, с точки зрения авторов, является фактором эффективности коммерческой деятельности.

Также авторы [3, 7] рассматривают коммерческую деятельность с точки зрения эффективности управления на уровне субъектов хозяйствования, упоминая различные аспекты: согласованность в действиях между службами, наличие четко сформулированной цели коммерческой деятельности, необходимой иерархичности структуры управления, эффективности системы информационного обмена. Все это помогает предприятию сформировать качественный персонал и обеспечить эффективность каждого сотрудника, а соответственно, произвести качественный продукт и выгодно его реализовать.

Возвращаясь к теме анализа и непосредственного участия коммерческого работника в регулировании различных процессов хозяйственной и коммерческой деятельности, Ф.Г. Панкратов [9] и Н.Ф. Солдатова [11] уверенно заявляют о том, что важнейшей целью коммерческого работника является заинтересовать промышленные или сельскохозяйственные предприятия, лица, занимающиеся индивидуальной трудовой деятельностью, в изготовлении нужных населению товаров. Следовательно, необходимо иметь очень четкое представление о своём экономическом районе и его природных богатствах, оценивать состояние промышленности, сельского хозяйства, ассортимент товаров, изготавливаемых на производствах региона в соответствии с реальной ситуацией. Для изучения поставщиков и их возможностей работники коммерческих служб должны принимать участие в работе товарных бирж, оптовых ярмарок, выставок-продаж и выставок-просмотров образцов лучших и новых изделий, следить за рекламными объявлениями в средствах массовой информации, бюллетенях спроса и предложений, биржевыми сообщениями, за проспектами, каталогами и т. п.

Целесообразно посещать производственные предприятия (поставщиков) для ознакомления с их производственными возможностями, объемом и качеством выпускаемой продукции, принимать участие в совещаниях с работниками промышленности. Важными задачами коммерческой службы в торговле являются изучение и прогнозирование емкости региональных и товарных рынков, развитие и совершенствование рекламно-информационной деятельности, координация закупочной работы среди поставщиков и потребителей.

Таким образом, проведенный обзор теоретических подходов к определению сущности коммерческой деятельности и ее научных проблем позволил авторам провести обобщение и рассматривать коммерческую деятельность как совокупность мер, направленных на сохранность, привлекательность и реализацию товара с целью извлечения выгоды и удовлетворения потребностей потребителей, а также заключения выгодных контрактов как результата реализации профессиональных и личностных качеств.

Список источников:

1. Блюм М.А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности: Учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 226 с.
2. Буданова О.Г. Основы организации коммерческой деятельности: Учеб. пособие. – М.: Вузowski учебник, 2011. – 325 с.
3. Денисова А.Л. Организация коммерческой деятельности: управление запасами: Учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. у-та, 2007. – 344 с.
4. Дюженкова Н.В. Основы коммерческой деятельности: Учеб. пособие. – Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2016. – 230 с.
5. Киселева Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: Учеб. пособие. – М.: Вузowski учебник, 2008. – 192 с.
6. Молоткова Н.В. Организация, технология и проектирование коммерческих предприятий: Учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. – 128 с.
7. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учеб. пособие. – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 500 с.
8. Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учеб. пособие. – М.: Дашков и К°, 2013. – 344 с.
9. Соседов Г.А. Основы коммерческой деятельности: Учеб. пособие. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2004. – 423 с.
10. Третьяк С.Н. Коммерческая деятельность. Часть I. Основы теории и организации: Учеб. пособие. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 1999. – 354 с.
11. Тютюшкина Г.С. Организация коммерческой деятельности предприятия: Учеб. пособие. – Ульяновск : УлГТУ, 2006. – 350 с.

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), Научной электронной библиотеки (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.

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

TABLE OF CONTENTS

ACCOUNTANCY, ANALYSIS AND STATISTICS

Lytneva N.A., Gorkova N.A. Documentary registration and accounting of operations with buyers and suppliers	5
Klimoshenko M.I., Talatynova M.D. Internal control and audit for reduction of risks in financial and economic activity and crisis management of the company	10

MANAGEMENT AND MARKETING

Starovoitov R.V. Features and development prospects of risk-management in Russia	18
Platonov V.G., Chernov N.V. Functional foodstuffs market	21

FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT

Rogatenyuk E.V., Viktorova A.A. Estimation of efficiency of activity chamber of accounts of the Russian Federation	25
Savina A.G., Kostromina K.A., Kleymenova O.R. Digital aspect of financial literacy of the population of the Russian Federation	31
Kvasov E.N. Actual problems of financial management at the enterprise and the ways of their solution	37

ECONOMY, ORGANIZATION AND MANAGEMENT

Borisov A.P., Skvortsova N.A. Technological innovations in trade	41
Pyanova N.V., Kochenikhina N.A. Modernisation process as a basis of ecologically secure and innovative development of the country	47
Dzhumamradov A. Educational service as an economic object	52

TECHNOLOGY AND COMMODITY RESEARCH

Baturina N.A., Bolshakova L.S., Baturina V.V. Modern manufacture aspects of functional foodstuff with iodine-containing additives	57
Nosova O.A., Pashkevich L.A. Modern technologies and materials in footwear manufacture	62
Bolshakova L.S., Kuzina A.V., Chernov N.V. Enrichment of meat minced products covalently bound iodine	68
Pashkevich L.A., Baturina N.A. Monitoring of assortment and quality of cookies, the city orel presented in the consumer market	73

THE SCIENCE OF THE FUTURE

Noskova A.A. Production logistics: terminology and Russian experience under modern conditions	78
Lukinykh S.I., Sotnikov V.V. Scientific problems in commercial activity	82
AUTHORS GUIDELINES	87