

Негосударственное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
Забайкальский институт предпринимательства

**ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
НАУКИ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА
ЭКОНОМИКИ В СИСТЕМЕ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

**II ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**

27 ноября 2014



Чита
2014

УДК 334(470)

ББК 65.9

П 78

Ответственный за выпуск:

д. физ.- мат. наук, зам. директора по научной работе ЗИП
СибУПК Н. П. Степанов

П 78 **Перспективы взаимодействия науки и реального сектора экономики в системе потребительской кооперации:**
II Всероссийская научно-практическая конференция / Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации Сибирский университет потребительской кооперации Забайкальский институт предпринимательства. – Чита : ЗИП СибУПК, 2014. – 151 с.

ISBN 978-5-89807-136-3

УДК 334(470)

ББК 65.9

© Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской
кооперации, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

| | |
|--|-----------|
| Белоусова Т. И., Бахар Т. Д. | 6 |
| БИЗНЕС – ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЛЕТОВСКОГО РАЙОНА НА БАЗЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ | |
| Кривченко В. Н. | 13 |
| ВОДА ПИТЬЕВАЯ-ОСНОВА БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ НАЦИИ | |
| Липич О. А. | 18 |
| ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСУДАРСТВА: ИСТОРИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ | |
| Миряшева С. К. | 28 |
| ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА С ЦЕЛЬЮ НАСЫЩЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА ПРОДУКЦИЕЙ МЕСТНОГО ПРОИЗВОДСТВА С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАЦИЙ КРАЕВОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ | |
| <i>Роль экономических наук в процессе становления потребительской кооперации как единой высококонкурентной системы</i> | |
| Болтян В. А., Карнилова К. В. | 36 |
| СОЦИОНИЧЕСКИЕ ИНТЕРПРИТАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ И УПРАВЛЕНИИ КОМАНДОЙ В ОРГАНИЗАЦИИ | |
| Жарова Н. И. | 47 |
| ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЙ АПК | |
| Кибирова Е. А. | 50 |
| НАЛОГОВЫЙ АУДИТ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ | |

| | |
|---|------------|
| Кибирова Е. Б. | 58 |
| ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ | |
| Малахов Е. В. | 63 |
| ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ | |
| Степанов Н. П., Городкова С. А. | 68 |
| ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ И АНТИГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ИХ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ | |
| Червонных М. И. | 73 |
| СВОЙСТВА ОПТИМАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ЗЕРНА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ | |
| Ялина Н. В. | 86 |
| ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ | |
| <i>Внедрение новых технологий в организациях потребительской кооперации</i> | |
| Андреева С. В. | 96 |
| АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА | |
| Акимова Н. Г. | 100 |
| СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ | |
| Базыржапова В. Ф. | 103 |
| ПОВЫШЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ | |
| Куделина Т. М. | 109 |
| СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД В ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ | |

| | |
|---|------------|
| Линева Н. А. | 115 |
| АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПСК «КЕНОНСКИЙ» | |
| Линева Н. А. | 118 |
| РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ | |
| Сурикова Т. В. | 122 |
| МИНИ-ГОСТИНИЦЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ | |
| Шевелева О. В. | 129 |
| КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ МОЛОКА, РЕА- ЛИЗУЕМОГО НА РЫНКЕ Г. ЧИТЫ | |
| Шоленинова Г. В. | 135 |
| ВКЛАД ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННУЮ КОРЗИНУ | |
| Яблоненко Л. А. | 142 |
| КЕЙТЕРИНГ- СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА СЕР- ВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ | |
| <i>Сведения об авторах</i> | 150 |

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

*Белоусова Т. И.,
Бахар Т. Д.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

БИЗНЕС-ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО- ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЛЕТОВСКОГО РАЙОНА НА БАЗЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье представлены результаты исследования деятельности кооперативной организации, проведенного авторами статьи, и для развития её деятельности в перспективе предлагается бизнес-проект по производству полуфабрикатов.

Ключевые слова: райпо, бизнес-проект по производству полуфабрикатов.

Улетовское районное потребительское общество (далее Улетовское райпо), являющееся структурным подразделением Забайкальского краевого союза потребительских обществ, функционирует на территории Улетовского района Забайкальского края.

В состав Улётовского района входят одно городское поселение (пгт. Дровяная) и 9 сельских поселений (Аблатуйское, Артинское, Горекацанское, Доронинское, Ленинское, Николаевское, Тангинское, Улетовское, Хадактинское). Численность населения Улетовского района по данным на 01.01.2012 года составила 18809 чел.

На территории района на 01.01.12 года зарегистрировано 69 малых и средних предприятий.

Таким образом, учитывая численность населения, а также количество торговых предприятий, можно сказать, что Улетовское райпо функционирует в условиях чистой конкуренции.

Целью данного исследования является оценка эффективности хозяйственно-финансовой деятельности организации и разработка перспектив её развития на основе составления бизнес плана.

Для достижения поставленной цели нами решены следующие задачи:

- проанализированы показатели деятельности организации;
- разработан бизнес-план производства полуфабрикатов.

Материально-техническая база райпо включает 12 магазинов. Магазины райпо расположены в 9 сельских поселениях, из них 4 магазина находятся в районном центре (с. Улеты), во всех поселениях присутствуют конкуренты.

Из проведенного нами анализа показателей экономической деятельности райпо видно, что за анализируемый период произошло увеличение оборота розничной торговли на 9,5%. Издержки обращения торгового предприятия росли более быстрыми темпами на 16,5 %, чем оборот, что привело к сокращению прибыли от торговой деятельности.

В ходе исследования проведен анализ оборота райпо по товарным группам. В структуре оборота райпо преобладает реализация продовольственных товаров, свыше 70 %.

Торговые предприятия Улетовского райпо обладают следующими преимуществами:

- в системе имеется большое количество действующих магазинов;
- торговля обслуживает больше 50% сельского населения;
- магазины потребительской кооперации в сельской местности являются центрами общественной жизни для многих населённых пунктов.

По результатам свот анализа (табл. 1) видно следующее:

- к сильным сторонам деятельности предприятия по сравнению с конкурентами относятся: удобные торговые площади, относительно стабильный персонал, репутацию и историю работы на рынке;
- к слабым сторонам деятельности относятся: более слабые, чем у конкурентов управление, маркетинг, негибкая ценовая политика, уязвимость к конкурентному давлению.

Таблица 1
SWOT - анализ Улетовского райпо

| <i>Сильные стороны</i> | <i>Слабые стороны</i> |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • опыт • навыки и профессионализм персонала • качество продукции • ассортимент продукции • обширная торговая сеть • постоянные покупатели • налаженные каналы товародвижения | <ul style="list-style-type: none"> • негибкая ценовая политика • уязвимость к конкурентному давлению • знание покупателей цены |
| <i>Возможности</i> | <i>Угрозы</i> |
| <ul style="list-style-type: none"> • потребности покупателей • рост рынка • законы • поддержка органов местного самоуправления • выход на новые рынки | <ul style="list-style-type: none"> • появление новых конкурентов • замедление роста рынка • непостоянство законодательства • неблагоприятные демографические изменения • новые технологии и инновации • износ основных фондов • зависимость от кредиторов |

Несмотря на все риски и недостатки возможностей у Улетовского райпо для развития бизнеса достаточно. Одной из таких возможностей является создание цеха по производству полуфабрикатов.

Для развития деятельности потребительской кооперации в Улетовском районе нами предлагается бизнес-проект по производству полуфабрикатов (пельменей, вареников и т.п.).

Целью данного бизнес-проекта является приобретение современного технологического оборудования для производства полуфабрикатов с целью улучшения качества обслуживания и получения дополнительной прибыли.

Для достижения и поставленной цели предприятию требуется решить следующие **задачи**:

- приобретение технологического оборудования – тестораскаточную машину, упаковочный аппарат и пельменный автомат, холодильный аппарат;
- производство полуфабрикатов (пельмени с мясной, овощной или смешанной начинкой; вареники с мясной, овощной или смешанной начинкой) до 173 тонн, в объемах, которые будут удовлетворять спрос потребителей данного муниципального образования и соседних;
- развитие заготовительной деятельности (закупка сырья для производства полуфабрикатов у сельских жителей, что окажет позитивное воздействие на снижение социальной напряженности на селе);
- проведение комплекса маркетинговых исследований продвижения продукции на локальном и региональном рынках и закрепления рынка сбыта продукции (продвижение бренда: продукция из экологически чистого сырья);
- финансовое развитие предприятия;
- создание дополнительных рабочих мест, что позволит снизить социальную напряженность в селе.

Особенностями и преимуществами настоящего бизнес-проекта в соответствии с поставленными целями, являются:

- окупаемость инвестиций в связи с заинтересованностью потребителей полуфабрикатов;
- повышение производственно-технологического потенциала и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов потребительской кооперации края;

- насыщение регионального рынка выпускаемой продукцией.

Этот проект имеет следующие преимущества:

- не требуется огромных площадей и затрат. В Улетовском райпо имеются свободные помещения и отдельные виды оборудования;
- имеется транспорт, с помощью которого будет перевозиться готовая продукция;
- в собственности Улетовского райпо имеется 12 магазинов, через которые в последствии можно реализовать продукцию.

Предполагаем выпускать полуфабрикаты в следующем ассортименте:

- пельмени с мясной начинкой;
- пельмени с овощной начинкой;
- пельмени со смешанной начинкой;
- вареники с овощной начинкой;
- хинкали с различной начинкой.

Предприятие планирует обеспечить высокое качество производимой продукции за счет установки новейшего технологического оборудования.

Производственный процесс производства полуфабрикатов состоит из нескольких стадий (табл. 2).

Таблица 2
Операции по производству полуфабрикатов

| | | |
|---|---|---------|
| Подготовительная стадия | изготовление теста | 1 час |
| | подготовка начинки | 1 час |
| Изготовление готовой продукции | производство пельменей (вареников) в форме полумесяца | 1 час |
| Охлаждение, заморозка готовой продукции | Охлаждение и заморозка при Т -18°C | 1,5 час |
| Упаковка готовой продукции | Упаковка в пакеты готовой продукции | 0,5 час |

Технология производства полуфабрикатов соответствует ТУ 10.02.01. 110-89.

Длительность производственного цикла составляет 4 часа.

С учетом часовой производительности оборудования возможен выпуск 690кг (108 кг *8 час *0,8) за рабочую смену (коэффициент использования сменного времени 0,8), что обеспечит выполнение годовой программы 173,9 тонн.

Для реализации готовой продукции (пельменей, вареников, хинкали с различными начинами) будут заключены договоры о сотрудничестве с розничными торговыми предприятиями города Читы и края (торговая сеть магазинов «При-воз», «Спутник», кафе, закусочными), оптовыми продавцами. Качество продукции будет обеспечиваться за счет использования нового современного оборудования и экологически чистого сырья.

Для реализации бизнес-проекта по производству полуфабрикатов требуется сумма инвестиций для приобретения оборудования в размере 1285 тыс. руб. Залоговым обеспечением данного кредита будет являться вновь приобретаемое оборудование (табл. 3).

Таблица 3

**Стоимость оборудования, необходимого
для производства полуфабрикатов**

| Оборудование | Характеристика мини-цеха | Общая стоимость, руб. |
|--|--|-----------------------|
| Приобретение автомата пельменного | Производительность оборудования – 7200 шт./час; Установленная мощность оборудования – 1,1 КВт/час; Габаритные размеры: 990*470*1150; масса – 160кг. | 106,5 |
| Приобретение тестораскаточной машины | Установленная мощность оборудования – 1,5 КВт/час. | 120,0 |
| Приобретение упаковочного аппарата | Установленная мощность оборудования – 0,7 КВт/час. | 100,0 |
| Приобретение ходильной установки | Установленная мощность оборудования – 6,3 КВт/час. | 852 |
| Приобретение раздельочных столов | 4 стола * 12,5 тыс. руб. | 50,0 |
| Затраты на доставку и монтаж 15% от стоимости оборудования | | 56,5 |
| Итого | x | 1285 |

Нами произведен расчет затрат по статьям калькуляции, в том числе и расчет потребности в сырье для производства полуфабрикатов, представленный в таблице 4.

Таблица 4
Потребность в сырье и материалах для выпуска полуфабрикатов

| Наименование | Количество | Цена за единицу, рублей | Всего, тыс. руб. |
|----------------------------------|------------|-------------------------|------------------|
| 1. Мука в/с | 1,5 тонн | 15 | 22,5 |
| 2. Яйцо | 648штук | 5 | 3,24 |
| 3. Соль | 300 кг | 10 | 3,0 |
| 4. Перец | 150кг | 180 | 27,0 |
| 5.Мясо говядина | 17,8тонн | 170 | 3026 |
| 6.Мясо свинина | 17,8тонн | 200 | 3560 |
| 7. Овощи (лук, морковь, капуста) | 10 тонн | 20 | 200 |
| Итого | x | x | 7044,24 |

Полная себестоимость продукции составит 7897,63 тыс. руб. (табл. 5).

Таблица 5
Полная себестоимость производства полуфабрикатов

| Наименование элементов затрат | Всего, тыс. руб. |
|--|------------------|
| Расходы на сырье и материалы | 7044,24 |
| Расходы на электроэнергию на технологические цели | 47 |
| Расходы на оплату труда производственных рабочих | 408 |
| Уплата страховых взносов от заработной платы наемных рабочих | 122,4 |
| Уплата страховых взносов в ФСС | 3,3 |
| Амортизация основных фондов | 147,3 |
| Расходы на приобретение дров | 25 |
| Расходы на оплаты воды | 22,2 |
| Производственная себестоимость | 7819,44 |
| Коммерческие расходы 1,0% от производственной стоимости | 78,2 |
| Полная себестоимость | 7897,63 |

Низкое значение себестоимости производимой продукции объясняется применением местных источников сырья

(фермерские хозяйства, ЛПХ). Также нами не учтены в расчетах проценты за пользование заемными средствами, предполагается осуществление финансирования проекта за счет собственных средств райпо.

При условии повышения цен на основное сырье (мясо) и использовании заемных средств для финансирования предлагаемого проекта, себестоимость производства повысится, но в любом случае обеспечит широкие возможности для установления отпускных цен при реализации продукции приемлемых для большинства покупателей.

Исходя из этого, считаем предлагаемый проект достаточно эффективным. Расчет точки безубыточности показал, что проект окупится за 18 месяцев.

Прибыль от реализации продукции, произведенной в соответствии с проектом, составит 2710,27 тыс. руб.

Таким образом, приведенных выше расчетов достаточно, чтобы оценить эффективность предлагаемого проекта по развитию деятельности данной кооперативной организации.

Кривченко В. Н.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

ВОДА ПИТЬЕВАЯ – ОСНОВА БЕЗОПАСНОСТИ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ НАЦИИ

В данной статье показана важная роль воды питьевой в жизни человека. Даны краткая характеристика источников водоснабжения и методов очистки воды питьевой. Рассмотрены проблемы и показатели безопасности воды. Значительное место в статье отведено ситуации водоснабжения в Забайкальском крае и представлены результаты исследований воды питьевой.

Ключевые слова: вода, безопасность, здоровье человека, патогенная микрофлора, исследования.

Вода играет чрезвычайно важную роль в жизни человека, животного и растительного мира в целом. Она доставляет в клетки организма питательные вещества (витамины, минеральные соли) и уносит отходы жизнедеятельности (шлаки). Кроме того, вода участвует в процессе терморегуляции организма и в процессе дыхания человека. Для нормальной работы всех систем человеку необходимо, как минимум, 1,5 литра воды в день при суточной норме 2 – 2,5 литра.

Следовательно, вода необходима для жизнедеятельности человека; количество ее, выделяемое жизненными процессами, должно вновь пополняться. Поэтому первостепенным вопросом нашего питания является постоянное возмещение воды путем введения в свободном виде и как составной части пищи. Помимо всего прочего, вода обладает и другими, с точки зрения науки, свойствами.

Так, знаменитый японский ученый и целитель Масару Эмото проводил научные исследования, которые показали, что вода способна впитывать, хранить и передавать человеческие мысли и эмоции, представляет собой не только химическое соединение, а является, по большому счету, частью живой природы. Форма кристаллов льда, образующихся при замерзании, изменяется в зависимости от того, какую над этой водой исполняют музыку, какие ей показывают изображения и произносят слова, и даже от того, как люди думают о ней. Так, например, под влиянием произнесенного над резервуаром с водой слова «счастье» образуются кристаллы идеальной формы, напоминающие искусно ограненный бриллиант, а при употреблении бранных слов формируется нечто уродливое. Однако, чтобы передавать и хранить информацию с помощью воды, требовалось единственное условие – ее чистота и структурированность. При экспериментах с хлорированной и загрязненной водой чудо кристаллы не формировались вообще или имели неопределенную конфигурацию.

В настоящее время проблема качества питьевой воды стала основной составляющей безопасности в целом по стра-

не. От того, какую воду мы употребляем, в конечном счете, зависит наше здоровье и продолжительность жизни. Вместе с тем, ни одна из естественных вод не обладает составом H_2O . Так, в природных водах, используемых для водоснабжения, обнаружено более 80 элементов таблицы Д.И. Менделеева. Ученые выделяют две основные группы питьевой воды в зависимости от происхождения:

- подземные воды (артезианские, родниковые);
- поверхностные воды (речная, вода из водохранилищ, морская).

Далеко не всегда по внешнему виду или запаху воды можно сказать, насколько она безвредна, и можно ли ее использовать для питья. Важно знать состав примесей, содержащихся в воде. Поэтому качество питьевой воды регламентируется ГОСТом Р 51232 «Вода питьевая. Общие требования к организации и методам контроля качества».

Производственный контроль качества питьевой воды осуществляют организации, отвечающие за качество подаваемой потребителю питьевой воды. Для контроля качества используют методы определения микробиологических, паразитологических показателей, некоторых неорганических и органических веществ, вредных химических веществ, органолептических свойств, радиационной безопасности.

В современном мире с ухудшением экологической обстановки, техногенных катастроф, люди массово заражаются через воду инфекционными заболеваниями, страдают от загрязнения источников питьевого водоснабжения. Поэтому важное значение приобретают технологии очистки воды. Для очистки питьевой воды от вредных примесей и элементов применяют три основные группы методов:

- механические
- физико-химические
- биологические

Наиболее дешевая - механическая очистка - применяется для выделения взвесей. Основные ее методы: процеживание, отстаивание и фильтрование, которые применяются как предварительные этапы. Для очистки воды из колодцев и

скважин используются фильтры грубой очистки воды Сапфир-П, а для очистки водопроводной воды для улавливания механических примесей чаще всего достаточно установить магистральный картриджный фильтр тонкой очистки воды Ключ -Т. Очистка воды от ржавчины – железа, наиболее распространенного типа загрязнения воды производится безреагентными фильтрами обезжелезивания Сапфир-BR.

Сорбционная очистка воды, позволяющая удалить органические примеси и осветлить воду, улучшает ее органолептические свойства воды и дает возможность получить чистую, прозрачную воду, приятную на вкус. Чаще всего в основе этого способа очистки лежит обработка воды на сорбционных фильтрах Сапфир-А с активированным кокосовым углем.

Химическая очистка применяется для выделения из сточных вод растворимых неорганических примесей. При обработке сточных вод реагентами происходит их нейтрализация, выделение растворенных соединений, обесцвечивание и обеззараживание стоков.

Обеззараживание питьевой воды путем химической очистки, позволяет получать микробиологически безопасную питьевую воду. Наиболее популярные способы обеззараживания воды: хлорирование или обработка перманганатом калия, обеззараживание ультрафиолетовыми стерилизаторами типа УОВ, озонирование воды или мембранный очистка воды.

Биологические методы применяют для очистки воды от растворенных органических соединений с помощью микробов.

Самый современный способ очистки питьевой воды - глубокая очистка воды на мембранных установках обратного осмоса или ультрафильтрации. Он позволяет без применения каких-либо химических реагентов удалять на молекулярном уровне органические и неорганические примеси и одновременно обеззараживать очищенную воду. Воду, очищенную на установках ультрафильтрации, можно пить сырой из-под крана, не опасаясь за свое здоровье.

Проблема качества питьевой воды является важной составляющей и Забайкальском крае. На его территории действует более 1600 объектов, обеспечивающих хозяйственное питьевое водоснабжение населения. По данным исследований, проведенных специалистами ФБУЗ «Центр гигиены и

эпидемиологии в Забайкальском крае», в октябре 2013 года по микробиологическим показателям из централизованных систем водоснабжения была исследована (из головных сооружений) 191 проба питьевой воды. Из них не соответствовало гигиеническим нормативам 3 пробы (1,6 %) (за аналогичный период 2012 года было исследовано 167 проб воды, из них не соответствовало 2 пробы, что составило – 1,2%). Из распределительных сетей водоснабжения по микробиологическим показателям было исследовано 426 проб питьевой воды, из них несоответствующих - 31 проба (7,3 %) (в 2012 году исследовано – 337 проб, не соответствовали гигиеническим нормативам 14 проб, или 4,2%). При получении результатов микробиологических исследований питьевой воды, не соответствующих требованиям СанПиН 2.1.4.1074-01 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества. Гигиенические требования к обеспечению безопасности систем горячего водоснабжения», организациями, эксплуатирующими водопроводные сооружения, были проведены профилактические мероприятия по предупреждению возникновения и распространения инфекционных заболеваний, имеющих водный путь передачи.

Санитарной службой осуществляется также лабораторный контроль за состоянием открытых водоемов. Настораживает тот факт, что вырос процент проб, где регистрировался косвенный показатель вирусного загрязнения (коли – фаги).

Вопросы качества питьевой воды являются предметом рассмотрения на занятиях со студентами товароведных специальностей. Так, на одном из лабораторных занятий по дисциплине «Основы микробиологии» проводилось исследование качества питьевой воды, для чего были взяты пробы из-под крана в Забайкальском институте предпринимательства, колодезной и бутылированной «Лялечка» и сделаны посевы на питательную среду. По истечении 24 часов в термостате при определенной температуре выросли колонии микроорганизмов. При определении количественного учета микроорганизмов было установлено, что меньшее количество колоний микробов наблюдалось в бутылированной воде. Вода из-под крана также соответствует требованиям микробиологического контроля. В колодезной же воде количество микроорганизмов превысило нормы.

В заключение следует отметить, что проблема качества воды – важная экологическая проблема, она привлекает все большее внимание населения.

Литература

1. Санитарно-эпидемиологические правила и нормы СанПиН 2.3.2.1078-01 «2.3.2. Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов» (с изменениями и дополнениями от 6 июля 2011г.)
2. Масару Эмато Тайная жизнь воды / Газета «Спид инфо», 2010. - №22
3. Российская Федерация. Закон. «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения РФ [Текст]: федер. закон: [принят Гос. Думой 30.03.1999 № 52 - ФЗ – М., 1999. – 24 с.

*Липич О. А.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ГОСУДАРСТВА: ИСТОРИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются основные направления государственной политики в области продовольственной безопасности Российской Федерации как на современном этапе, так и в исторической ретроспективе, проводится анализ, имеющихся нормативно-правовых актов федерального и регионального уровня, а также освещаются некоторые аспекты деятельности федеральных и региональных органов государственной власти, способствующих реализации положений отдельных нормативно-правовых актов по продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, коопeração

В современном мире вопросам обеспечения продовольственной безопасности, как одной из глобальных проблем,

имеющих приоритетное значение, отводится ключевая роль. Несмотря на то, что каждый человек, согласно рекомендациям ФАО, имеет право на полноценное питание, не каждая страна в современном мире может обеспечить достаточную экономическую и физическую доступность продовольствия для населения. В то же время обеспечение устойчивого экономического развития страны на основе сбалансированного полноценного питания населения является важным критерием оценки ее конкурентоспособности.

Нестабильная экономическая ситуация в мире может привести к сокращению поставок продовольствия из стран-экспортеров. Современная Россия должна в полной мере использовать свой уникальный аграрный потенциал. При этом главной задачей является не только самообеспечение населения основными продуктами питания, но и восстановление утраченных позиций среди ведущих экспортёров продовольствия в мире[1].

Как справедливо отмечает Е. А. Глотова, продовольственная безопасность является одним из важнейших приоритетов государственной политики РФ, поскольку главная ее цель состоит в создании системы доступного и качественного продовольствия, обеспечивающего безопасность существования как личности, так и самого государства. Неэффективная государственная политика в сфере продовольственной безопасности может привести не только к нарушению физиологических процессов развития человека, но и к разрушению государства. Кроме того, автор особо подчеркивает, что состояние продовольственной безопасности государства зависит от эффективности и конкурентоспособности деятельности агропромышленного комплекса[2] и с этим нельзя не согласиться.

Последние изменения в геополитической ситуации, введение против России экономических санкций проблему продовольственной безопасности государства ставят на первый план. Следует отметить, что основные направления государственной политики РФ в области продовольственной безопасности нашли свое отражение в Указе Президента РФ от 12

мая 2009 г. № 537 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года», где, в частности, отмечается, что продовольственная безопасность России обеспечивается за счет развития биотехнологий и импортозамещения по основным продуктам питания, а также путем предотвращения истощения земельных ресурсов и сокращения сельскохозяйственных земель и пахотных угодий, захвата национального зернового рынка иностранными компаниями, бесконтрольного распространения пищевой продукции, полученной из генетически модифицированных растений с использованием генетически модифицированных микроорганизмов и микроорганизмов, имеющих генетически модифицированные аналоги[3]. В дальнейшем все эти аспекты получили более детальную регламентацию в «Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации» [4].

В частности, разработана совокупность официальных взглядов на цели, задачи и основные направления государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации. В связи с этим основная цель реализации государственной экономической политики в области обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации направлена на надежное обеспечение населения страны продуктами питания, развитие отечественного агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов, оперативное реагирование на внутренние и внешние угрозы стабильности продовольственного рынка, эффективное участие в международном сотрудничестве в сфере продовольственной безопасности.

Поэтому продовольственная безопасность Российской Федерации (далее - продовольственная безопасность) является одним из главных направлений обеспечения национальной безопасности страны в среднесрочной перспективе, фактором сохранения ее государственности и суверенитета, важнейшей составляющей демографической политики, необходимым условием реализации стратегического национального приоритета - повышение качества жизни российских граждан путем гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения.

Анализ положений Доктрины позволяет сделать вывод, о том, что для оценки состояния продовольственной безопасности используется определенная система показателей и критерии их оценки. Кроме того, в ней нашли отражение вопросы о рисках и угрозах. Раздел IV доктрины посвящен основным направлениям государственной экономической политики в сфере обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации, также предусмотрены механизмы и ресурсы ее обеспечения.

В этой связи необходимо рассмотреть систему нормативно-правовых актов, регламентирующих вопросы продовольственной безопасности Российской Федерации, а также проанализировать деятельность органов государственной власти, реализующих соответствующие полномочия по данным вопросам.

Так, вопросы продовольственной безопасности нашли свое отражение в нормативно-правовых актах международного уровня. Нельзя не упомянуть такие из них, как Декларация Всемирного саммита по продовольственной безопасности (Рим, 16 ноября 2009г.), в которой отмечается, что в результате проведения крупных региональных и международных совещаний были приняты обязательства по увеличению поддержки сельского хозяйства, развития сельских районов и обеспечения продовольственной безопасности на национальном и международном уровнях. Так, в пункте 7.2 предусматриваются положения об объединении усилий и опыта для работы в рамках Глобального партнерства по сельскому хозяйству, продовольственной безопасности и питанию, с учетом развития существующих структур в целях усиления регулирования и укрепления сотрудничества, улучшения координации на глобальном, региональном и национальном уровнях и обеспечения того, чтобы национальные и региональные интересы были должным образом услышаны и учтены[5].

Однако, наиболее важное значение для Российской Федерации в настоящий момент, на наш взгляд, приобретают международные договоры и соглашения со странами АТЭС. Среди них следует назвать: Соглашение между Правитель-

ством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики об экономическом и научно-техническом сотрудничестве в области агропромышленного комплекса (Пекин, 27 мая 1994 г.); Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области оценки соответствия импортируемой и экспортirуемой продукции (Пекин, 25 апреля 1996 г.); Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области борьбы с недобросовестной конкуренцией и антимонопольной политики (Пекин, 25 апреля 1996 г.) и т.п. [6]

Действующая Конституция РФ в качестве основ конституционного строя закрепляет в ч. 1 ст. 8 единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств и конкретизирует в комментируемой статье в контексте федеративного устройства России. Названные основы обеспечиваются запретом на установление внутренних таможенных границ, в которых располагались бы таможенные территории[7]. Как указал Конституционный Суд РФ, положения ст. 74 Конституции регламентируют отношения по перемещению финансово-экономических ресурсов в пределах территории РФ и не распространяются на отношения, возникающие в связи с перемещением соответствующих ресурсов через Государственную границу РФ (Определение КС РФ от 16.01.2007 № 22-О[8].

Не могут на территории РФ устанавливаться пошлины или сборы, ограничивающие свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств. Это означает, что субъекты РФ не вправе устанавливать какие-либо публичные платежи без санкции федерального законодателя. К такому выводу пришел Конституционный Суд РФ в Постановлении от 17.07.1998 №22-П[9].

Следует отметить, что субъекты РФ вправе устанавливать ограничения перемещения товаров и услуг с санкции федерального законодателя. Так, в комментарии к Конституции РФ под редакцией В. Д. Зорькина и Л. В. Лазарева отмечается, что в целях защиты безопасности и здоровья граждан

могут устанавливаться меры по стандартизации и сертификации продукции в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании».

Следует согласиться с авторами и с выводом о том, что принятие мер, целью которых является создание конкурентных преимуществ для хозяйствующих субъектов (промышленных предприятий, перевозчиков, посреднических организаций и т.д.), действующих на территории отдельных субъектов РФ (например, обязательная дополнительная сертификация на платной основе продовольственных и иных товаров, поступающих из других регионов), недопустимо[10].

Анализ, имеющихся источников в сфере правового регулирования продовольственной безопасности позволяет сделать вывод о том, что, в основном, источники представлены нормативно-правовыми актами подзаконного характера федерального уровня и нормативно правовыми актами субъектов РФ. Так, например, Закон от 28.12.2010г. № 390-ФЗ «О безопасности» определяет лишь то, что правовую основу обеспечения безопасности в РФ составляют Конституция Российской Федерации, общепризнанные принципы и нормы международного права, международные договоры Российской Федерации, федеральные конституционные законы, настоящий Федеральный закон, другие федеральные законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, законы и иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, принятые в пределах их компетенции в области безопасности.

Следует отметить, что в Российской Федерации создана система органов государственной власти, содействующих реализации основных направлений государственной политики в области продовольственной безопасности. Среди них следует назвать Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) и Федеральную службу по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзор). Данные органы наделены полномочиями надзора и контроля за исполнением обязательных требований законодательства Российской Федерации в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, защиты прав

потребителей и в области потребительского рынка и государственного надзора в области обеспечения качества и безопасности пищевых продуктов, материалов и изделий соответственно.

Подчеркнем, что в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14.12.2009 г. №1009 «О порядке совместного осуществления Минздравсоцразвития РФ и Минсельхозом РФ функций по нормативно-правовому регулированию в сфере контроля за качеством и безопасностью пищевых продуктов и по организации такого контроля» полномочия Минздравсоцразвития - Роспотребнадзора и Минсельхоза - Россельхознадзора разграничены по вопросам нормативно-правового регулирования правоотношений в сфере контроля за качеством и безопасностью пищевых продуктов[11].

Региональные приоритеты Российской Федерации и формы оказания помощи в сфере, содействия международному развитию содействие обеспечению продовольственной безопасности и сельскохозяйственному развитию государств - получателей помощи[12] обозначены в Указе Президента РФ от 20 апреля 2014 г. № 259 «Об утверждении Концепции государственной политики Российской Федерации в сфере содействия международному развитию». Реализация этих направлений осуществляется посредством нормативно-правовых актов регионального уровня.

Так, например, на территории Забайкальского края принят и действует Закон Забайкальского края от 1 ноября 2011 г. № 570-ЗЗК «О продовольственной безопасности и рынке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на территории Забайкальского края» [13], определяющий основные направления деятельности органов государственной власти края по обеспечению продовольственной безопасности Забайкальского края, формированию и регулированию рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на территории региона и т. п.

В соответствии со статьей 44 Устава Забайкальского края [14], в целях повышения инвестиционной привлекательности Забайкалья Правительством края одобрены основные направления развития международной и внешнеэкономической деятельности Забайкальского края на 2011–2015 годы

[15], поскольку в регионе достаточное развитие получило торгово-экономическое и инвестиционное сотрудничество с субъектами иностранных государств.

Исполнительным органом государственной власти Забайкальского края, определяющим перспективные направления развития в сфере международного сотрудничества и внешнеэкономических связей, является Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма Забайкальского края [16].

Так, например, Министерство в целях дальнейшего укрепления равноправных и взаимовыгодных отношений, активизации межрегионального и приграничного сотрудничества, развития связей хозяйствующих субъектов, зарегистрированных на территории Забайкальского края Российской Федерации и Автономного района Внутренняя Монголия Китайской Народной Республики, способствует реализации Соглашения между Правительством Забайкальского края и Народным Правительством Автономного района Внутренняя Монголия Китайской Народной Республики о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве [17].

На сайте Министерства в разделе «Внешнеэкономические связи» регулярно размещается информация о предложениях по бизнес-сотрудничеству компаний КНР, а также экспортно-импортные предложения предприятий Забайкальского края [18]. В связи с этим представляется, что в свете изменяющейся геополитической ситуации в решении вопросов продовольственной безопасности РФ возрастает значение уже имеющихся международных договоров и соглашений Российской Федерации со странами-участниками АТЭС и, в частности, Китаем.

На наш взгляд, одним из способов решения вопросов продовольственной безопасности России могло бы стать сотрудничество организаций системы потребительской кооперации с зарубежными партнерами. Тем более, что такой положительный опыт в истории нашей страны уже имел место, когда уменьшение рисков и угроз продовольственной безопасности советского государства осуществлялось посредством потребительской кооперации.

Сохранение и преобразование системы потребительской кооперации в послереволюционный период должно было способствовать, по замыслу власти, наиболее успешному снабжению населения продуктами и товарами, а также для подъема крестьянского хозяйства в целом. В связи с этим вопросам оформления ее юридического статуса придавалось первоочередное значение. Так, в соответствии с декретом СНК РСФСР «О потребительских кооперативных организациях» от 11 апреля 1918 г. потребительской кооперации поручались распределительные функции, то есть снабжение населения продуктами и предметами первой необходимости. Обязательные нормы распределения нормированных продуктов устанавливались государственными и муниципальными органами, которые обладали в отношении потребительских обществ контролирующими полномочиями.

Оценивая практические результаты принятого 11 апреля 1918 г. декрета СНК РСФСР «О потребительских кооперативных организациях», можно констатировать, что даже в условиях довольно жестких ограничений и строгой регламентации, кооперация сумела успешно выполнить возложенные на нее государственные обязательства.

Литература

1. Оловянников Д. Г. Развитие продовольственного рынка региона в системе обеспечения продовольственной безопасности: автореф. дисс. канд. экон. наук. / Д. Г. Оловянников – Улан-Удэ, 2010. – С.1
2. Глотова Е. А. Государственная политика обеспечения продовольственной безопасности современной России: автореф. дисс. канд. полит. наук. / Е. А. Глотова – Чита, 2011. – С. 1.
3. Указ Президента РФ «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» от 12.05.2009 г. № 537 // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.
4. Указ Президента РФ «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» от

30.01.2010 г. № 120 // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

5. Декларация Всемирного саммита по продовольственной безопасности (Рим, 16 ноября 2009г.) // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

6. Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

7. Конституция РФ принятая 12.12.1993 г. // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

8. Определение КС РФ от 16.01.2007 № 22-О // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

9. Постановление Конституционного суда РФ от 17.07.1998 №22-П // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

10. Комментарий к Конституции РФ под редакцией В. Д. Зорькина и Л. В. Лазарева // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

11. Постановление Правительства РФ «О порядке совместного осуществления Минздравсоцразвития РФ и Минсельхозом РФ функций по нормативно-правовому регулированию в сфере контроля за качеством и безопасностью пищевых продуктов и по организации такого контроля» от 14.12.2009г. №1009 // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

12. Указ Президента РФ «Об утверждении Концепции государственной политики Российской Федерации в сфере содействия международному развитию» от 20.04.2014 г. № 259 // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

13. Закон Забайкальского края от 1 ноября 2011 г. № 570-ЗЗК «О продовольственной безопасности и рынке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на территории Забайкальского края»

14. Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

15. Распоряжение Правительства Забайкальского края «Об основных направлениях развития международной и внешнеэкономической деятельности Забайкальского края на 2011–

2015 годы» от 21.12.2010 г. № 704-р // Гарант: Законодательство с комментариями. —. —. Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

16. Постановление Правительства Забайкальского края от 13.04.2010 г. № 144 «Об утверждении Положения о Министерстве международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма Забайкальского края»

17. г. Чита, 23.06.2010 г. // www.f_economic_relations – официальный сайт Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма Забайкальского края

18. www.f_economic_relations – официальный сайт Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма Забайкальского края

*Миряшева С. К.
Министерство сельского хозяйства и
продовольствия Забайкальского края
г. Чита, Россия*

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА С ЦЕЛЬЮ НАСЫЩЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА ПРОДУКЦИЕЙ МЕСТНОГО ПРОИЗВОДСТВА С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАЦИЙ КРАЕВОГО СОЮЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

Продовольственная безопасность Российской Федерации является одним из главных направлений обеспечения национальной безопасности страны. Стратегической целью продовольственной безопасности является обеспечение населения страны безопасной сельскохозяйственной продукцией, рыбной продукцией и продовольствием. Гарантией ее достижения является стабильность внутреннего производства, а также наличие необходимых резервов и запасов.

Одной из основных задач обеспечения продовольственной безопасности является устойчивое развитие отечественного производства продовольствия и сырья, достижение и

поддержание физической и экономической доступности для каждого гражданина страны безопасных пищевых продуктов в объемах и ассортименте, которые соответствуют установленным рациональным нормам потребления пищевых продуктов, необходимых для активного и здорового образа жизни.

Определяющую роль в обеспечении продовольственной безопасности играют сельское и рыбное хозяйство и пищевая промышленность.

В области производства сельскохозяйственной и рыбной продукции, сырья и продовольствия усилия должны концентрироваться на следующих направлениях:

повышение почвенного плодородия и урожайности, расширение посевов сельскохозяйственных культур за счет неиспользуемых пахотных земель, реконструкция и строительство мелиоративных систем;

ускоренное развитие животноводства;

расширение и более интенсивное использование потенциала водных биологических ресурсов и новых технологий их индустриального выращивания;

создание новых технологий глубокой и комплексной переработки продовольственного сырья, методов хранения и транспортировки сельскохозяйственной и рыбной продукции;

развитие научного потенциала агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов, поддержка новых научных направлений в смежных областях науки и реализация мер, предотвращающих утечку высококвалифицированных научных кадров;

увеличение темпов структурно-технологической модернизации агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов, воспроизводства природно-экологического потенциала;

развитие системы подготовки и повышения квалификации кадров, способных реализовать задачи инновационной модели развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов с учетом требований продовольственной безопасности;

совершенствование механизмов регулирования рынка

сельскохозяйственной и рыбной продукции, сырья и продовольствия в части повышения оперативности и устранения ценовых диспропорций на рынках сельскохозяйственной и рыбной продукции и материально-технических ресурсов;

повышение эффективности государственной поддержки, уделяя особое внимание созданию условий для финансовой устойчивости и платежеспособности товаропроизводителей.

В Законе Забайкальского края «О продовольственной безопасности и рынке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на территории Забайкальского края» определены цель и задачи обеспечения продовольственной безопасности регионального уровня.

Целью обеспечения продовольственной безопасности является удовлетворение потребностей населения Забайкальского края основными видами продовольствия в соответствии с установленными рациональными нормами потребления пищевых продуктов.

Основными задачами продовольственной безопасности являются:

- создание условий, при которых обеспечивается экономическая доступность пищевых продуктов для населения Забайкальского края;

- рост производства продовольствия, оборота оптовой и розничной торговли продовольствием в целях обеспечения доступности пищевых продуктов для удовлетворения потребностей населения Забайкальского края на уровне не ниже установленных рациональных норм потребления пищевых продуктов;

- защита интересов российских товаропроизводителей в сфере производства сельскохозяйственной продукции;

- координация действий исполнительных органов государственной власти Забайкальского края с федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, включая органы контроля и надзора за качеством и безопасностью пищевых продуктов, а также с производителями и поставщиками сель-

скохозяйственной продукции, сырья и продовольствия по вопросам обеспечения продовольственной безопасности.

Продовольственная безопасность считается достигнутой, если обеспечение продовольствием собственного производства составляет не менее 80 % от объема потребления населением Забайкальского края продуктов питания в соответствии с установленными рациональными нормами потребления пищевых продуктов.

В Забайкальском крае структуру пищевой и перерабатывающей промышленности составляют предприятия мясной, молочной, хлебопекарной и кондитерской промышленности, группа предприятий по розливу воды бутилированной, напитков и минеральной воды, производству консервированной плодоовошной продукции, предприятия по производству рыбной продукции, по переработке дикорастущего сырья.

Производством пищевых продуктов занимаются около 600 организаций различной формы собственности, в том числе 397 индивидуальных предпринимателей.

Производственные мощности организаций позволяют вырабатывать в смену 97 тонн мяса, 91,5 тонн колбасных изделий, 15 тонн полуфабрикатов, 98,3 тонны молочной продукции, 140 тонн хлеба и хлебобулочных изделий, 10 тонн кондитерских изделий, 12000 декалитров безалкогольных напитков и минеральной воды, 7 туб производства овощных консервов.

Перед предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности Забайкальского края стоит задача обеспечить население края продукцией собственного производства с максимальным привлечением в процесс производства сырьевых ресурсов, имеющихся на территории края.

Для выполнения этой задачи необходимо обеспечить:

- создание предприятий районного звена по переработке молока, мяса, дикорастущего сырья и производства овощной продукции, ориентированных на реализацию на региональном рынке и проработкой возможностей выхода на соседние регионы, в том числе и зарубежные;

- содействие в продвижении произведенной на территории края продукции в торговых оптовых и розничных сетях, в том числе организации четкого позиционирования продукции, произведенной на территории Забайкальского края с привлечением средств массовой информации к популяризации продукции, изготовленной из местного сырья.

- максимальное внимание средств массовой информации к имеющимся положительным примерам при производстве, переработке и реализации продукции местного товаропроизводителя;

- активизация работы по осуществлению закупа сельскохозяйственной продукции, произведенной в условиях ЛПХ, КФХ и других форм хозяйствования с последующим направлением для производства продукции.

На территории Забайкальского края в 2013 году во всех категориях хозяйств произведено 335,8 тыс. тонн молока, 47,3 тыс. тонн мяса, 176,7 тысяч тонн картофеля, 30,7 тысяч тонн овощей.

Для гарантированного обеспечения населения Забайкальского края, в соответствии с рекомендуемыми рациональными нормами потребления пищевых продуктов, на территории края необходимо производить:

- молока и молочных продуктов -349,0 тысяч тонн;
- мяса и мясопродуктов -76,3 тысяч тонн;
- картофеля – 103,6 тысяч тонн;
- овощей – 130,8 тысяч тонн.

Обеспеченность составила:

- по молоку – 96,2%;
- по мясу – 62,0%
- по картофелю – 170,2%
- по овощам – 23,5%

Специфика производства сельскохозяйственной продукции в Забайкальском крае состоит в том, что удельный вес хозяйств населения в общем объеме производства скота и птицы на убой в живом весе составил 86,4%, молока – 92,8%, на долю хозяйств населения, крестьянских (фермерских) хо-

зяйств и индивидуальных предпринимателей приходится 97,7% валового сбора картофеля и 92,2% овощей.

Таким образом, личные подсобные хозяйства населения являются на сегодняшний день основными производителями сырья для перерабатывающей промышленности и привлечь продукцию, произведенную на личном подворье к обеспечению продовольственной безопасности региона, задача трудная, но выполнимая.

Учитывая проблемы сбыта произведенной продукции, отсутствие стабильной закупочной деятельности в муниципальных районах, необходимо максимально привлечь организации потребительской кооперации к решению проблемы обеспечения продовольственной безопасности на территории Забайкальского края путем развития муниципальных звеньев по закупу продукции, в том числе произведенной в личных подсобных хозяйствах, организации производства пищевой продукции широкого ассортимента и организации ее сбыта, в том числе и в торговых сетях краевого центра.

В рамках потребительской кооперации возможно налаживание четкого взаимодействия по обеспечению населения продукцией, произведенной на территории муниципальных образований.

Реализация продукции под маркой «фермерский продукт» в отношении молока и молочной продукции, мяса и мясной продукции, производство хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий, пряников, печенья, закуп и реализация дикорастущего сырья, обмен произведенной продукцией между организациями потребительской кооперации и другие меры, принятые для обеспечения населения продукцией местного производства будут способствовать решению вопроса обеспечения продовольственной безопасности в отдельно взятом муниципальном образовании и в целом по Забайкальскому краю.

В рамках обсуждения вопроса обеспечения продовольственной безопасности хотелось бы затронуть проблему присутствия на торговых прилавках продукции местных производителей.

Сегодня в розничной торговой сети присутствуют колбасные изделия производства Москвы, Новосибирска, Иркутска. Полуфабрикаты, привезенные с Санкт-Петербурга, Алтайского края, Бурятии, пряники, сухари и баранки, привезенные с Иркутской области, высокорецептурные изделия из г.Челябинск, наливная группа товаров представлена изо всех уголков России. И далеко не всегда привезенная продукция может конкурировать по показателям цены и качества с нашими, забайкальскими товарами.

Вытеснение продукции местных товаропроизводителей из розничной, в том числе и сетевой, торговли, подмена качественной продукции, произведенной из сырья местных товаропроизводителей, более дешевой завозной, несет угрозу обеспечению региональной продовольственной безопасности, потери стимула не только к наращиванию объемов производимой продукции, но и к сохранению имеющегося производства, сокращению рабочих мест, потере налоговых поступлений и снижению уровня жизни населения.

Необходимо активизировать заготовительную деятельность, в муниципальных районах создать систему заготовительных пунктов, организовать базы хранения и реализации заготовленной продукции, организовать системную работу с профильными Министерствами по оформлению субсидий и грантов с максимальным использованием всех форм государственной поддержки для районных потребительских обществ.

Потребительская кооперация, являясь важнейшим фактором устойчивого развития сельских территорий, связующим звеном между мерами государственного воздействия на социальное развитие села и самими сельскими жителями с их традициями, умениями и стремлениями находится еще далеко от полного раскрытия своего экономического и организационного потенциала.

Обладая значительным потенциалом по организации товаропроводящей структуры, в том числе и на территории сельских поселений, потребительская кооперация может сыграть решающую роль в вопросе насыщения продовольст-

венного рынка Забайкальского края продукцией, произведенной местным производителем из сырья, закупленного на территории края.

Присутствие на потребительском рынке определенного количества продукции, произведенной местными товаропроизводителями, должно стать нормой и создать условия по решению задачи обеспечения продовольственной безопасности региона.

Министерство сельского хозяйства и продовольствия Забайкальского края готово оказать поддержку любым положительным начинаниям, которые будут способствовать насыщению продовольственного рынка продукцией местных производителей.

РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК В ПРОЦЕССЕ СТАНОВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ЕДИНОЙ ВЫСОКОКОНКУРЕНТНОЙ СИСТЕМЫ

Болтян В. А., Карнилова К. В.

Забайкальский аграрный институт

филиал ФГБОУ ВПО

«Иркутская государственная

сельскохозяйственная академия»

г. Чита, Россия

СОЦИОНИЧЕСКИЕ ИНТЕРПРИТАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ И УПРАВЛЕНИИ КОМАНДОЙ В ОРГАНИЗАЦИИ

В статье представлены соционические интерпретации в формировании и управлении команд в организации: показаны результаты использования соционики в процессах формирования овощеводческих звеньев, управленческой команды сельхозкооператива, студенческих групп; приведены результаты корреляционного анализа соответствия формы руки и соционического типа у людей; даны рекомендации по всем видам направлениям исследований.

Ключевые слова: соционика, социон, социотип, квадра, интертипные отношения, информационный метаболизм, команда, форма руки, управление, люди.

В управленческом процессе наиважнейшим звеном во все времена были и останутся кадры. Каков работник, таковы и его дела: руководитель он или исполнитель. Оттого формирование команд и управление ими в организации в современных условиях есть, на наш взгляд, одно из ключевых этапов всякого дела и, в сущности, во всякой организации.

Открытие психологических типов людей, сделанное гениальным швейцарским психологом Карлом Густавом Юнгом, выросло в науку Соционику, которая сформировалась из психологии (науки о человеке), социологии (науки об отно-

шениях в обществе) и информатики (науке об обмене информацией).

Соционика – есть наука об обмене информацией между людьми. Великий соционик XX века Аушра Аугустинавичюте назвала отношения людей, складывающиеся в зависимости от типа информационного метаболизма, - интертипными отношениями.

Можно сказать и так, что соционику можно интерпретировать как информационный психоанализ.

Таким образом: Соционика есть наука, соединяющая в себе психологию человека и особенности приема и переработки им информации, что есть тип информационного метаболизма у человека, а также влияние этих особенностей на взаимоотношения людей. Все вместе эти особенности человека и формируют его социотип.

У людей Земли всего 16 способов переработки и усвоения информации. Каждый из нас сполна осваивает лишь один способ информационного метаболизма. Отсюда шестнадцать психосоциотипов. Только все 16 типов, вместе, образуют интегральный человеческий интеллект, Homo Sapiens, он назван Соционом. Наиболее продуктивно работают группы из 4 социотипов, - квадры, в свою очередь квадры состоят из двух дуальных пар.

Квадра – это группа, состоящая из представителей 4-х соционических типов, наиболее совместимых между собой.

В квадре существуют свои особые и прочные взаимоотношения, люди с полуслова понимают друг друга, им интересно быть вместе, проблемы, задачи они решают сообща, даже шутят и болеют они тоже одинаково.

Соционические квадры имеют каждая свои особенности, и они хорошо соотносятся с фазами развития организации:

Зарождение дела. Лучше всего справляется 1-я квадра;
Упорядочивание коллектива, механизация – 2-я квадра;
Внутренняя конкуренция, перестройка – 3-я квадра;
Стабилизация, управление качеством – 4-я квадра.

Гипотезой наших исследований мы приняли предположения; что соционическая наполненность команды, - то есть

представление в достаточно большой команде всех 16 социо-нических типов, обеспечит наивысшую продуктивность и внутреннюю гармонию группы, а во-вторых, при формировании команд небольшой численности неизменно должны учитываться взаимоотношения людей в ней, которые обязательно будут обусловлены соционическим составом группы.

Исследования проводили в АО «Черновский овощевод», в овощеводческих звеньях и Забайкальском аграрном институте среди студенческих групп.

Использовали типологические методы К. Юнга, А. Аугустиновичюте, цифровой тест «Социотип» В. Мегедь, А. Овчарова, методы физиогномической оценки типа информационного метаболизма личности (социотипа).

Установлено, что формирование звеньев овощеводов без учета соционических отношений значительно влияет на эмоциональную сплоченность членов звена, производительность их труда. Так, в звене, где преобладали дуальные и полудуальные отношения в сравнении со звеньями, где преобладали конфликтные, миражные, ревизионные отношения, производительность труда была выше на 24,3%.

Исследования наполненности социона в студенческих группах показали, что большое (оптимально, - полное) представление всех 16 социотипов в студенческой группе обеспечивает, в силу большего спектра типов информационного метаболизма и обратной связи, более высокую продуктивность и социальную активность группы.

Мы считаем возможным предположить, что соционическая интерпритация в процессе формирования и управления командами в организации позволит более эффективно управлять людьми, значительно повышать их производительность труда, создавать и сохранять высокую эмоциональную сплоченность работников.

Мы полагаем целесообразным рекомендовать:

- при приеме и зачислении студентов в институт проводить определение социотипов у абитуриентов и формировать группы так, чтобы в них были все 16 социотипов или, по крайней мере, рассеивать по группам однотипных людей;

- в обязательном порядке (по опыту Норвегии) в начале обучения давать всем первокурсникам начало Соционики, с тем чтобы молодые люди знали, кто они по социотипу и умели этим пользоваться как внутри группы, так и вовне.

В 2011-2012 годах нами был проведён **соционический анализ квадрового формирования управленческой структуры предприятия на примере ПСК «Ломовской»**.

Каждый руководитель непременно и часто задумывается над тем, как построить управленческую структуру в своем хозяйстве так, чтобы работать эффективно. Вообще, проблемы организации управления следует относить к самым важным и сложным вопросам менеджмента в целом. Мы полагаем, что решать успешно эти вопросы возможно опираясь на науку соционику, уже достаточно прочно вошедшую в мировую практику управления.

Социотип – это врожденная психическая структура личности, определяющая конкретный вид информационного обмена со средой, что обуславливает специфику поведенческого реагирования и социально-психологического самочувствия. Отношения людей в коллективе, семье, в общественном транспорте и т.п. всецело и прежде всего обусловлены только их социотипами.

Знание характеристики всех социотипов, Соционики, в целом, а так же и непременно своей принадлежности к определенному социотипу и квадре, правильное формирование коллектива (команд, экипажей, групп, звеньев) по соответствующим квадрам, намного повышает эффективность работы человека, коллектива (команды, экипажа, группы, звена), а также укрепляет семью, отношения сотрудников, вообще помогает жить. В этом мы видим **актуальность** нашей работы.

Следует отметить, что представители различный квадр, как правило, плохо сочетаются в одной команде, если представитель одной попадает в «неудобную» квадру, он непременно, становится изгоем, что замедляет работу команды в целом. Так, 1 и 3, 2 и 4 квадры ортогональны, между представителями этих квадр возникает непонимание, недоверие,

стычки и др. Совместимы в делах представители 1 и 4, 2 и 3 квадр.

Вот почему руководителю необходимо знать к какой квадре он относится сам и его соратники по управлению, а также все подчиненные. Если сделать всё правильно с учетом квадровой совместимости членов одной команды, то работа будет намного эффективней, и это сейчас убедительно показывает мировая практика.

Гипотезой наших исследований мы взяли предположение о том, что формирование управленческих команд и команд вообще (звеньев, бригад, экипажей) по принципу соотношения решаемой задачи и соответствующей квадры исполнителей ($\alpha, \beta, \gamma, \sigma$), в сущности, гарантирует успех в начинаемом деле.

В исследованиях мы использовали: социологический и абстрактно-логический **методы исследований**.

Работу вели в следующей последовательности, определили социотипы у работников управленческого аппарата ПСК «Ломовской». Соотнесли выявленные социотипы работников с квадрами. Проанализировали представителей квадр в управленческом процессе.

Было установлено, что лидирующей в ПСК «Ломовской» является 2 квадра, - председатель кооператива - тип «Маршал», а его заместитель и секретарь «Лирик» - они дуальная пара. (Кстати, секретарь предпенсионного возраста).

Эта квадра в работе характеризуется: последовательностью, иерархичностью, структурностью, силой воли, стойкостью, предчувствием опасности, дисциплиной и порядком. Лучше, если такая квадра участвует во 2 фазе формирования организации – становлении производственных структур, технологий, рынков сбыта и т. п.

Все остальные работники относятся к другим квадрам:

Бухгалтер расчетной группы имеет тип «Изобретатель» (1 квадра) его отношения с руководителем - тип «Маршал» (квадра 2) и гл. бухгалтером - тип «Политик» (квадра 3) – деловые. Эти люди за долгие годы работы вместе, притерлись друг к другу. Этому человеку свойственно постоянно

находиться в поиске чего-то нового, он активный, плетет интриги.

Бухгалтер материальной группы по социотипу «Энтузиаст» (1 квадра), с руководством не конфликтует, у этих людей разные цели в жизни, поэтому иногда возникают недопонимания, но на работу никак не влияет. Зато в отношениях с бухгалтером расчетной группы тип «Изобретатель» (1 квадра) «идут» нога в ногу, всегда друг друга подстегивают на какое - нибудь дело.

Это характерно для 1 квадры, - поиск новых интересных идей, отрицательных эмоций не любят, обладают структурной логикой.

Главный бухгалтер - его социотип «Политик» (3 квадра), отношения с руководителем тип «Маршал», можно сказать, родственные, понимают друг друга с полуслова, их связывают общие интересы. С подчиненными гл. бухгалтер в достаточно хороших отношениях, ссоры очень редки, это обуславливается несовместимостью квадр, т. к. гл. бухгалтер является единственным представителем 3 квадры в учетном персонале.

Квадра 3 способна дать отпор, рискованная, отчаянная, предпримчивая, вот кто является конкурентами, спекулянтами. Думаю, на данном этапе развитии экономики такие люди нужны на предприятии.

Бухгалтер по отрасли животноводства является типом «Мастер» (2 квадра). Отношения этого человека с руководством дружные, деловые, не спорит, работу выполняет в срок. Происходят разногласия только с бухгалтером материальной группы, он по социотипу «Энтузиаст» (1 квадра) они - шепчутся за спиной, не довольны друг другом, а вот с экономистом тип «Администратор» (4 квадра), друзья, всегда приходят на помощь друг к другу.

Экономист по типу «Администратор» (4 квадра), с начальством конфликтует, но редко, всегда упорен в работе, доводит до конца начатое им дело, поэтому работа всегда выполнена в срок.

Звеньевой 1 звена по социотипу «Администратор» (4 квадра), у него отношения с руководством не всегда хорошие. Цель, которую преследует звеньевой, не совпадает с целью руководителя, приходиться их доказывать друг другу. Отношения звеньевого с инженером-механиком тип «Лирик» (2 квадра), сложные, звеньевой не подчиняется приказам инженера, что и следовало ожидать, т.к. представители 1-й и 4-й квадр плохо совместимы, у них часто весьма натянутые отношения, затрудняется процесс работы, они все вместе не подчиняются должным образом заместителю председателя.

В кооперативе есть застарелая кадровая проблема, - никак не могут подобрать руководящего работника на 2 звено. Нужно отметить, что на предприятии преобладает явление скрытой безработицы.

Таким образом, квадральный анализ управлеченческой структуры ПСК «Ломовской» показал, что незнание законов социологии, а следовательно, случайное (по наитию) формирование управлеченческих структур, отрицательно влияет на управлеченческий процесс:

- 1)замедляется в целом процесс управления;
- 2)возникают конфликты, недопонимание между руководящими должностями из-за несовместимости их социотипов;
- 3)поставленные задачи не решаются в срок.

Исходя из анализа и сделанных выводов, мы предлагаем сделать следующее:

- заменить звеньевого второго звена (тип «Штирлиц» квадр
- 4) работником типа «Идеолог», или «Хозяин» (2 квадра);
 - вывести из состава учетного персонала бухгалтера расчетной группы тип «Изобретатель» (квадра 1), заменив типом «Гуманист» (квадра 4);
 - обязательно заменить после ухода на пенсию, секретаря-делопроизводителя тип «Лирик» (квадра 2), на такого же человека или работника с типом «Идеолог» (квадра 2).

В 2011-2012 годах мы провели исследования по изучению **корреляционной зависимости между формой руки и социотипом личности.**

Гипотезой наших исследований мы взяли предположение о том, что не только форма руки человека в огромной степени отражает его сущность, но и зависит от его социотипа личности, очевидно, что и социотипы, в свою очередь, должны тяготеть к характерным (для них) формам руки.

Объектом исследования в нашей работе была физиогномическая интерпретация формы руки (китайская физиогномика) у людей и социотипы людей по К. Юнгу и А. Аугустинавичюте.

Предметом исследований стал анализ корреляционной зависимости между типом руки человека и социотипом личности.

Целью нашей работы было изучить как соотносится тип руки человека с его социотипом, а также проследить, какой тип руки чаще встречается у определенного социотипа.

В исследованиях мы использовали: статистико-экономический и социологический **методы исследований**.

В нашем эксперименте участвовали студенты нашего вуза (выпускники разных лет), всего нами проанализировано по фотографиям: анфас, профиль, руки (волярная поверхность) 107 человек. Часть испытуемых проходили тесты, где они определяли свой социотип, после чего их фотографировали в анфас с руками и профиль, далее определяли тип руки испытуемого. У части испытуемых социотип определяли **экспертным** методом по А. Аугустиновичюте.

Нами были выделены следующие типы рук:

- **огненные**: для них характерна длинная ладонь с короткими пальцами, у такого человека высокая энергетика, ставя перед собой цель он не всегда ее завершает;

- **водяные**: ладонь длинная с длинными пальцами, такие люди внешне кажутся смелыми, сильными, а внутри это чаще неуверенные люди;

- **воздушные**: ладонь квадратная, длинные пальцы, такие люди организованы, продуктивны;

- **духовные руки**: узкие вытянутые пальцы как «скрипичка», это спокойные, тонкие, ранимые люди;

- **земные руки:** мясистая ладонь, короткие пальцы, люди с такими руками легко возбудимы, целеустремленные, приземленные, хотят любви, семьи, дома;

- **трапециевидные руки:** имеют люди авантюрные, суперэнергичные;

- **треугольные руки:** присущи любознательным, хорошо усваивающим знания людям, однако они ранимы;

- **философские руки:** квадратная ладонь, длинные узловатые пальцы люди с такими пальцами умны, независимы в своих суждениях и поведении.

Мы определили тип руки у всех 107-ми испытуемых и их социотипы. Эти данные представлены в таблице № 1.

Таблица 1
Частота выявленных социотипов в генеральной выборке
(n=107)

| Со-циотип у1 | тре-уг. Х1 | во-дян. Х2 | ог-нен. Х3 | воз-дух. Х4 | тра-пец. Х5 | zemn. Х6 | фи-лос. Х7 | дух. Х8 |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|-------------|---------------|------------|
| Есенин | 1 2 | 1 4 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Дюма | 3 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Баль-зак | 5 5 | 0 0 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Габен | 9 0 | 0 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Досто-евский | 1 6 | 0 5 | 4 | 3 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| Драй-зер | 5 5 | 0 0 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| Робес-пьер | 4 4 | 0 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| Мак-сим | 1 1 | 0 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Гексли | 3 0 | 0 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Напо-леон | 1 0 | 0 0 | 0 | 7 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| Д.Кихо-т | 6 1 | 0 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Жуков | 0 0 | 0 1 | 2 | 3 | 0 | 2 | 2 | 0 |

| | | | | | | | | | |
|---------|-------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Гамлет | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Гюго | 4 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Джек | 4 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 |
| Штирлиц | 1 3 | 0 | 0 | 4 | 4 | 1 | 3 | 1 | 0 |
| СУММА | 1 0 7 | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |

Как видно из таблицы, чаще всего встречаются следующие социотипы у испытуемых нами людей: «Есенин» n =12 , «Габен» n = 9, «Достоевский» n =16, «Наполеон» n =10, «Д. Кихот» n = 6, «Жуков» n =10 , «Штирлиц» n =13. Количество выявленных человек по каждому социотипу мы обозначили за y_i соответственно. Определив типы рук у социотипов, мы обозначили их за X_1 -треугольные, X_2 – водяные, X_3 - огненные и т.д.

Для выявления взаимосвязи формы руки и социотипа личности мы воспользовались расчетом коэффициента множественной корреляции. Расчет производился компьютерной обработкой, полученные результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2
Матрица коэффициентов множественной корреляции

| | x_i | треу. X_1 | водян. X_2 | огн. X_3 | возд. X_4 | трап. X_5 | земн. X_6 | фил. X_7 |
|-------------|---------------|----------------|-----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| y_i | 1 | | | | | | | |
| Есенин | 0,3 2 | | | | | | | |
| Достоевский | 0,5 4 | | | | | | | |
| Штирлиц | 0,7 8 | | | | | | | |
| Жуков | 0,7 3 | | | | | | | |
| Драйзер | 0,4 4 | | | | | | | |
| Дюма | 0,1 6 | | | | | | | |
| Робеспер | - 0,0 2 | | | | | | | |

Как видно из таблицы, коэффициент корреляции показал тесную связь социотипа «Штирлиц» с типом рук огненные $r_{yx_3} = 0,78$, социотипа «Жуков» с руками воздушного типа $r_{yx_4} = 0,73$. Умеренная связь наблюдается у социотипа «Достоевский» с типом руки водяные $r_{yx_2} = 0,53$.

Нами установлено, что у испытуемых людей социотипа «Жуков» чаще встречались руки типа огненные – это сильные, энергичные люди. В случае с социотипом «Достоевский» чаще встречался водяной тип руки - это внешне уверенные, но внутри ранимые личности.

Таким образом, можно утверждать, что между социотипами личности и типом руки есть взаимосвязь, но достаточно тесная связь в наших исследованиях оказалась характерна не для всех социотипов.

Естественно, такие исследования надо проводить более широко, на большем количестве людей, тем более, что в доступной нам литературе о такой взаимосвязи, - формы руки и социотипа, - свидетельств нет. Однако можно уже сказать, что как и в чисто физиономическом восприятии сущности человека, где форма руки весьма красноречива, и социотип личности следует читать и по лицу, и по форме (типу) руки. По крайней мере, учитывать при определении социотипа человека по лицу, - форму его руки. Это, по нашему мнению, станет важным инструментом в деловом общении.

Литература

Аугустинович А. Соционика. – М.: Черная белка, 2008. 568 с.

Букалов А. В. Потенциал личности и загадки человеческих отношений, - М.: Черная белка, 2009. 762 с.

Болтян В. А. Тебе навстречу идет человек... Прикладная социальная психология. – Чита: Экспресс-издательство, 2010. 275 с

Филатова Е. Н. Соционика в портретах. М.: Черная белка, 2008, 387 с

Ад. Де –Бароль Тайны руки. – Ростов н/Д: Феникс , 2005. – 352 с

Жарова Н. И.

*Забайкальский аграрный институт
филиал ФГБОУ ВПО
«Иркутская государственная
сельскохозяйственная академия»
г. Чита, Россия*

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Ускоренное развитие научно-технического прогресса и быстрое устаревание профессиональных знаний и навыков являются не единственными факторами, определяющими значительно возросшую роль профессионального обучения - оно помогает организации соответствовать ужесточившимся требованиям рынка.

Проблема подготовки квалифицированных кадров, способных оперативно и грамотно реагировать на изменение рыночной конъюнктуры в отрасли животноводства, стала особенно актуальной после вступления России в ВТО.

Целью данной работы является изучение процесса повышения квалификации персонала и его обучение.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать уровень образования и квалификации персонала;
- разработать рекомендации по обучению и повышению квалификации персонала.

Уровень образования является важным фактором. Поскольку работники организации ведут работу непосредственно с людьми, техникой.

И немаловажным фактором в данном случае является их образование (умение работать оперативно, умение общаться с людьми, вести деловые переговоры и конечно, наличие знаний в данной области, и осведомленность о специфике работы в данной сфере). Анализ уровня образования представлен в таблице 1.

Таблица 1
Уровень образования персонала МУП «Нерчинский конезавод» за 2011 – 2013гг

| Показатель | 2011 | | 2012 | | 2013 | |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|
| | Чел. | % | Чел. | % | Чел. | % |
| Не имеют образования | 48 | 53,9 | 48 | 53,9 | 34 | 38,2 |
| Среднее спец. | 20 | 22,7 | 18 | 20,2 | 18 | 20,2 |
| Неп. высшее | 14 | 15,7 | 16 | 17,9 | 15 | 16,9 |
| Высшее | 18 | 20,2 | 16 | 17,9 | 22 | 24,7 |

Из результатов анализа данных таблицы выявлено, что на конец 2013года - 34 чел. (38,2 %) не имеют образования, среднее специальное - 18 чел (20,2%), неполное высшее образование – 15 чел (16,9%), высшее образование – 22 чел (24,7%).

Таким образом, можно констатировать, что более половины (58,4 %) сотрудников не имеют образования или находятся в процессе его получения. В этой связи необходимо проанализировать их квалификацию (таблица 2).

Таблица 2
Состав кадров массовых профессий по уровню квалификации
в МУП «Нерчинского конезавод»

| Профессии | 2011 год | | | 2013 год | | |
|-------------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|-----------|
| | I класс | II класс | III класс | I класс | II класс | III класс |
| Трактористы | 8 | 5 | 3 | 3 | 8 | 8 |
| Скотники КРС | 5 | 7 | 10 | 5 | 7 | 11 |
| Работники сви-новодства | | 3 | | | 2 | |
| Овцеводы | 6 | 4 | 10 | 6 | 4 | 11 |
| Коневоды | 1 | 4 | 8 | 1 | 4 | 3 |

Из таблицы видно, что в период с 2011 – 2013 год количе-ство квалифицированных трактористов уменьшилось, а ос-тальных работников уровень квалификации остался прежним.

На основании вышеизложенного, целесообразно провести анализ повышения квалификации работников МУП «Нерчин-ский конезавод» за период с 2011 – 2013гг. (таблица 3).

Таблица 3
Данные о воспроизведстве кадров
в МУП «Нерчинский конезавод»

| Показатели | 2011г. | 2012г. | 2013г. |
|---|--------|--------|--------|
| 1. Прошли переподготовку, всего: | 4 | 4 | 8 |
| В том числе: | | | |
| Повышение квалификации персонала путём освоения знаний и практических навыков работы в смежных профессий. | 2 | 2 | 3 |
| Повышение квалификации персонала в рамках его прежней профессиональной специализации | 2 | 2 | 5 |

Из анализа данных следует, что в 2013 году повышение квалификации 8 человек, что составляет 8,9 % от общей численности работников.

На основании проведенного анализа мы предлагаем следующие мероприятия по повышению квалификации:

- организовать и провести повышения квалификации кадров на базе Института ЗабАИ по программе «Зоотехния», «Агрономия»;
- повысить квалификацию специалистов в МУП «Нерчинского конезавода» путем переподготовки со стажировкой в лучших хозяйствах;
- повышение квалификации сотрудника в рамках его прежней профессиональной специализации.

Следует отметить, что для МУП «Нерчинский конезавод» разработана программа обучения персонала, которая после ее внедрения позволит получить экономический эффект в производственной деятельности в размере 136252 рубля.

Кибирева Е. А.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

НАЛОГОВЫЙ АУДИТ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В современных условиях хозяйствования предприятия и организации потребительской кооперации все чаще рассматривают налоговые обязательства как самостоятельный объект контроля, что объясняется значительным размером налоговых отчислений в бюджет. В статье рассматриваются вопросы планирования аудиторской проверки налогов и платежей в бюджет для организаций потребительской кооперации

Ключевые слова: налоги, налоговый аудит, программа аудита, план аудита, потребительская кооперация.

Объектом налогового аудита в потребительской кооперации являются бухгалтерская и налоговая отчетность, первичные документы, налоговые регистры, договоры и другие документы [5].

Налоговый аудит преследует три основные цели:

- определение правильности исчисления суммы налогов, подлежащих уплате;
- предупреждение возможных претензий и штрафных санкций, связанных с нарушением законодательства по налогам и сборам (превентивная защита клиента-налогоплательщика);
- предоставление руководству клиента необходимой информации для последующей оптимизации налогообложения организации-клиента.

При проведении налогового аудита решаются следующие задачи:

- аудит налоговых обязательств на предмет соответствия исчисляемых и уплачиваемых налогов нормам налогового законодательства;

- оптимизация и планирование налогообложения;
- диагностика проблем налогообложения при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности;
- анализ методики исчисления налоговых платежей и использования налоговых льгот с учетом корпоративной структуры и правовых отношений с контрагентами;
- проверка правильности составления деклараций и расчетов клиента по всем или отдельным видам уплачиваемых им налогов.

При этом в ходе налогового аудита оцениваются:

- соответствие налогового учета организаций потребительской кооперации документам и требованиям нормативных актов, регулирующих порядок ведения налогового учета и составления налоговой отчетности в Российской Федерации;
- соответствие налоговой отчетности организаций потребительской кооперации первичному учету и тем сведениям о деятельности субъекта, которыми располагает аудиторская организация в ходе проверки;
- финансовые последствия искажений, найденных в налоговом учете, и пути их устранения;
- необходимость внесения изменений в методику налогового учета, применяемую субъектом.

Налоговый аудит проводится по следующим направлениям:

- проверка правильности формирования налогооблагаемой базы в организациях потребительской кооперации;
- проверка точности налоговых расчетов;
- проверка обоснованности использования налоговых льгот;
- рекомендации по исправлению допущенных неточностей и нарушений;
- оценка налоговых рисков и возможных последствий неисправления выявленных нарушений.

В результате налогового аудита вырабатывается оптимальная стратегия действий в области налогообложения организаций потребительской кооперации, разрабатывается методика минимизации налоговых платежей, упрощения учет-

ных процессов, согласовываются действия финансовой, юридической и бухгалтерской служб.

Аудиторская проверка ограничена во времени, поэтому для качественного проведения аудита необходимо запланировать операции проверки. В этой связи следует руководствоваться рядом стандартов аудита [2,3,4]. При планировании аудита следует выделить следующие основные этапы:

- предварительное планирование (или согласование условий проверки);
- подготовка и составление общего плана аудита;
- подготовка и составление программы аудита.

На этапе согласования проверки изучают учредительные документы, виды деятельности, учетную политику организации и т.д.

При подготовке плана и программы аудита налогообложения можно выделить следующие направления проверки:

- проверка начисления и уплаты федеральных налогов;
- проверка начисления и уплаты региональных налогов;
- проверка начисления и уплаты местных налогов;
- обобщение и оформление результатов.

Для составления плана и программы проверки аудитору необходимо получить ответы на вопросы, касающиеся тех налогов и сборов, обязанность по которым возникает у проверяемого экономического субъекта, а именно:

1. Кто отвечает за налоги и сборы на проверяемом экономическом субъекте?
2. Имеется ли утвержденная приказом учетная политика в области налогообложения?
3. Имеется ли приказ о назначении сотрудника, ответственного за расчеты по налогам и сборам?
4. Какое подразделение отвечает за расчеты по налогам и сборам?

5. Компьютеризирован ли учет по налогам и сборам?
6. Какие федеральные налоги должен платить проверяемый экономический субъект?
7. Какие региональные налоги должен платить проверяемый экономический субъект?
8. Какие местные налоги должен платить проверяемый экономический субъект?
9. Какие сборы должен платить проверяемый экономический субъект?
10. Когда наступает обязанность по уплате налога и (или) сбора?
11. Когда исполнена обязанность по уплате налога и (или) сбора
12. Каков состав налоговой базы по налогу и (или) сбору?
13. Каков налоговый период налога и (или) сбора?
14. Каковы налоговые ставки налога и (или) сбора?
15. Каков порядок исчисления налога и (или) сбора?
16. Каков порядок уплаты налога и (или) сбора?
17. Какие сроки уплаты налога и (или) сбора?
18. Какие налоговые льготы имеются у проверяемого экономического субъекта?
19. Какие имеются основания для использования льгот по налогам и (или) сборам у проверяемого экономического субъекта?
20. Имеется ли налоговое освобождение у проверяемого экономического субъекта?
21. Имеется ли отсрочка у проверяемого экономического субъекта?
22. Имеется ли рассрочка у проверяемого экономического субъекта?
23. Имеется ли налоговый кредит (инвестиционный) у проверяемого экономического субъекта?

По результатам опроса формируется план проведения проверки расчетов по налогам и сборам, и намечается состав аудиторских процедур (табл. 1).

Таблица 1

Общий план налогового аудита организаций системы
потребительской кооперации

| № п/п | Планируемые виды работ | Период проведения | Исполнитель | | Примечание |
|----------|---|----------------------|-------------|---------|------------|
| | | | ФИО | подпись | |
| 1 | Экспертиза учетной политики клиента в части исчисления и уплаты налогов и сборов | | | | |
| 2 | Проверка выполнения рекомендаций и замечаний, выявленных по результатам предыдущего аудита | | | | |
| 3 | Проверка ведения налогового учета хозяйственных операций в соответствии с действующим законодательством | | | | |
| 4 | Аудит федеральных налогов и сборов | | | | |
| 5 | Аудит региональных налогов и сборов | | | | |
| 6 | Аудит местных налогов и сборов | | | | |
| 7 | Проверка полноты отражения хозяйственных операций в отчетности | | | | |
| 8 | Обобщение и оформление проверки | | | | |

На основании плана работ составляется программа проверки, в которой определяются: цель, основные участки работы и разделы учета, подлежащие проверке, характер и методы проверки (сплошной, выборочный, фактический, документальный контроль и т.д.), сроки выполнения работ; форма и порядок оформления результатов аудита (табл. 2).

Таблица 2
Программа налогового аудита организаций системы
потребительской кооперации

| № п/п | Перечень аудитор- ских процедур | Период проведения | Исполнитель | Источники информации |
|----------|---|----------------------|-------------|--|
| 1 | Экспертиза учет- ной политики кли- ента в части исчис- ления и уплаты на- логов и сборов | | | Учетная поли- тика аудируе- мого лица |
| 2 | Проверка выпол- нения рекоменда- ций и замечаний, выявленных по ре- зультатам преды- дущего аудита | | | Отчет о налого- вом аудите по предыдущей проверке, учет- ные и налого- вые регистры, налоговая от- четность |
| 3 | Проверка ведения налогового учета хозяйственных операций в соот- ветствии с дейст- вующим законода- тельством | | | Учетная поли- тика клиента, учетные и на- логовые реги- стры, налоговая отчетность |
| 4 | Аудит федераль- ных налогов и сбо- ров | | | Первичная учетная доку- ментация, учетные и на- |
| 4.1 | Аудит расчетов по | | | |

| | | | | |
|----------|--|--|--|--|
| | НДС | | | |
| 4.2 | Аудит расчетов по акцизам | | | логовые регистры, налоговая отчетность, расчеты аудитора, результаты получения письменных разъяснений и запросов, прочие документы |
| 4.3 | Аудит расчетов по НДФЛ | | | |
| 4.4 | Аудит расчетов по налогу на прибыль | | | |
| 4.5 | Аудит расчетов по отчислениям во внебюджетные фонды | | | |
| 4.6 | Аудит расчетов по прочим федеральным налогам и сборам | | | |
| 5 | Аудит региональных налогов и сборов | | | Первичная учетная документация, учетные и налоговые регистры, налоговая отчетность, расчеты аудитора, результаты получения письменных разъяснений и запросов, прочие документы |
| 5.1 | Аудит расчетов по налогу на имущество | | | |
| 5.2 | Аудит расчетов по прочим региональным налогам и сборам | | | |
| 6 | Аудит местных налогов и сборов | | | Первичная учетная документация, учетные и налоговые регистры, налоговая отчетность, расчеты аудитора, результаты получения письменных разъяснений и запросов, прочие документы |
| 6.1 | Аудит расчетов по земельному налогу | | | |
| 6.2 | Аудит расчетов по прочим местным налогам и сборам | | | |
| 7 | Проверка полноты отражения хозяйств | | | |

| | | | | |
|----------|------------------------------------|--|--|---|
| | ственных операций в отчетности | | | письменных разъяснений и запросов, прочие документы |
| 8 | Обобщение и оформление результатов | | | Отчет аудитора |

По окончании процесса планирования осуществляется проверка в рамках программы проверки.

Таким образом, налоговый аудит в системе потребительской кооперации должен быть тщательно спланирован. Для этого необходимо соблюдение требований соответствующих стандартов аудиторской деятельности, проведение проверки в рамках программы и формирование отчета аудитора по результатам проверки, необходимой для подтверждения законности налоговых начислений и платежей организациями потребительской кооперации.

Литература

1. Об аудиторской деятельности. Федеральный закон. Принят 30.12.2008 г. № 307-ФЗ. // Законодательство Версия Проф (2) Консультант Плюс

2. Правило (стандарт) № 2. Документирование аудита. Постановление правительства РФ от 23.09.2002 г. № 696. // Законодательство Версия Проф (2) Консультант Плюс

3. Правило (стандарт) № 3. Планирование аудита. Постановление правительства РФ от 23.09.2002 г. № 696. // Законодательство Версия Проф (2) Консультант Плюс

4. Правило (стандарт) № 20. Аналитические процедуры. Постановление правительства РФ от 23.09.2002 г. № 696. // Законодательство Версия Проф (2) Консультант Плюс

5. Парушина С. П. Аудит: Учебник / С. П. Парушина, Н. В. Суворова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 288 с. <http://Znanium.com>

Кибирева Е. Б.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Организации потребительской кооперации как многоотраслевые хозяйства заинтересованы в такой системе учета, которая позволяет им в любой момент времени иметь информацию для принятия управленческих решений. Такая информация формируется в рамках управленческого учета. В статье рассматриваются основные аспекты ведения управленческого учета в потребительской кооперации

Ключевые слова: потребительская кооперация, управленческий учет, учет и анализ затрат, центры ответственности, сбор и регистрация информации.

В соответствии с Концепцией развития потребительской кооперации РФ до 2015 года «Главным условием динамичного и стабильного развития потребительской кооперации является удовлетворение интересов основных вовлечённых групп: потребителей товаров и услуг - основы экономического развития, работников потребительской кооперации - движущей силы системы потребительской кооперации, пайщиков - социальной основы потребительской кооперации. Интересы потребителей товаров и услуг потребительской кооперации - это получение доступных и качественных товаров и услуг»[1].

В рыночных условиях хозяйствования возрастают требования к конкурентоспособности и доходности предприятий и организаций системы потребительской кооперации. В этой связи бухгалтерский учет как основной элемент информационной системы должен обеспечить внутренних пользователей такой информацией, которая позволила бы оперативно принимать управленческие решения для повышения эффективности деятельности. Отсюда, профессиональное владение навыками управленческого учета деятельности организаций является приоритетным направлением работы бухгалтерской и экономической служб в потребительской кооперации.

По мнению российских экономистов [4] сущность управленческого учета заключается в сборе и регистрации информации, в ее анализе и оценке с целью получения таких данных, на основе которых возможно управление организацией, прежде всего оперативное.

Управленческий учет в отличие от финансового - учет не фактической величины имущества, затрат и доходов, состояния расчетов и обязательств, а учет факторов, обстоятельств и условий, влияющих на производственно-хозяйственную и финансовую деятельность предприятий. Он призван дать информацию для принятия решений по управлению экономикой предприятия и проверить эффективность выполнения принятых решений.

Следовательно, введение управленческого учета в практику работы системы потребительской кооперации Забайкальского края должно быть направлено, в первую очередь, на обеспечение менеджеров полной и достоверной информацией, необходимой для контроля за хозяйственной деятельностью и принятия решений по результатам этой деятельности.

Если внешнюю финансовую отчетность составляют по всему хозяйствующему субъекту и в ней находят отражение факты хозяйственной жизни, которые уже имели место, то управленческий учет включает в себя также информацию о деятельности отдельных подразделений предприятия, себестоимости реализации различных видов и групп товаров, уровнях прямых и косвенных расходов, издержках обращения по видам, местам возникновения, а также в части переменных и постоянных затрат.

Исторически нельзя сказать, что управленческий учет новое явление в системе потребительской кооперации. Существовавший в советское время производственный учет был нацелен на нормативный учет затрат, деление их на статьи калькуляции, элементы затрат. Все это было связано с калькулированием и контролем затрат. В тоже время практически не уделялось внимание формированию информации о предполагаемых доходах, прибыльности того или иного продукта, ценовой политике потребительской кооперации.

Поэтому современная система управленческого учета в потребительской кооперации должна обеспечивать планирование и контроль не только расходов, но и доходов. Только такой подход позволит получить реальный экономический

эффект от ведения внутреннего учета. Управленческий учет должен быть нацелен на объединение в единую систему планирования, учета и анализа затрат по видам, местам формирования и объектам калькулирования; учета и анализа инвестиций. Каждая из составных частей управленческого учета должна предусматривать методику аналитической оценки полученной информации с точки зрения возможностей использования для управленческих целей.

Управленческий учет по своему содержанию и назначению ориентирован на будущее. Данные управленческого учета позволяют выявить области наибольшего риска, узкие места в деятельности потребительской кооперации, малоэффективные или убыточные виды деятельности.

Следовательно, целью управленческого учета в системе потребительской кооперации является обеспечение менеджеров организации информацией, необходимой для принятия эффективных управленческих решений.

Исходя из цели, управленческий учет в потребительской кооперации призван решать ряд задач:

- формирование информации о внутрихозяйственных процессах и результатах деятельности и представление этой информации руководству системы потребительской кооперации путем составления внутренней управленческой отчетности;
- стратегическое и тактическое планирование финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации;
- формирование целевых потоков информации, направленных на решение конкретных задач управления потребительской кооперацией;
- контроль наличия и эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов потребительской кооперации;
- выявление, анализ отклонений от установленных норм, стандартов и смет и корректировка управляющих воздействий на ход производства и реализацию продукции (товаров, работ, услуг) в системе потребительской кооперации;
- измерение и оценка результатов финансово-хозяйственной деятельности потребительской кооперации в целом и в разрезе структурных подразделений, выявление степени рентабельности отдельных видов продукции, секторов и сегментов рынка;

- формирование информации, являющейся средством внутренней коммуникационной связи между уровнями управления и структурными подразделениями потребительской кооперации;
- выявление резервов повышения эффективности деятельности потребительской кооперации.

Построение системы управленческого учета в организациях потребительской кооперации, должно включать ряд подсистем:

- технология бизнес-процессов;
- показатели деятельности;
- нормативы деятельности;
- учет затрат;
- управленческие отчеты;
- учетная политика.

Для организаций потребительской кооперации как многоотраслевой системы деятельности становление и развитие управленческого учета связано с созданием центров ответственности.

Центры ответственности – отдельные объекты учета, которые позволяют совместить в одном учетном процессе места возникновения затрат с ответственностью возглавляющих их менеджеров. В работах отечественных экономистов [5, 6, 7] отмечается, что для создания и функционирования центров ответственности одним из важных моментов является критерий сбора информации. В этой связи в центрах ответственности целесообразным считается сбор информации по ряду укрупненных позиций:

- использование ресурсов;
- отклонения в процессе деятельности;
- финансовый результат.

По мнению автора в системе потребительской кооперации уже действуют укрупненные центры ответственности – райпо, руководители которых формируют информацию о деятельности. Наряду с этим, в каждом укрупненном центре (райпо) необходимо очерчивать зону ответственности подразделений, входящих в его состав. Для успешного функционирования центров ответственности среднего звена необходимо:

- выделение контролируемых статей затрат;

- определение границ ответственности руководителя центра;
- разработка нормативных показателей деятельности центра ответственности;
- установление форм и сроков представления отчетности.

Реализация этих направлений позволит менеджерам среднего звена выполнять основные требования к ведению управленческого учета:

- направленность на достижение поставленной цели деятельности;
- обеспечение альтернативных вариантов решения поставленной задачи;
- участие в выборе оптимального варианта и в расчетах нормативных параметров его исполнения;
- ориентация на выявление отклонений от заданных параметров исполнения;
- интерпретация выявленных отклонений, их анализ и выработка корректирующих воздействий.

Таким образом, поступательное и динамичное развитие системы потребительской кооперации во многом связано с созданием и функционированием такой информационной среды, которая позволяет оперативно принимать управленческие решения и оказывать воздействие на хозяйственную деятельность, а такая среда невозможна без управленческого учета.

Литература

1. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года // Российская кооперація

2. О бухгалтерском учете. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ//<http://ivo.garant.ru/>

3. Учетная политика организации. Положение по бухгалтерскому учету. Приказ МФ РФ от 06.10.2008 № 106н//<http://ivo.garant.ru/>

4. Е. Воронова, Управленческий учет в контексте Федерального закона «О бухгалтерском учете» // Аудитор, № 11, ноябрь 2013 г. - <http://ivo.garant.ru/>

5. Е. Воронова, Управленческий учет: рациональный подход// аудиторские ведомости, № 12, декабрь 2010 г. - <http://ivo.garant.ru/>

6. Т. Долгих Особенности элементов системы бухгалтерского управленческого учета на предприятиях хлебопечения // Международный бухгалтерский учет, № 19, май 2014 г. - <http://ivo.garant.ru/>

7. Е. Подсевалова, Проблемы внедрения управленческого учета на предприятии//Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет, № 9, сентябрь 2009 г. - <http://ivo.garant.ru/>

*Малахов Е. В.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ СТОРОНЫ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: СУЩНОСТЬ, ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ

В статье рассмотрены взаимоотношения основных субъектов системы заинтересованных сторон в потребительской кооперации. На материалах деятельности кооперативной системы Забайкальского края приведен пример разработки стратегии развития организации с учетом ожиданий заинтересованных лиц.

Ключевые слова: система заинтересованных сторон, стратегия развития организации, модели организационного совершенствования.

В настоящее время возникло много новых управленческих теорий, актуализирующих роль и значение заинтересованных сторон. Большинство из них (концепция заинтересованных сторон, теория призмы эффективности, модели организационного совершенства и др.) разработано в рамках системы всеобщего управления качеством (TQM). Для определения оптимальной стратегии развития и успешной ее реали-

зации организация должна четко идентифицировать заинтересованные стороны и учитывать их ожидания при разработке стратегических планов.

Цель данной статьи: выявить проблемы взаимоотношений заинтересованных сторон в потребительской кооперации, определить возможности формирования баланса их интересов при разработке стратегических планов кооперативных организаций.

В потребительском обществе к заинтересованным сторонам относятся: пайщики, руководители, сотрудники, поставщики товаров (работ, услуг), органы местного самоуправления. Для всех заинтересованных сторон потребительское общество представляет объект, о котором они должны проявлять заботу, реализуя на практике один из важных международных кооперативных принципов «Забота об обществе». Реализация данного принципа дает возможность пайщикам в процессе деятельности кооператива максимально удовлетворять свои потребности в товарах и услугах; руководителям и сотрудникам – получать место работы и заработную плату; бизнес-партнерам – доходы от совместной деятельности; органам местного самоуправления – возможность решать проблемы местного сообщества.

Одна из особенностей стратегического планирования в потребительской кооперации заключается в том, что пайщики могут лучше, чем кто-то другой, предусмотреть оптимальный вариант формирования и распределения ресурсов, правильное применение финансовым и основным средствам, так как пайщики в потребительском обществе выступают в роли двух субъектов: являются собственниками и одновременно – потребителями, и им не безразлично, какой ценой дается это потребление. Если конкурент лучше обеспечит их потребности, то они начнут отдавать предпочтение ему. Эта особенность стратегического планирования обуславливает необходимость объединения в Союзы, что позволяет координировать поддержку друг друга, расширять взаимосвязь, перераспределять ресурсы, использовать возможности информирования и защиты интересов пайщиков в различных органах государственной и муниципальной власти.

Интересы пайщиков выражают следующие органы управления:

- общее собрание пайщиков – как высший орган управления;

- совет потребительского общества – представительный орган;
- правление потребительского общества – исполнительный орган.

Кроме того, руководители потребительского общества (председатель и члены совета, избранные пайщиками; председатель и члены правления, назначенные советом) выступают в системе заинтересованных сторон не только как представители пайщиков, но и как выражатели своих собственных интересов – менеджеров кооперативной организации. На рис. 1 приведено графическое представление отношений между потребительским обществом и заинтересованными сторонами.

Совет потребительского общества должен обеспечить максимальное объединение усилий организации с заинтересованными сторонами, взаимовыгодные отношения с ними, а также защиту от неправильного поведения любой из сторон, способной отрицательно повлиять на баланс интересов сторон, и в конечном счете – на устойчивое и эффективное развитие организации.

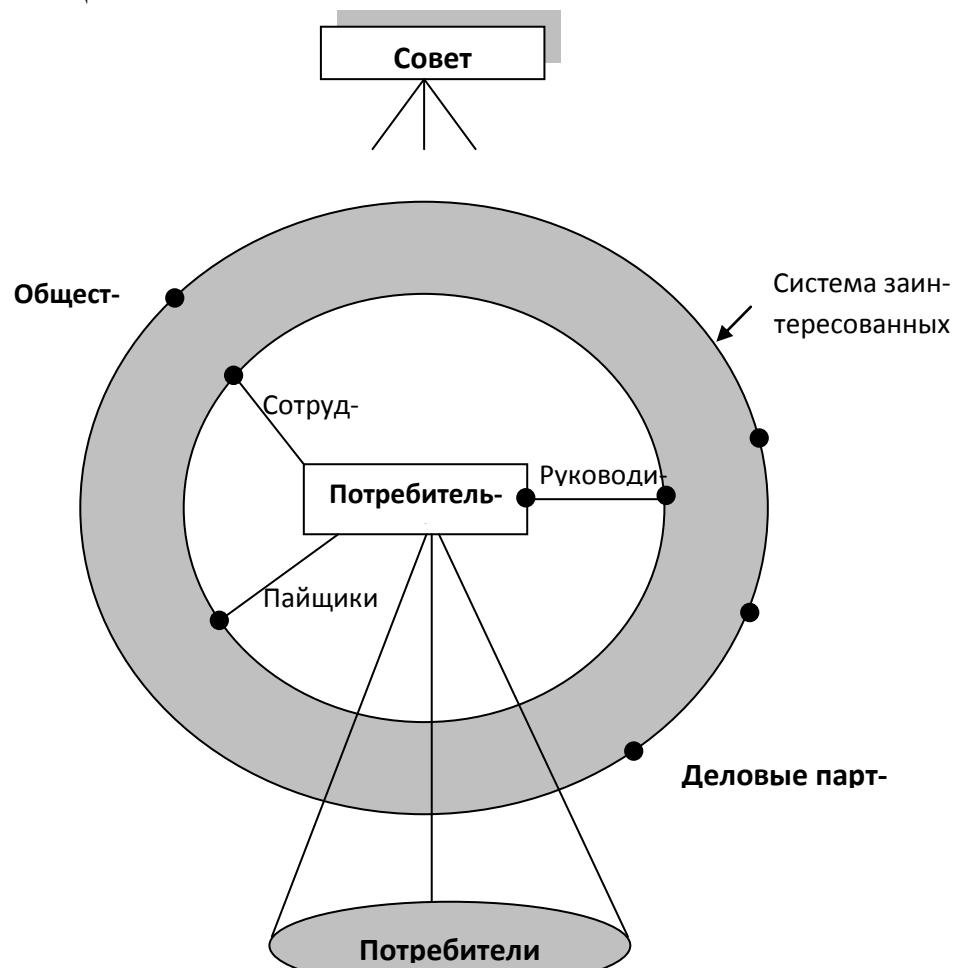


Рис.1. Система заинтересованных сторон

На практике же в системе заинтересованных сторон самым слабым субъектом является пайщик, поскольку существующая структура управления не всегда позволяет в полной мере выразить и защитить их интересы как собственников кооператива, что отрицательно оказывается на увеличении социальной базы. Так в системе Забайкальского крайпотребсоюза на 01.01.2014 г. – 2711 пайщиков, за последние 3 года было закооперировано всего 138 человек.

Другой важной частью стратегического планирования кооперативных организаций следует считать адаптацию к внешней среде. Необходимо планировать и осуществлять маркетинговые исследования на рынке товаров и услуг, а также и организацию сельскохозяйственных закупок. И в этом случае кооперативная организация при разработке стратегии своего развития должна учитывать как запросы потребителей, так и ожидания заинтересованных лиц. Приведем пример учета ожиданий заинтересованных лиц при разработке стратегических планов отрасли «Закупки сельхозпродукции» по системе потребительской кооперации Забайкальского крайпотребсоюза (табл.1).

Таблица 1
Формирование стратегии закупок сельхозпродукции
в потребительской кооперации Забайкальского
крайпотребсоюза с учетом ожиданий заинтересованных лиц

| | |
|-------------------------------|---|
| Заинтересованные лица | Пайщики кооперативных организаций (сдатчики сельхозпродукции) Менеджеры и сотрудники потребительских обществ Органы местного самоуправления Правительство Забайкальского края |
| Ожидания заинтересованных лиц | Пайщики, органы местного самоуправления, Правительство Забайкальского края: повышение денежных доходов сельского населения за счет увеличения закупок сельхозпродукции; формирование цивилизованного продовольственного рынка Менеджеры и сотрудники: увеличение объемов |

| | |
|----------------------------|---|
| | деятельности, повышение материальной заинтересованности, улучшение конкурентных позиций организаций |
| Вклад заинтересованных лиц | Пайщики: сдача сельхозпродукции кооперативным организациям Менеджеры и сотрудники: повышение уровня организации закупок и сбыта сельхозпродукции Органы местного самоуправления, Правительство Забайкальского края: установление «прозрачных» отношений в сфере госзакупок; предоставление кооперативным организациям льготных кредитов на закупку сельхозпродукции |
| Стратегии | Стратегия интенсивного роста закупок и сбыта сельхозпродукции Стратегия интеграции районных (сельских) и городских кооперативных организаций |
| Процессы | 1. Закупка сельхозпродукции в районах деятельности сельских потребительских обществ 2. Доставка закупленных сельхозпродуктов в городские кооперативные организации, на рынки г. Читы 3. Оптовая продажа сельхозпродуктов розничным сетям, предприятиям общественного питания, учреждениям образования и здравоохранения |
| Возможности | 1. Наличие достаточных источников сельхозпродукции и сырья в личных домашних хозяйствах населения 2. Наличие постоянного потребительского спроса на сельхозпродукцию в г. Чите 3. Льготные кредиты, предоставляемые правительством Забайкальского края на закупку сельхозпродукции 4. Квалифицированные заготовители сельхозпродукции 5. Холодильные камеры, овощехранилища, специализированный автотранспорт |

Таким образом, идентификация заинтересованных сторон, учет их ожиданий при разработке стратегических планов, оценка возможного вклада в деятельность организаций позволяют выбрать те стратегические инициативы, которые

обеспечат формирование и развитие долгосрочных конкурентных преимуществ потребительской кооперации в современных условиях.

Литература

1. Российская Федерация. Законы. Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (в ред. Федеральных законов от 11 июля 1997 года № 97-ФЗ, от 28 апреля 2000 года № 54-ФЗ, от 21 марта 2002 года № 31-ФЗ, от 23 апреля 2012 года № 37-ФЗ, от 2 июля 2013 года № 185-ФЗ).

2. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года. «Деловой вестник» Центросоюза РФ, № 4, 2008 г.

3. Минцберг Г., Альстранд Б., Лампель Ж. Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 367 с.

Степанов Н. П., Городкова С. А.

*Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ И АНТИГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ИХ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ БЕЗОПАСНОСТИ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Глобализация и локализация (антиглобализация) – противоположно направленные процессы, которые могут происходить в любой системе, в том числе и системе мировых экономических отношений.

Под системой понимается целое, состоящее из частей – элементов. Элементы, образующие систему, могут формировать те или иные структуры. Существуют общие закономерности поведения самых различных систем. Наиболее общим, применимым для всех систем без исключения, является утверждение о том, что отдельные части (элементы) системы могут находиться в упорядоченном, либо неупорядоченном, хаотическом по отношению друг к другу, состоянии. Хаос (**chaos**) – лишенный структуры, где термин «структур» (лат. **structura**) означает строение, устройство и используется для характеристики упорядоченных систем. Система может обладать структурой и быть, в некоторой степени упорядоченной, либо не иметь структуры и находиться в состоянии хаоса.

Между полярными состояниями порядка и хаоса существует плавный переход. Сущность этого перехода, например, перехода от хаоса к порядку, состоит в формировании и совершенствовании структуры, т.е. в развитии системы, в то время как обратный переход от порядка к хаосу должен сопровождаться разрушением структуры, т.е. деградацией структуры системы. В процессе перестройки система может многократно перестраивать структуру, для чего неизбежно изменение соотношения порядок / хаос. Поскольку при формировании порядка происходит связывание элементов системы, существовавших до этого локально, в структуру, то можно утверждать, что переход хаос – порядок является переходом от локального, изолированного состояния отдельных элементов к их упорядоченному, взаимосвязанному, глобальному состоянию, обладающему, в отличие от хаоса, определенной структурой. Следовательно, переход от хаоса к порядку можно интерпретировать как процесс глобализации системы, сопровождающийся развитием её структуры, в то время как обратный переход от порядка к хаосу, очевидно, является процессом локализации (антиглобализации) и связан с деградацией структуры системы.

Использование понятий «хаос» и «порядок» в контексте разговора о глобализации и антиглобализации имеет важное

значение, поскольку, с одной стороны, эти понятия можно использовать как аналоги понятий локальное и глобальное, а с другой стороны, понятия хаос и порядок могут быть описаны соответствующими физическими величинами. Известно, что мерой хаоса является энтропия - S (обесцененная энергия, заключенная в беспорядочном движении элементов). Мерой порядка можно считать потенциальную энергию взаимодействия элементов системы - U . Использование в процессе анализа физических величин, характеризующих рассматриваемое явление, делает возможным применение к анализу процесса глобализации математического аппарата. Из самых общих соображений следует, что при доминировании U система будет упорядочиваться, структурироваться и, таким образом, глобализироваться, а при доминировании S она будет хаотизироваться, деградировать и антиглобализироваться.

Таким образом, величина отношения $U / S = R$ является показателем упорядоченности состояния системы. Если $R \ll 1$, то $U \ll S$, и система будет находиться в хаотическом, неупорядоченном состоянии. При $R \approx 1$ ($U \approx S$), система находится на грани перехода от хаоса к порядку или от порядка к хаосу, в зависимости от преобладающих тенденций. В том случае, когда $R \gg 1$, $U \gg S$ - система оказывается упорядоченной. Исходя из вышесказанного, наиболее общее определение глобализации может быть сформулировано в следующем виде:

Глобализация - это процесс перехода системы от локального состояния существования её элементов к глобальному, сопровождающийся формированием структуры, происходящий вследствие превышения скорости изменения энергии упорядочивающего взаимодействия dU/dt между ее элементами над скоростью изменения энергии их хаотического движения dS/dt .

Скорость изменения физической величины – это её первая производная по времени, которая определяется как результат дифференцирования. Появление в определении

первых производных U и S (dU/dt и dS/dt) означает, что мы находимся на пути к написанию дифференциальных уравнений, которые всегда возникают при математическом описании сложного природного явления. В дифференциальные уравнения могут входить как физические величины, так и их производные первого, второго и более высоких порядков. Учёт производных высоких порядков может играть определяющую роль в быстро протекающих процессах, которые могут иметь место в поведении различных систем. Однако, в эволюционирующей системе учёт производных третьего порядка, в большинстве случаев, представляется не целесообразным, поскольку их влияние на конечный результат не велико. А вот учёт производных второго порядка, имеющих вид d^2U/dt^2 и d^2S/dt^2 , может оказаться необходимым, поскольку их физический смысл связан с ускорением, за которым стоит необходимость приложения силы и совершения работы, т.е. затраты энергии.

С учетом вышесказанного, уравнения, характеризующие состояние эволюционирующей системы должны выглядеть следующим образом:

$$\Pi = \sum_i (A_{i1}U_i + B_{i1}dU_i/dt + C_{i1}d^2U_i/dt^2), \quad (1)$$

$$X = \sum_k (A_{k2}S_k + B_{k2}dS_k/dt + C_{k2}d^2S_k/dt^2), \quad (2)$$

где Π и X – результирующие значения параметров, характеризующих порядок и хаос, одновременно присутствующих в системе; соответственно коэффициенты A_{i1} , B_{i1} , C_{i1} характеризуют определенный вид конструктивного (упорядочивающего) взаимодействия U_i , а коэффициенты A_{k2} , B_{k2} , C_{k2} – определенный вид механизма, обеспечивающего рост энтропии, т.е. разупорядочивания системы S_k . Значения i и k изменяются в пределах от 1 до некоторого значения, которое определяется индивидуально для каждого конкретного случая. В данной форме записи выражения (1) и (2) интегрально учитывают конструктивное и деконструктивное взаимодействие между всеми элементами, входящими в состав системы. В том случае, если в некоторый момент времени окажется, что $\Pi \gg X$, то это будет означать доминирование процессов упорядочивания (глобализации) и наоборот. Из урав-

нений (1, 2) следует, что упорядочивание или хаотизация системы, т.е. процесс изменения структуры, определяется как собственными свойствами системы, так и влиянием её окружения, т.е. внешней средой.

Способность системы изменять структуру называется эволюцией или революцией, в зависимости от скорости про текания процесса. И в том и другом случае изменения могут носить конструктивный либо деструктивный характер.

Одна и та же система в процессе изменений перестраивается и может формировать различные структуры. Это свойство систем называется полиморфизмом (гр. **polemorphos** – многообразный). Полиморфизм характерен для самых разнообразных систем, в том числе и для структуры системы экономических отношений внутри одного государства, которые, например, могут быть либо административно-командного типа, либо рыночными.

Возможно изменение и структуры отношений локальных цивилизаций, являющихся элементами общемировой системы экономических отношений. Отметим, что в кризисные моменты, когда происходит быстрое изменение величин, характеризующих порядок и хаос, в уравнениях (1, 2) необходимо учитывать и трети производные величин U и S , которые, в случае рассмотрения системы экономических отношений, будут связаны с geopolитическими устремлениями локальных цивилизаций, каждая из которых стремится обеспечить соблюдение собственных экономических интересов. В связи с этим, в кризисных условиях практически неизбежен полиморфизм экономической структуры локальных цивилизаций, связанных друг с другом различными видами взаимодействий, причинами которых являются специфические нарушения симметрии, основные из которых:

- неравномерность распределения природных ресурсов по локальным цивилизациям и макрорегионам;
- неравномерность уровня развития технологий;
- существенные различия в стоимости рабочей силы, отражающие демографическую ситуацию и формирующие миграционные потоки.

Изменение актуальности того или иного вида взаимодействия, геополитических устремлений, появление новых механизмов хаотизации отношений между отдельными локальными цивилизациями может привести к изменению структуры системы мировых политических, и, как следствие, экономических отношений. Это изменение структуры осуществляется при помощи антиглобализационных и глобализационных процессов, которые необходимо рассматривать как череду приспособительных реакций, обеспечивающих безопасность локальной цивилизации или государства в системе мировых экономических отношений.

Червонных М. И.

*Государственное научное учреждение
«Сибирский научно-исследовательский
институт сельского хозяйства»
Россельхозакадемии,
г. Омск, Россия.*

СВОЙСТВА ОПТИМАЛЬНОГО РЕШЕНИЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ЗЕРНА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЗАПАДНОЙ СИБИРИ

В статье изложены перспективы развития конкурентных преимуществ зернового производства региона на основе принятия оптимальных решений при производстве зерна, регулирования рынка зерна, стимулирования и расширения межхозяйственных связей, разработки конкурентных стратегий.

Ключевые слова: зерновое производство, рынок зерна, конкуренция, стратегия, оптимальное решение.

Одним из главных условий формирования эффективного конкурентного зернового производства является создание основы его расширенного воспроизводства, которое может

быть обеспечено при сбалансированных межотраслевых отношениях.

С экономической точки зрения оптимальные решения, полученные с помощью экономико-математического моделирования, обладают следующими основными свойствами: (рисунок 1.)

Свойства оптимального решения

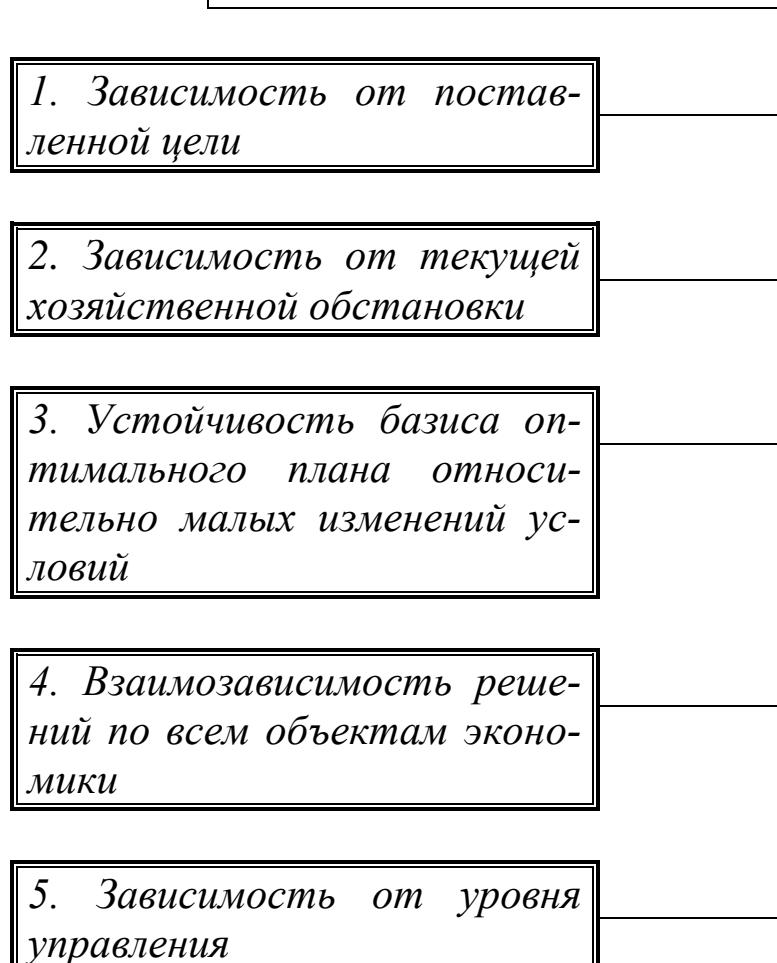


Рисунок 1. Свойства оптимального решения

1. Оптимальность решения зависит от целей, поставленных при планировании процесса производства зерна. Например, выбор типа транспорта по критерию стоимости перевозки зерна будет отличаться от выбора по критерию скорости.

2. Оптимальность решения зависит от текущей хозяйственной обстановки (иными словами, оптимум всегда конкретен, его нельзя вычислять абстрактно).

3. Существенные изменения оптимального варианта происходят только при значительных изменениях обстановки - это свойство называется устойчивостью базиса оптимального плана относительно малых изменений условий (т.е. оптимальные решения можно находить достаточно надёжно, несмотря на приблизительный характер почти всей экономической информации).

4. При определении взаимозависимости решений по всем объектам экономики особое значение имеют обратная связь объектов и издержки обратной связи. Например, если предприятия А и Б потребляют один и тот же ограниченный ресурс, то увеличение доли предприятия А уменьшает долю предприятия Б (обратная связь).

Возможно потребление данного ресурса (сырья, топлива высшего сорта) снижает производственные издержки. Тогда, увеличение доли предприятия А приведёт к экономии на этом предприятии и к дополнительным издержкам на предприятии Б в результате замены ресурса менее эффективным (издержки обратной связи).

5. Оценка рациональности конкретного мероприятия зависит от уровня управления: решение, оптимальное для отдельного предприятия, может быть неоптимальным для отрасли или экономики, а целом.

Возможности использования математических моделей для выбора оптимальных решений зависят от типа оптимизируемых процессов и характера решаемых вопросов. Выделяют три типа многовариантных проблем планирования и управления (рисунок 2.).

Типы проблем планирования и управления в зернопроизводстве

- | | |
|----|--|
| 1. | <p><u>Полностью структурированные проблемы:</u> все цели оптимизации и факторы оптимизирующего процесса поддаются количественному измерению; проблема может быть целиком представлена в виде экономико-математической модели или системы моделей; оптимальное решение находится на основе построенной модели некоторым математическим методом.</p> |
| 2. | <p><u>Частично или слабо структурированные проблемы:</u> менее четко определены цели; неизвестны количественные зависимости между некоторыми факторами; количественному анализу и оптимизации подвергаются отдельные части проблемы.</p> |
| 3. | <p><u>Неструктурированные проблемы:</u> невозможность количественного анализа; непредсказуемость факторов.</p> |

Рисунок 2. Типы проблем планирования и управления
в зернопроизводстве

Объектом для экономико-математического моделирования является полностью структурированные проблемы, ха-

рактеристики которых приведены в блоке 1 рисунка 2. Частично или слабо структурированные проблемы, определяются во втором блоке и являются объектами для методов системного анализа, сочетающих неформализованные решения специалистов с модельными расчётами по отдельным предметам.

Неструктурированные проблемы (блок 3) являются объектами для экспертных решений, принимаемых на основе опыта и интуиции специалистов

Уже длительное время главным тормозом практического применения математического моделирования в экономике является сложность наполнения разработанных моделей конкретной и качественной информацией. Точность и полнота первичной информации, реальные возможности её сбора и обработки во многом определяют выбор типов прикладных моделей. С другой стороны, исследования по моделированию экономики выдвигают новые требования к системе информации.

В зависимости от моделируемых объектов и назначения моделей используемая в них исходная информация имеет различный характер и происхождение. Она может быть разделена на две категории: о прошлом развитии и современном состоянии объектов (экономические наблюдения и их обработка) и о будущем развитии объектов, включающих данные об ожидаемых изменениях, их внутренних параметрах и внешних условиях (прогнозы). Вторая категория информации является результатом самостоятельных исследований, которые также могут выполняться посредством моделирования.

Методы экономических наблюдений и использование результатов этих наблюдений разрабатываются эконометрикой. Поэтому стоит отметить только специфические проблемы экономических наблюдений, связанные с моделированием экономических процессов.

В экономике многие процессы являются массовыми, они характеризуются закономерностями, которые не обнаруживаются на основании лишь одного или нескольких наблюдений. Поэтому моделирование в экономике должно опираться на массовые наблюдения.

Другая проблема порождается динамичностью экономических процессов, изменчивостью их параметров и структурных отношений. Вследствие этого экономические процессы приходится постоянно держать под наблюдением; необходимо иметь устойчивый поток новых данных. Поскольку наблюдения за процессами и обработка эмпирических данных обычно занимают довольно много времени, то при построении математических моделей экономики требуется корректировать исходную информацию с учётом её запаздывания.

Познание количественных отношений экономических процессов и явлений опирается на экономические измерения. Точность измерений в значительной степени предопределяет и точность конечных результатов количественного анализа посредством моделирования. Поэтому необходимым условием эффективного использования математического моделирования является совершенствование экономических измерителей. Применение математического моделирования заострило проблему измерений и количественных различных аспектов и явлений социально-экономического развития, достоверности и полноты получаемых данных, их защиты от намеренных и технических искажений.

В процессе моделирования возникает взаимодействие «первичных» и «вторичных» экономических измерителей. Любая модель в экономике опирается на определённую систему экономических измерителей (продукции, ресурсов элементов и т.д.). В то же время одним из важных результатов экономико-математического моделирования является получение новых (вторичных) экономических измерителей - экономически обоснованных цен на продукцию различных отраслей, оценок эффективности разнокачественных природой ресурсов, измерителей общественной полезности продукции. Однако, эти вторичные измерители могут испытывать влияние недостаточно обоснованных первичных измерителей, что вынуждает разрабатывать особую методику корректировки первичных измерителей для экономических моделей.

С точки зрения «интересов» моделирования экономики в настоящее время наиболее актуальными проблемами со-

вершенствования экономических измерителей являются: оценка результатов интеллектуальной деятельности (особенно в сфере научно-технических разработок, индустрии информатики), построение обобщающих показателей экономического развития, измерение эффектов обратных связей (влияние экономических и социальных механизмов на эффективность производства).

Для методологии планирования экономики первостепенное значение имеет понятие неопределённости экономического развития. В исследованиях по экономическому прогнозированию и планированию различают два типа неопределенности:

- истинную - обусловленную свойствами экономических процессов;
- информационную - связанную с неполнотой и неточностью имеющейся информации об этих процессах. Истинную неопределенность нельзя смешивать с объективным существованием различных вариантов экономического развития и возможностью сознательного выбора среди них эффективных вариантов. Речь идет о принципиальной невозможности точного выбора единственного (оптимального) варианта.

В развитии экономики неопределенность вызывается тем, что ход планируемых и управляемых процессов, а также внешние воздействия на эти процессы не могут быть точно предсказаны из-за действия случайных факторов и ограниченности человеческого познания в каждый момент. Особен-но характерно это для прогнозирования научно-технического прогресса, потребностей общества, экономического поведения. Неполнота и неточность информации об объективных процессах и экономическом поведении усиливают истинную неопределенность.

На первых этапах исследований по моделированию зернопроизводства применялись в основном модели детерминистского типа. В этих моделях все параметры предполагаются точно известными. Однако, детерминистские модели неправильно понимать в механическом духе и отождествлять их с моделями, которые лишены всех «степеней выбора» (воз-

можностей выбора) и имеют единственное допустимое решение. Классическим представителем жёстко детерминистских моделей являлась оптимизационная модель зернового хозяйства Западной Сибири, которая применялась для определения наилучшего варианта экономического развития среди множества допустимых вариантов.

В результате накопления опыта использования жестко детерминистских моделей были созданы реальные возможности успешного применения более совершенной методологии моделирования экономических процессов, учитывающих статистику и неопределённость.

Здесь можно выделить такие основные направления исследований как: усовершенствование методики моделей жестко детерминистского типа, проведение многовариантных расчётов и модельных экспериментов с вариацией конструкции модели и её исходных данных, изучение устойчивости и надежности получаемых решений, выделение зоны неопределенности, включение в модель резервов, применение приёмов, повышающих приспособляемость экономических решений вероятным и непредвиденным ситуациям, а также распространение моделей, непосредственно отражающих сложность и неопределенность экономических процессов и соответствующий математический аппарат: теорию вероятностей и математическую статистику, теорию игр и статистических решений, теорию массового обслуживания, стохастическое программирование, теорию случайных процессов.

Базовыми инструментами управления производством зерна на предприятиях Западной Сибири выступают:

1. Стратегическое и текущее планирование.
2. Оперативное управление использования производственных мощностей.
3. Всеобъемлющий контроль.

Долгосрочные цели управления производством зерна, равно как и развитие производственного потенциала предприятия в целом, определяются производственной политикой, формируемой на уровне высшего руководства хозяйст-

вующего субъекта и реализуемой его агрономической и инженерной службами.

Основными факторами, определяющими особенности организации управления производства зерна, на уровне предприятия в условиях обеспечения конкурентоспособности выступают:

А) Факторы внешнего характера:

1. Объективные сложности переходного периода в лице несформировавшихся в полном объеме производственных сырьевых и финансовых рынков, незавершенного процесса создания нового законодательства, слабыми темпами роста экономической активности и т.п.

2. Негативные последствия кризиса в экономике, а именно- высокие темпы инфляции, дороговизна кредитных ресурсов, нарушение традиционных хозяйственных связей, низкая степень надежности вновь создаваемых коммерческих и финансовых структур и другие негативные последствия.

3. Информационная непрозрачность ресурсных и финансовых рынков (например, рост цен на горюче-смазочные материалы).

4. Недостаточно эффективная финансовая политика государства, проявляющаяся, прежде всего, в налоговой системе, которая имеет откровенно конфискационный характер.

Б) Факторы внутреннего характера:

1. Хронический дефицит свободных финансовых ресурсов на предприятии. По итогам 2008 года 40% зернопроизводящих предприятий в Западной Сибири сработали с низкой рентабельностью или убыточно.

2. Вынужденная ориентация предприятия на минимизацию всех видов затрат, прежде всего, в форме инвестиций в собственное капитальное развитие.

3. Недостаточная квалификация специалистов производственных служб, особенно специализирующихся на нетрадиционных, ранее производственных операциях, таких как лизинговые (долгосрочная аренда оборудования), маркетинговое исследование и т.д.

Организация и накопление мощностей предприятий определяется их отраслевой принадлежностью и особенностями движения производимого зерна, поэтому необходима коопeração промышленных, сельскохозяйственных, транспортных и других предприятий. Особенности организации управления на зернопроизводящих предприятиях Западной Сибири определяются более или менее устойчивым производством и реализацией зерна, способствующим, при прочих равных условиях, стабильному кругообороту авансируемых средств и увеличению рентабельности. Для зернопроизводящего предприятия характерны стоимостные формы авансируемых средств и их обрачиваемость. Основу организации хозяйственной деятельности и управления производством приватизированных предприятий (акционерных, частных) составляет коммерческий расчет на принципах самоокупаемости, самофинансирования и самоконтроля. При этом появляются в производстве качественно новые явления, такие как коммерческий и финансовый риски, экономическая несостоятельность и банкротство, которые наступают при игнорировании этих принципов.

Самоокупаемость означает, что издержки производства коммерческие и управленические расходы предприятия полностью возмещаются за счет выручки от реализации зерна, за вычетом НДС (косвенный налог).

Выручка выступает в качестве источника возмещения материальных и приравненных к ним затрат по оплате труда, потребленной части основных средств и нематериальных активов или износа в форме амортизации. Таким образом, выручка восстанавливает авансируемые в производство оборотные средства зернопроизводящих предприятий и образует амортизационные средства, накопление которых и призвано обеспечить их воспроизведение.

Самофинансирование предполагает, что полученная прибыль и накапливаемые амортизационные отчисления, составляющие собственные финансовые ресурсы предприятия, могут обеспечить его потребности по воспроизведству средств производства и рабочей силы полностью, либо при

расширении производства частично с привлечением средств из вне, что возможно лишь при финансовой устойчивости предприятия.

Самоконтроль на предприятии осуществляется финансовым подразделением административно-управленческого аппарата. Если это акционерное общество, то контроль осуществляется его ревизионной комиссией. Самоконтроль или внутренний аудит основывается на финансово-хозяйственном анализе предприятия, выявления факторов и усилий, улучшающих его финансовое положение в выработке мер по преодолению негативных моментов использования резервов производства, повышение рентабельности и другие. Таким образом, внутренний аудит выступает в качестве инструмента менеджмента на предприятии.

Производственные отношения выступают как совокупность внутренних и внешних отношений предприятия, связанных с выпуском товаров, оказанием услуг или проведением работ. Производственные отношения классифицируются следующим образом:

1. По характеру:

- финансовые требования предприятия, отношения, связанные с получением им финансовых ресурсов за отгруженную продукцию, оказанные услуги в форме возмещения нанесенного ущерба и т.п.;

- производственные обязательства предприятия как отношения, связанные с процессом передачи им производственных ресурсов в ходе хозяйственной деятельности.

2. По продолжительности:

- разовые, связанные с единовременной произведенной производственной операцией;

- долговременные, связанные с неоднократными проведенными производственными операциями в процессе длительно хозяйственных связей;

- постоянные, сохраняющиеся на весь период производственного цикла.

3. По направленности:

- внутренние, например, расчеты по эффективности использования производственных мощностей;
- внешние, например, расчеты с поставщиками и посредниками.

Производственные отношения предприятия как объекта управления организуются и реализуются в несколько последовательных этапов:

1. Планирование процесса организации производственных отношений, исходя либо из действующего законодательства, либо из степени выгодности для предприятия, например, при установлении норм и принципов хозяйственного расчета в подразделениях предприятия.

2. Оперативное управление производственными отношениями, обеспечивающее соблюдение ранее определенных участниками условий в части объема выпуска продукции, сроков выпуска и качества продукции.

3. Промежуточный и финишный контроль за развитием результатов производственных отношений в части их количественных и качественных результатов.

Производственные обязательства выступают в роли важнейшего объекта управления хозяйственной деятельностью, определяющего показатели, характеризующие ритмичный и стабильный выпуск продукции, товаров и услуг.

Общая структура и характер производственных обязательств:

1. Внешние производственные обязательства предприятие несет перед:

- государством, в лице бюджетов и внебюджетных фондов соответствующих уровней в форме выплаты налогов и приравненных к ним платежей в объемах и в сроки, установленные действующим законодательством;

- партнерами по хозяйственной деятельности, в лице поставщиков, подрядчиков, банков, кредиторов, страховых компаний и т.п. при реализации предприятия своей части производственных аспектов, заключенных договором.

2. Внутренние производственные обязательства предприятие несет перед:

- собственниками, в части выплаты, установленной ими части чистой прибыли в форме предпринимательского дохода или дивидендов по результатам деятельности в расчетном периоде;
- филиалами и дочерними фирмами, в части платежей, установленных условиями, заключенных с ними соглашений или разовыми распоряжениями руководства;
- наемным персоналом, в части выплаты заработной платы в размерах и в сроки, установленных трудовыми контрактами или оговоренных в условиях коллективного договора или соглашении.

Общая последовательность реализации производственных обязательств определяется, прежде всего, текущими условиями функционирования производственного процесса. В нормальных условиях, когда предприятие располагает достаточными для реализации собственных обязательств ресурсами, соответствующие расчеты осуществляются в сроки, оговоренные в планах предприятия, а также заключенными ранее хозяйственными, кредитными и трудовыми договорами. В кризисной же ситуации, когда на расчетном счете предприятия отсутствует необходимая для соответствующего платежа сумма, то необходимо проведение организационных мероприятий по оздоровлению сложившейся ситуации.

Литература

1. Гурнов, И. П. Инновационное развитие и конкурентоспособность / И. П. Гурнов - М.: ТЕИС, 2010.
2. Кошелев, Б. С. Зерновое производство Западной Сибири: экономико-технологические аспекты: монография/ Б. С. Кошелев, И. Ф. Храмцов – Омск: ИПЦ «Сфера», 2012. – 282 с.
3. Перский, Ю. К. Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты / Ю. К. Перский - М: ТЕИС, 2011.
4. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентностью организации: Учебник. / Р. А. Фатхутдинов - М.: ЭКСМО, 2010 – 544 с.

Ялина Н. В.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

Потребительская кооперация: состояние и перспективы ее развития

До конца 80-х годов XX в. система потребительской кооперации (ПК) функционировала в условиях административно-командной экономики. В этот период происходит тотальное огосударствление кооперации, формализация кооперативного движения, ликвидация отдельных видов кооперативов. В начале 90-х годов начался новый этап развития потребительской кооперации, обусловленный ее вхождением в рыночные отношения.

Ключевые слова: постсоветская Россия, потребительская кооперация Забайкальского края

Решающим этапом практического реформирования экономики является создание цивилизованного рыночного хозяйства, ориентированного на социальные цели. Становление рыночных отношений, развитие предпринимательской деятельности наталкивается на социальные и экономические противоречия. Большинство рыночных структур коммерциализируется. Их основная цель - извлечение прибыли. В этих условиях потребительская кооперация остается некоммерческой структурой и ставит социальные задачи по защите интересов своих членов посредством нейтрализации или смягчения негативных тенденций в сфере обращения.

С одной стороны, потребительская кооперация призвана выполнять социальные задачи потребителя, с другой - должна соответствовать рыночным условиям и способствовать развитию предпринимательской деятельности на базе кооперативов. Для развития потребительской кооперации в условиях рынка, обеспечения выполнения ею социальных функций необходимо соблюдение основного требования ры-

ночных отношений: они должны развиваться в правовой среде, которая регламентирует деятельность всех хозяйствующих субъектов.

Под реформой предприятий потребительской кооперации нами понимается изменение принципов действия коммерческих организаций в сторону их реструктуризации, улучшения управления предприятиями, повышения эффективности производства и конкурентоспособности выпускаемой и реализуемой продукции, производительности труда, снижения издержек, улучшения финансово-экономических результатов деятельности. Необходим также комплекс мер по государственной поддержке указанных изменений.

Одним из основных препятствий на пути к экономическому росту в сфере потребительской кооперации является медленный процесс преобразований на уровне предприятий. К числу наиболее характерных для настоящего времени проблем, препятствующих их эффективному функционированию в сложившихся рыночных отношениях, следует отнести:

1) неэффективность системы управления предприятием, обусловленную:

- отсутствием стратегии в деятельности предприятия и ориентацией на краткосрочные результаты в ущерб средне- и долгосрочным;
- недостаточным знанием конъюнктуры рынка;
- неэффективностью финансового менеджмента и управления издержками производства;
- низким уровнем квалификации менеджеров и персонала, отсутствием трудовой мотивации работников;

2) низкий уровень ответственности руководителей перед предприятием и работниками за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества предприятия, а также финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

Несмотря на законодательное закрепление ряда положений, позволяющих работникам (пайщикам) контролировать деятельность предприятия, реальный механизм разграничения функций, полномочий и ответственности между

собственниками и управляющими еще не отложен. Отсутствует механизм получения достоверной информации о финансово-экономическом положении предприятия для собственников, акционеров, пайщиков, потенциальных инвесторов и кредиторов, а также для органов исполнительной власти.

Подчиненность системы бухгалтерского учета целям налогообложения деформирует реальную картину финансово-экономического состояния предприятия. Действующая система бухгалтерского учета приводит к исполнению соотношения расходов и доходов предприятия, а именно:

- обложению налогами фиктивной прибыли, возникающей при продаже продукции ниже себестоимости;
- лишению предприятия права самостоятельной классификации расходов на капитальные и текущие затраты, а также расходов будущих периодов.

Недостаточный объем достоверной экономической и маркетинговой информации затрудняет принятие управленческих решений на уровне предприятия и определение степени риска при принятии договорных обязательств.

Для устранения отмеченных негативных тенденций необходимо сконцентрировать внимание на обеспечении эффективного развития предприятия как основного структурного элемента системы потребительской кооперации. Это подразумевает изменение, как среды функционирования предприятия, так и методики стимулирования внутренних преобразований на предприятиях потребительской кооперации.

Целью реформирования предприятий и всей системы потребительской кооперации является реструктуризация, способствующая улучшению управления на предприятиях, стимулированию их работы по повышению эффективности производства, конкурентоспособности продукции, развитию заготовительной деятельности и общепита. Сюда же следует отнести комплекс мер, которые позволяют добиться роста производительности труда, снижения издержек, улучшения финансово-экономических результатов.

В условиях экономического спада и кризиса неплатежей система потребительской кооперации не способна ре-

формироваться самостоятельно без государственной поддержки.

Приоритетными задачами реформы предприятий и всей системы потребительской кооперации являются:

а) обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия;

б) защита прав акционеров;

в) четкое разграничение ответственности участников (учредителей) и управляющих, развитие механизмов корпоративного управления, обеспечение свободного перераспределения прав участия в капитале АО;

г) обеспечение учредителей, акционеров, участников, инвесторов, кредиторов достоверной информацией о финансово-экономическом положении предприятия;

д) создание эффективного механизма управления предприятием.

Для реализации поэтапного стимулирования государством перехода предприятий потребительской кооперации на рыночные принципы функционирования необходимо:

1. Определить требования (оценочные критерии), предъявляемые к реформируемому предприятию, включая:

- ведение реестра акционеров;

- наличие бизнес-планов на среднесрочную и долгосрочную перспективы;

- отсутствие текущей задолженности по уплате налогов;

- снижение доли неденежных форм расчетов;

2. Разработать комплекс мер по стимулированию выполнения предприятиями предъявляемых требований

3. Создать предпосылки к реформированию предприятий путем значительного увеличения уставного капитала для обеспечения гарантий удовлетворения возможных требований кредиторов. Это подразумевает:

- повышение ответственности руководителей предприятия за сокрытие информации от участников (соучредителей), акционеров;

- организацию подготовки и переподготовки руководителей и специалистов предприятий.

4. Способствовать улучшению экономического положения предприятий, повышению конкурентоспособности их продукции, стимулированию инвестиционной деятельности на основе мер, предусматривающих:

- изменение амортизационной политики в части обеспечения свободного выбора методов этой политики (использование ускоренной амортизации, нелинейных методов амортизации, в том числе метода уменьшающегося остатка с применением удвоенных амортизационных норм, метода суммы лет, специальной первоначальной амортизационной скидки), упрощение и укрупнение норм амортизации;

- организацию переподготовки бухгалтеров и экономистов предприятий по специально разработанным программам обучения.

Переход к рыночной экономике требует серьезного финансового оздоровления всех звеньев и отраслей кооперативного хозяйства. В наибольшей мере это касается сельских потребительских обществ и основной сферы их деятельности – торговли. Неотъемлемой частью коммерческого расчета в потребительской кооперации является режим экономии, который заключается в рациональном расходовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Важной задачей для финансового оздоровления торговой деятельности сельских потребительских обществ является оптимизация объемов и состава издержек обращения.

Предприятия потребительской кооперации могут успешно функционировать только в том случае, если они готовы к конкурентной борьбе за потребителя и способны предложить ему конкурентоспособный высококачественный товар. Чтобы завоевать и сохранить превосходство на рынке, недостаточно просто предложить товар. Необходимо обладать эффективно функционирующей системой сбыта. Для успешной и длительной работы на рынке предприятие обязано разрабатывать собственную стратегию в области управления конкурентоспособностью. При этом следует учитывать экономическое состояние районного или регионального рын-

ков, их сегментацию, расчетный уровень цен, ожидаемую конкуренцию, а также развитие перспективных рынков.

Конкурентоспособность - это многоаспектная категория, включающая в себя ряд синергетически взаимосвязанных элементов: информационных, управлеченческих, маркетинговых, финансовых и т.п. Достижение приоритетов по каждому из этих направлений обеспечивает бесспорное преимущество предприятия в конкурентной борьбе. Для предприятий потребительской кооперации такой суммарный эффект в ближайшее время маловероятен в силу множества объективных и субъективных причин. В связи с этим необходима концентрация сил на достижении стратегических, наиболее важных преимуществ системы, а также на возможности использования новых способов конкуренции.

Имеющиеся конкурентные преимущества (разветвленная материально-техническая база, опытные кадры, сложившиеся хозяйствственные связи, возможность совершенствования сервисного обслуживания) реализуются не в полной мере. Обеспечение конкурентоспособности предприятия – это реализация детально проработанной экономической стратегии его развития, что предполагает эффективное достижение целей за счет рационального использования экономических методов и средств. В рыночных условиях каждое предприятие разрабатывает свою собственную экономическую стратегию. Отправной точкой при этом служит определение стратегической цели хозяйствования.

Стратегической целью и основной линией развития предприятий потребительской кооперации (ПК) должно стать, на наш взгляд, достижение финансовой устойчивости. Другими словами на данном этапе развития отечественной системы потребительской кооперации приоритетным аспектом является финансовый. Достаточность реального собственного капитала, обеспеченность собственными оборотными средствами и безбыточность способствуют решению всех других задач жизнедеятельности системы ПК (и социальных, и связанных с внедрением эффективного маркетинга и развитием инвестиций).

Основными аспектами стратегии потребительской кооперации должны стать:

- диверсификация деятельности, в том числе за счет освоения новых, приоритетных видов деятельности;
- качественная оценка конъюнктуры регионального рынка;
- перепрофилирование мощностей;
- активный маркетинг;
- комплексная автоматизация всех отраслей деятельности в сфере ПК;
- информационное обеспечение;
- использование преимуществ кредитной, финансовой, налоговой политики.

Выделим основные пути обеспечения конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации:

- сохранение целостности системы потребительской кооперации как социально-экономической структуры;
- обеспечение функционирования неприбыльных, но социально значимых предприятий (перераспределение затрат);
- развитие форм взаимовыгодного сотрудничества с местной администрацией;
- обеспечение господдержки в решении социальных задач;
- развитие собственного производства в комплексе отраслей потребительской кооперации;
- развитие корпоративной культуры.

Анализ архивных материалов за последние годы позволил сделать вывод о том, что деятельность потребительской кооперации Забайкальского края очень разнообразна. В основе ее лежит торговое обслуживание сельского населения. В районах предприятиями ПК организованы работы по сбору, заготовке и хранению сельскохозяйственной продукции, звероводству.

Заготовительная деятельность предприятий потребительской кооперации - основа успешной работы перерабатывающей промышленности. Через предприятия потребительской кооперации решаются вопросы об эффективных формах

сотрудничества с сельскохозяйственными организациями, личными подсобными хозяйствами граждан.

В целом потребительская кооперация Забайкальского края располагает материально-технической базой по заготовке, производству, переработке и реализации заготовленной и закупленной продукции. Потребкооперация имеет широкую сеть магазинов и предприятий общественного питания в районных центрах и сельской местности края. Отсюда очевидно, что потребительская кооперация Забайкальского края обладает большим потенциалом и может характеризоваться как заготовительно-производственный торговый комплекс со значительной материально-технической базой и большими товарными ресурсами, которые являются фундаментом конкурентной борьбы за место в рыночной экономике.

Для потребительской кооперации рыночные условия означают использование заложенной в самой ее сути экономической свободы. Одним из направлений развития этого процесса является научное обоснование концептуального подхода и последовательная работа по его практическому осуществлению. Без этого вся система потребительской кооперации не сможет выполнить объективно заложенные в ней функции, в полной мере включиться в социально ориентированную экономику всей страны и воспроизводиться как эффективная подсистема экономики.

Эффективное функционирование потребительской кооперации является залогом ее динамичного развития. В основу структуры экономики потребительской кооперации Забайкальского края должна быть положена принципиально новая модель, учитывая особенности психологии пайщиков, традиции, понимание современного общества, принципы справедливости. Научно-обоснованный концептуальный подход как к потребительской кооперации в целом, так и к направлениям ее дальнейшего развития позволяет сформировать оптимальную модель системы потребительской кооперации в крае и определить рациональный путь ее трансформации в самовоспроизводящуюся систему.

Предполагаемая новая модель социально-экономического развития ПК Забайкалья - всеобщее акционирование всех звеньев системы потребительской кооперации, что означает эволюционный переход от частичного к полному акционированию экономической, коммерческой и финансовой деятельности всех субъектов потребительской кооперации. Этот масштабный процесс должен охватить все предприятия, имеющие юридический статус акционерных обществ, а также потребительские общества, пайщиками которых могут стать юридические и физические лица потребительской кооперации.

Интеграция потребительских обществ в союзы заложит прочный фундамент для эффективной хозяйственной деятельности единой акционированной потребительской кооперации Забайкальского края, позволит предотвратить рост числа убыточных предприятий, реорганизовать недееспособную ныне структуру. Вместе с тем, акционирование системы потребительской кооперации будет:

- а) стимулировать предпринимательскую деятельность и трудовую активность;
- б) ограничивать не оправданные в социальном плане денежные доходы отдельных лиц;
- в) сдерживать рост цен и прибылей при инфляционной сбалансированности;
- г) обеспечивать рост и укрепление доходной базы.

Акционерная модель дальнейшего развития хозяйственной деятельности потребительской кооперации не противоречит Закону РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах и их союзах) в Российской Федерации».

Такая модель устанавливает более четкие границы обеспечения потребительской кооперации централизованными кредитными ресурсами для развития отраслей ее деятельности и необходимости инвестиционного кредитования, способствует поддержке социальной сферы. В условиях акционерной формы хозяйствования предприятий и деятельности организаций потребкооперации создается мощная база для реализации их имущественных прав, ограничивается или ис-

ключается возможность незаконного изъятия имущества и других средств, повышаются требования к имущественной ответственности самих предприятий и организаций потребкооперации.

Переход предприятий потребительской кооперации к акционерной форме хозяйствования нужен для того, чтобы упрочить экономическое положение предприятий как товаропроизводителей, создать для этого благоприятные финансовые и налоговые условия, шире внедрять в практику хозяйствования партнерские отношения, основанные на добросовестной конкурентной борьбе за потребителя товаров и услуг.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. — М.: Проспект, 2014. — 544 с.
2. Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» в ред. Федеральных законов от 11.07.1997 №97-ФЗ, от 28.04.2000 №54-ФЗ, от 21.07.2014 №31-ФЗ.
3. Елютин О. Кооперация в России — невостребованный опыт // Наука и жизнь. — 2014. — №5. — С.58-64.
4. Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2015 года.

ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Андреева С. В.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕРВИСА

В статье рассматривается анимация как направление обслуживания туристов. Определены виды и структура анимационной деятельности, её особенности в сфере гостиничного обслуживания. Рассмотрены вопросы повышения конкурентоспособности предприятий сервиса в результате предоставления анимационных услуг.

Ключевые слова: анимационный сервис, анимационная деятельность, анимационная индустрия.

Под влиянием политических, социально-экономических, культурных тенденций современная сфера досуга претерпевает сегодня значительные изменения. Достижения и противоречия цивилизации XXI века, предельные физические, интеллектуальные и психические нагрузки на индивида, вызванные интенсификацией производства, усложнением процесса владения, возрастающим объемом информации, социальной напряженностью и рядом других объективных факторов, обусловили необходимость формирования у каждого человека потребности и способности рационально строить свое свободное время, осуществлять выбор созидательных форм досуга.

В настоящее время, в связи с расширением объема сервисных услуг, анимационная деятельность получает все более широкое распространение в индустрии гостеприимства.

Мировая практика показала, что анимационная деятельность является эффективным методом воздействия на повы-

шение уровня конкурентоспособности предприятий, равных по состоянию спектра основных и дополнительных услуг.

Анимационная индустрия ряда стран превращена в выгодную сферу вложения капитала с коротким периодом окупаемости. Развитая конкурентоспособная сеть предприятий обеспечивает человеку обширный добровольный выбор конкретной формы и способа развлечения, которые напрямую зависят от инфраструктуры, то есть совокупности социальных учреждений, объектов и сооружений, являющихся материальной базой обеспечения эффективной анимационной деятельности.

Отечественная социальная политика в сфере формирования и внедрения как соответствующих форм анимационной деятельности, так и ее инфраструктуры, обогащаясь опытом других стран, должна учитывать национальные традиции и культуру, быть способной конкурировать с зарубежными образцами, представлять по отношению к ним привлекательную альтернативу.

Все это позволяет представить анимацию как комплекс различного рода услуг структурного, содержательного, организационного и технологического характера, объединяющих предприятия и учреждения различного рода деятельности.

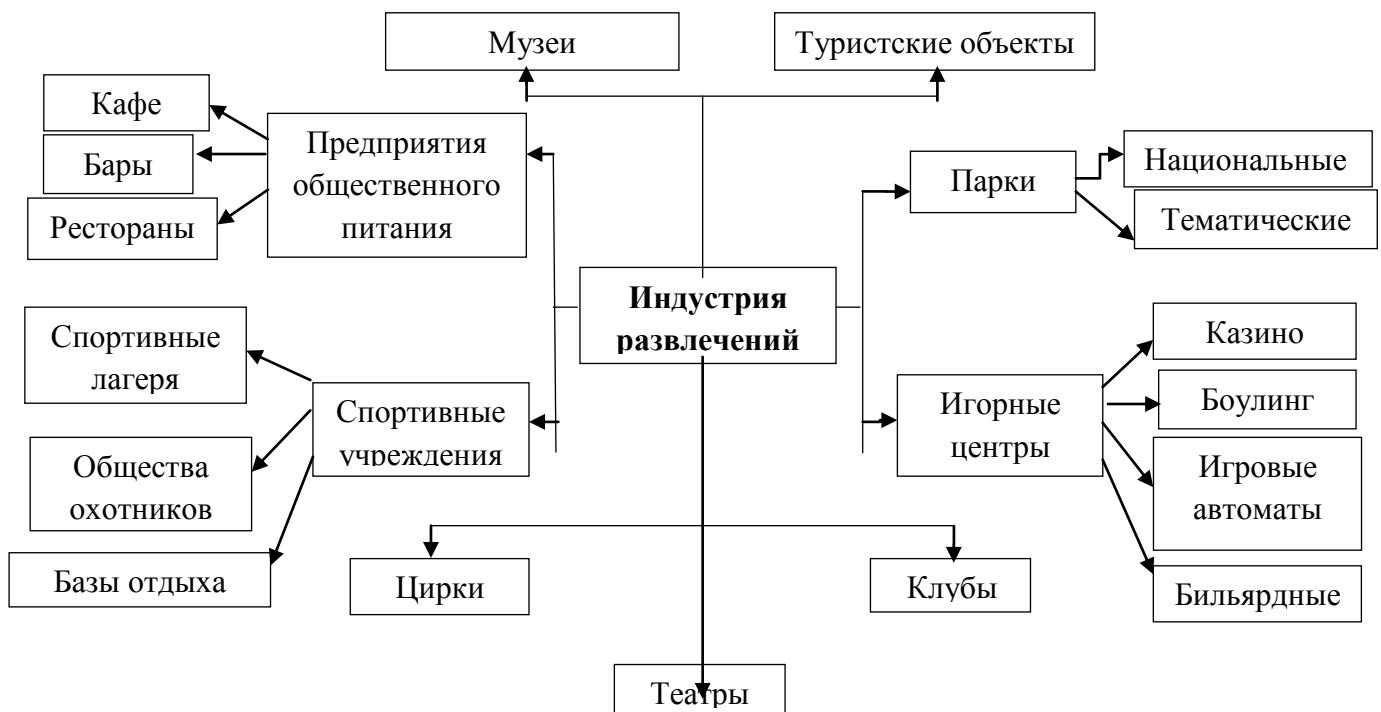


Рис. 1. Инфраструктура индустрии развлечений

Анимационная деятельность играет важную роль в структуре туристского продукта и выполняет ряд очень важных функций, основными (базовыми) из которых являются психологические, педагогические и рекламные.

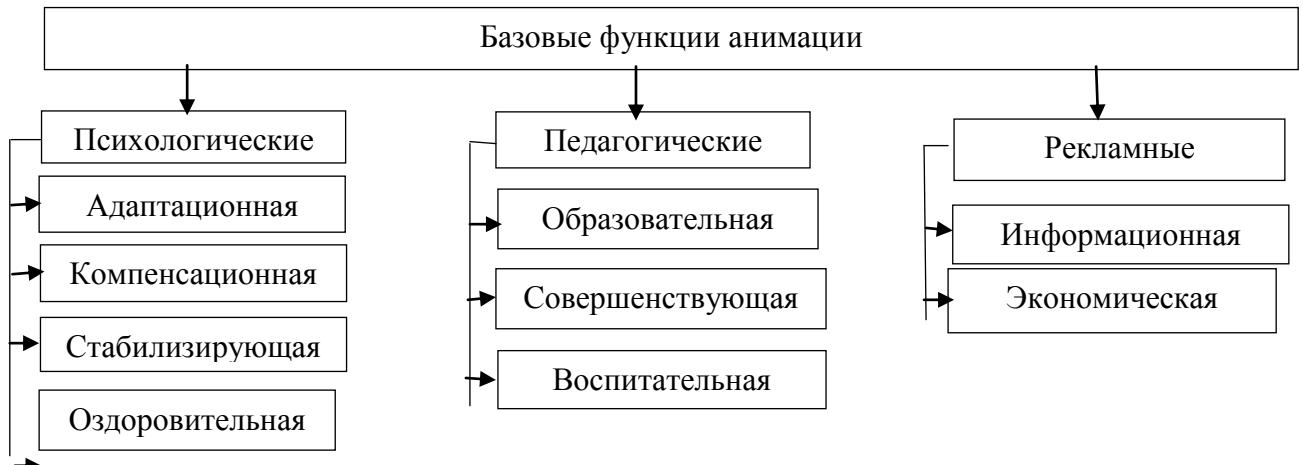


Рис. 2. Основные функции анимации

Такое разнообразие функций туристской анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, разновидностей анимационных программ и мероприятий.

В анимационном сервисе можно выделить несколько видов анимации, удовлетворяющих различные потребности человека.

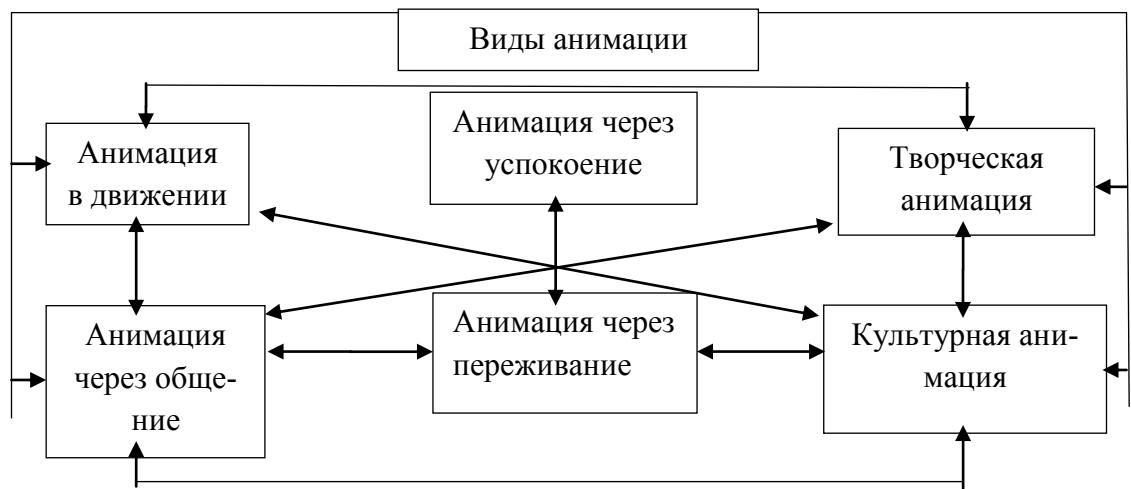


Рис. 3. Виды анимационного сервиса

✓ *Анимация в движении* – удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием и приятными переживаниями.

✓ *Анимация через переживание* – удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при преодолении трудностей, при открытиях, при общении.

✓ *Анимация через общение* – удовлетворяет потребность в общении с новыми и интересными людьми, с открытием их внутреннего мира и познанием себя через общение.

✓ *Анимация через успокоение* – удовлетворяет потребность людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакта с природой, потребностью в покое и «праздной лености».

✓ *Культурная анимация* – удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через соприкосновение с памятниками и современными образцами культуры страны, региона, народа, нации.

✓ *Творческая анимация* – удовлетворяет потребность человека в творчестве, в демонстрации своих творческих со-зидательных способностей, в установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество, сотворчество.

Реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер по отношению к данным видам анимации, а перечисленные виды анимации являются составляющими элементами этих программ, как бы кирпичиками того здания, которое представляет собой анимационная программа.

Как правило, анимационные программы одновременно с чисто развлекательными мероприятиями включают в себя разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования. Такое сочетание делает анимационные программы более насыщенными, интересными и полезными для здоровья, поэтому во взаимосвязи туристской анимации и спорта чаще всего и достигается наибольший восстановительно-оздоровительный эффект.

В зависимости от форм культурно-досуговой деятельности технологические характеристики могут быть различными по отношению к целям, методам и средствам действия и взаимодействия как со стороны организаторов, так и со стороны участников анимационных программ.

Анимационное обслуживание начинает занимать одно из ведущих мест в структуре туристского продукта, так как с его помощью можно создать праздник на короткий срок, получить положительный эмоциональный заряд на неопределенное время и значительно повысить конкурентоспособность конкретного предприятия сервиса.

Исходя из вышесказанного, можно определить анимацию как процесс стимулирования полноценной рекреационной, социально-культурной, досуговой деятельности человека.

Акимова Н. Г.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье приведены результаты исследования коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. В ходе исследования выявлены недостатки и определены направления совершенствования организации коммерческой деятельности хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: оборот розничной торговли, ассортиментная политика, совершенствование коммерческой работы.

В условиях рынка торговые предприятия устанавливают принципиально новые отношения с партнерами, действуют

свойственные рыночной экономике регуляторы, вырабатываются коммерческие принципы, направленные на организацию и совершенствование деятельности предприятий розничной торговли, в том числе и системы потребительской кооперации.

Целью исследования явилось раскрытие экономического содержания коммерческой деятельности предприятия розничной торговли и определение путей ее совершенствования.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- проанализирована коммерческая деятельность хозяйствующего субъекта;
- разработаны мероприятия по совершенствованию коммерческой деятельности предприятия.

Результаты исследования коммерческой деятельности ООО «Салют-Л» позволяют сделать следующие выводы.

За 2013 год оборот розничной торговли ООО «Салют-Л» составил 12456 тыс. руб. По сравнению с 2012 годом он увеличился на 4,8 % или на 576 тыс. руб. По сравнению с 2011 годом темп прироста оборота составил 23,5%. Увеличение оборота розничной торговли и чистой прибыли повлияло на увеличение рентабельности деятельности ООО «Салют-Л». Так, рентабельность деятельности увеличилась с 13,19% в 2011 году до 18,25% в 2013 году.

Анализ ассортиментной политики позволяет сделать следующие выводы: по широте ассортимент удовлетворяет запросы потребителей на 97%, однако в ассортименте предприятия отсутствует крупа кукурузная; значение коэффициента полноты низкое – 0,54. Это говорит о необходимости пополнения ассортимента различными видами круп. Коэффициент новизны составляет 0,21 и, на наш взгляд, является оптимальным. Коэффициент устойчивости ассортимента составил 0,28. Это достаточно низкое значение. Руководству предприятия необходимо принять меры по расширению ассортимента круп, пользующихся устойчивым спросом среди покупателей.

Для исследуемого торгового предприятия значение коэффициента рациональности в 0,6 свидетельствует о негра-

мотной ассортиментной политике и является предпосылкой для корректировки ассортимента круп на предприятии.

Исследуемое предприятие торговли ООО «Салют-Л» пользуется услугами 16 компаний-поставщиков. В 2012 году ООО «Салют-Л» недополучило товаров от своих поставщиков на сумму 2688 тыс. руб. Общий показатель надежности поставщиков исследуемого предприятия торговли составил 94,4%.

Среди ненадежных поставщиков стоит отметить ООО «Каларский». Сумма недопоставленной продукции данным поставщиком в 2012 году составила 752 тыс. руб. Ассортимент недопоставленной продукции включает, в том числе крупы ООО «Продбаза», пользующиеся устойчивым спросом у покупателей ООО «Салют-Л». В результате, из-за ненадежности поставщика ООО «Каларский», исследуемое предприятие недополучило валового дохода на сумму 188 тыс. руб. Всего ООО «Салют-Л» по вине поставщиков недополучило валового дохода на сумму 672 тыс. руб.

Вышеуказанные тенденции свидетельствуют о недостаточном уровне организации коммерческой работы в ООО «Салют-Л».

В целях совершенствования коммерческой работы предлагаем проведение ряда мероприятий:

1. Смена поставщика-посредника ООО «Каларский» на поставщика-изготовителя ООО «Продбаза», г. Барнаул. В 2012 году ООО «Салют-Л» приобрело у ООО «Каларский» круп на сумму 92400 руб. Аналогичное количество круп можно приобрести у ООО «Продбаза» на сумму 83025 руб. благодаря действующей акции завода. Экономия себестоимости составит для ООО «Салют-Л» 9375 руб. в год (83025 – 92400). С учетом предлагаемой оферты ООО «Продбаза» эффект от данной сделки увеличится, поскольку на сумму тройного железнодорожного тарифа поставщик предлагает специи.

С учетом экономии на ценах приобретения общая величина эффекта для ООО «Салют-Л» от сотрудничества с ООО «Продбаза» составит 21875 руб.

2. Увеличение суммы штрафов, пени, неустойки по договорам поставки. Ужесточение мер, применяемых в случае невыполнения договора поставки, возможно за счет увеличения процентной ставки от суммы недопоставленной продукции или поставленной не в срок. Для ООО «Салют-Л» необходимо внести изменения в договоры с предварительным согласованием с поставщиками.

3. Использование скидки поставщика при предоплате. Изучение информации о поставщиках выявило возможность работы по предоплате с ООО «СВК-Чита» (виноводочные изделия). Переход на работу по предоплате с ООО «СВК-Чита» позволит снизить себестоимость реализованных товаров данного поставщика на 3 % (размер предоставляемой скидки).

Предложенные мероприятия будут способствовать оптимизации ассортимента и совершенствованию коммерческой работы по розничной продаже товаров ООО «Салют-Л».

*Базыржапова В. Ф.
Забайкальский аграрный институт
филиал ФГБОУ ВПО
«Иркутская государственная
сельскохозяйственная академия»
г. Чита, Россия*

ПОВЫШЕНИЕ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ

Платежеспособность и ликвидность предприятия – показатели финансового состояния, его способность своевременно и полно выполнять свои финансовые обязательства, как фактор повышения эффективности реализации экономических интересов товаропроизводителей.

Ключевые слова: ликвидность, платежеспособность, финансовое состояние, реализация экономических интересов.

В условиях кризиса неплатежей и частого применения процедур несостоятельности (банкротства) объективная

оценка финансового состояния предприятия имеет приоритетное значение. Главными критериями такой оценки являются показатели платежеспособности и ликвидности.

Платежеспособность предприятия выражают его возможностью и способностью своевременно и полно выполнить свои финансовые обязательства перед внутренними и внешними партнерами, а также перед государством. Платежеспособность непосредственно влияет на формы и условия осуществления коммерческих сделок, а также на возможность получения кредитов и займов. [2]

При стабильном финансовом положении предприятие устойчиво платежеспособно, а при нарушении финансового равновесия - периодически или постоянно неплатежеспособно.

Содержание платежеспособности только на первый взгляд сводится к наличию свободных денежных средств, необходимых для погашения обязательств перед контрагентами и кредиторами. В отдельных случаях и при отсутствии свободных денежных средств, которые требуются для расчетов со своими партнерами, предприятие может сохранить свою платежеспособность, если быстро продаст часть своего имущества и из полученной выручки быстро расплатится по долговым обязательствам. У многих предприятий такой возможности нет, поскольку они не располагают имуществом, которое может быть трансформировано в денежную наличность. Это связано с тем, что одни виды активов обращаются в деньги быстрее (например, краткосрочные ценные бумаги), а другие медленнее (основные средства и материально-производственные запасы). Ликвидность определяют способностью предприятия быстро и с минимальным уровнем финансовых потерь преобразовать свои активы в денежные средства. Она характеризуется также наличием у него ликвидных средств в форме остатка денег в кассе, денежных средств на счетах в банках, легкореализуемых элементов оборотных активов. [3]

Понятия платежеспособности и ликвидности хотя и не тождественны, но на практике взаимосвязаны. Ликвидность баланса предприятия характеризует его способность свое-

временно рассчитываться по долговым обязательствам. Неспособность предприятия своевременно погасить свои долговые обязательства перед партнерами приводит к его финансовой несостоятельности (банкротству). Основаниями для признания хозяйствующего субъекта банкротом являются не только невыполнение им в течении ряда месяцев обязательств перед государством, но и не удовлетворение требований юридических и физических лиц, имеющих к нему юридические и финансовые претензии. Для определения ликвидности баланса группы актива и пассива сравнивают между собой.

Абсолютной ликвидности баланса предприятия соответствуют следующие неравенства:

$$A_1 \geq \Pi_1; A_2 \geq \Pi_2; A_3 \geq \Pi_3; A_4 < \Pi_4 [2]$$

Проведем анализ платежеспособности и ликвидности предприятия на примере ПСК «Ломовской» как одного из сельхозтоваропроизводителей Забайкальского края.

Таблица 1
Абсолютные показатели ликвидности баланса ПСК «Ломовской» за 2013 год, тыс. руб.

| Актив | на начало года | на конец года | Пассив | На начало года | на конец года | Платежный излишек(+), недостаток(-) | |
|--|----------------|---------------|--|----------------|---------------|-------------------------------------|------------|
| | | | | | | начало года | конец года |
| Быстрореализуемые активы (A ₁) | 615 | 355 | Наиболее срочные обязательства (П ₁) | 276 | 473 | 339 | - 118 |
| Среднереализуемые активы (A ₂) | 85 | 85 | Краткосрочные обязательства (П ₂) | 0 | 0 | 85 | 85 |
| Медленнореализуемые активы (A ₃) | 1153 | 103 | Долгосрочные обязательства (П ₃) | 3377 | 305 | 815 | 7322 |

| | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|---|-----------|-----------|---------------|-----------|
| зуемые активы(A ₃) | 3 | 75 | ные обязательства (П ₃) | | 3 | 6 | |
| Труднореализуемые активы (A ₄) | 1006 6 | 101 77 | Постоянные (фиксированные) активы (П ₄) | 1864 6 | 174 66 | - 858 0 | - 7289 |
| Баланс (1+2+3+4) | 2229 9 | 209 92 | Баланс (1+2+3+4) | 2229 9 | 209 92 | | |

Обязательным условием абсолютной ликвидности баланса является выполнение первых трех неравенств. Четвертое неравенство носит балансирующий характер. Его выполнение свидетельствует о наличии у предприятия собственных оборотных средств.

В результате анализа ликвидности баланса ПСК «Ломовской» видно, что за анализируемый период баланс предприятия является абсолютно ликвидным на начало, тогда как на конец года теряет нет.

Теоретически дефицит средств по одной группе активов компенсируют избытком по другой. Однако, на практике менее ликвидные активы не могут заменить более ликвидные средства. Поэтому, если любое из неравенств имеет знак, противоположный зафиксированному в оптимальном варианте, то ликвидность баланса отличается от абсолютной. [1]

Для качественной оценки финансового положения предприятия кроме абсолютных показателей ликвидности баланса целесообразно определить ряд финансовых коэффициентов. Цель такого расчета - оценить соотношение имеющихся оборотных активов и краткосрочных обязательств для их возможного последующего погашения. Расчет базируется на предположении, что все виды оборотных активов имеют различную степень ликвидности в случае их возможной реализации: абсолютно ликвидны денежные средства, далее по убывающей степени ликвидности располагаются краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и запасы.

Таблица 2

Оценка ликвидности и платежеспособности
ПСК «Ломовской» за 2011-2014 годы

| Наименование коэффициента | Рекомендуемый критерий | На начало 2011 года | На начало 2012 года | На начало 2013 года | На начало 2014 года | Изменения (+ или -) |
|---|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 1.Коэффициент абсолютной (быстрой) ликвидности | 0,15-0,2 | 1,4 | 2,9 | 2,2 | 0,8 | -0,6 |
| 2.Коэффициент текущей (уточненной) ликвидности | 0,5-0,8 | 1,6 | 3,2 | 2,5 | 0,9 | -0,7 |
| 3.Коэффициент ликвидности при мобилизации средств | 0,5-0,7 | 26,1 | 17,1 | 41,8 | 21,9 | -4,2 |
| 4.Коэффициент общей ликвидности | 2 | 27,7 | 20,3 | 44,3 | 22,9 | -4,8 |
| 5.Коэффициент собственной платежеспособности | - | 27,8 | 19,4 | 43,3 | 21,9 | -5,9 |

Коэффициент абсолютной (быстрой) ликвидности находится выше рекомендуемых пределов, это говорит о том, что ПСК «Ломовской» сохраняет свою платежеспособность, но за исследуемый период он снижается. Размер коэффициента ликвидности при мобилизации средств выше критериев, следовательно, у предприятия имеется мобильность запасов для покрытия краткосрочных обязательств. Коэффициент общей ликвидности показывает то, что у предприятия достаточно оборотных средств для покрытия краткосрочных обязательств. Размер коэффициента собственной платежеспособности говорит о способности ПСК «Ломовской» возместить за счет чистых оборотных активов его краткосрочные обязательства.

Основными путями повышения платежеспособности на предприятиях, имеющих неустойчивое финансовое состояние, являются:

- увеличение собственного капитала;
- снижение внеоборотных активов (за счет продажи или сдачи в аренду неиспользуемых оборотных средств);
- сокращение величины материально-производственных запасов до оптимального уровня (до размера текущего или страхового запасов). [4]

Показатели ликвидности и платежеспособности отражают финансовое состояние предприятия. Так, мы видим снижение платежеспособности и экономической эффективности (окупаемости затрат) за исследуемый период с 78 % до 69 % на каждый вложенный рубль.

Таким образом, мы видим, что анализ платежеспособности предприятия дает реальные предпосылки для повышения ее эффективности, как фактора реализации экономических интересов товаропроизводителей. Только при улучшении финансового состояния предприятия решаются вопросы эффективности экономических интересов предприятия и в частности каждого работника.

Литература

1. Косолапова, Марина Валентиновна. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник; рекомендовано МО и науки РФ/ М. В. Косолапова, В. А. Свободин. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 248 с.; 20,1 см. - Библиогр.: с. 238

2. Смекалов, Павел Васильевич. Экономический анализ в АПК: учебник; допущено МСХ РФ / П. В. Смекалов, С. В. Смоляников, Л. Н. Косякова. - СПб.: Проспект Науки, 2011. - 488 с.

3. Савицкая, Глафира Викентьевна. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/ Г. В. Савицкая. - 5-е изд., перер. и доп.. - М.: Инфра-М, 2010. - 536 с.

4. Гиляровская, Лилия Тимофеевна. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник/

Л. Т. Гиляровская, Д. В. Лысенко, Д. А. Ендовицкий. - М.: Проспект: ТК Велби, 2008. - 360 с.

*Куделина Т. М.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

СОВРЕМЕННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ БЛЮД В ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИТАНИЯ

Проблема питания актуальна во все времена. Она имеет явный скрытый смысл, и также сложна, как непрост внутренний мир человека.

Ключевые слова: питание, сибирские хлопья, микронизированные хлопья.

Питание человека – не только физиологический, но и духовный процесс. Именно поэтому во всех философских школах и религиях были разработаны свои собственные взгляды на проблему питания, включающие в себя посты и определенные правила приготовления и потребления пищи.

Обеспечение безопасности продовольственного сырья, пищевых продуктов и готовых блюд – одно из основных направлений, определяющих здоровье населения и сохранение его генофонда.

Природа не только лечит, но и, поставляя человеку с пищей комплекс биологически активных веществ, осуществляет, тем самым, постоянную профилактику многих заболеваний. Профилактический принцип, положенный в основу создания функциональных пищевых продуктов, должен в полной мере учитываться при приготовлении готовых блюд и изделий.

От сознательного или бессознательного выбора – как и, что есть, как готовить – не ушел ни один человек. Поэтому питание и рассматривается как средство осуществления определенной жизненной программы. Потребляемая пища зависит не только от уровня сознания человека, но и определяет его жизненную программу.

Питание – это материальная энергия, она входит в человека, преобразуется в нем и исходит в совершенно ином виде – в виде физической и умственной деятельности. Вся сложность и мудрость вопроса питания именно в том и состоит, какую энергию брать в виде пищи, а какую отвергать?

Результаты широких эпидемиологических исследований убедительно показывают, что структура питания населения России характеризуется серьезными нарушениями, следствием чего является рост заболеваний, связанных с избыточной массой тела – около 55% взрослых россиян старше 30 лет имеют избыточную массу тела или ожирение.

Рациональное питание можно определить как адекватное энергетическим запросам организма питание, включающее оптимально количество калорий, полный комплекс витаминов, биологически активных и минеральных веществ и микроэлементов.

Проблемы со здоровьем чаще связаны с избыточным, недостаточным или несбалансированным питанием. Общей проблемой для большинства развитых стран является дефицит пищевых волокон на фоне переизбытка жиров сахара и соли.

Разработаны различные методы коррекции питания, но эффективность диетотерапии в несколько раз увеличивается при введении в нее балластных веществ, содержащихся в продуктах питания. Балластные вещества представляют собой полисахариды растительного происхождения, которые не подвергаются ферментативному расщеплению в тонкой кишке, а достигнув толстой кишки, частично расщепляются бактериями, частично же набухают за счет впитывания воды. Кроме этого, волокна растений являются основными стимуляторами кишечной секреции и усиливают моторную функцию пищеварительного тракта, что позволяет включать их в комплексную терапию запоров, являющихся еще одной проблемой, связанной с несбалансированным питанием.

Среди таких продуктов в последнее время широкую известность приобрели *микронизированные хлопья «Сибирские»*, представленные Сибирским агропромышленным Домом, которые по большому счету можно назвать продуктом XXI века. Вырабатываются хлопья из ржи, ячменя, пшеницы. Их главной особенностью является то, что крупа в процессе

приготовления хлопьев подвергается *процессу высокотемпературной микронизации (ВТМ)*.

Высокотемпературная микронизация - это технологическая операция, представляющая собой интенсивный нагрев зерна инфракрасным излучением. В результате такой обработки происходят детоксикация вредных веществ, частичная клейстеризация крахмала, денатурация белка (т.е. существенно повышается усвояемость продукта), зерно или крупа «вспучиваются», увеличиваясь в объеме приблизительно на 30%, улучшаются вкус и аромат.

Микронизированные хлопья – оригинальный продукт быстрого приготовления, имеющий высокие вкусовые качества и питательную ценность, богаты витаминами группы В (B1, B2, B3, B4, B5, B6), витамином Е, каротином (провитамином А) и микроэлементами. Хлопья – источник калия, магния, железа, кальция, цинка, фосфора, йода, фтора.

Из хлопьев можно приготовить великолепные каши, выпечки, супы, гарниры, при этом сокращается время кулинарной обработки. Всего за 3-5 минут можно получить вкусное и полезное блюдо и дополнительное свободное время.

Употребление микронизированных хлопьев рекомендовано медиками еще и в качестве лечебного и диетического питания пациентам, страдающим заболеваниями желудочно-кишечного тракта, сахарным диабетом и избыточной массой тела.

В отличие от традиционных технологий, существенно объединяющих зерно и продукты с пищевыми волокнами, технология производства микронизированных хлопьев с регулируемым содержанием пищевых волокон, обеспечивает сохранение части оболочек зерна, где сосредоточена основная доля витаминов, микроэлементов и пищевых волокон. Поэтому регулярное употребление в пищу микронизированных хлопьев оказывает благотворное влияние на обменные процессы в организме, нормализует пищеварение, связывает и выводит из организма человека тяжелые металлы, радионуклиды, ряд вредных химических соединений (нитриты, нитраты, аммиак, фенолы, формальдегиды, карбамиды и др.).

**Пищевая ценность на 100 г. сухого продукта
(ячменные хлопья)**

Белки 9,5г
Жиры 1,1г
Углеводы 68,5г
Энергетическая ценность 322,0 кКал.

**Пищевая ценность на 100 г. сухого продукта
(ржаные хлопья)**

Белки 10,1г
Жиры 2,2г
Углеводы 59,1г
Энергетическая ценность 297,0 кКал.

Таблица 1
Химический состав хлопьев

| № | Наименование | | Ржаные | Ячменные |
|----|------------------------|-------|--------|----------|
| 1 | Влага | % | 5,70 | 5,27 |
| 2 | Протеин | % | 6,07 | 8,25 |
| 3 | Перевариваемый протеин | % | 48 | 64 |
| 4 | Жир | % | 0,79 | 1,00 |
| 5 | Клетчатка | % | 1,70 | 1,48 |
| 6 | Сахар | % | 0,30 | 0,25 |
| 7 | Крахмал | % | 5,18 | 5,41 |
| 8 | Кальций | % | 0,05 | 0,08 |
| 9 | Зола | % | 1,48 | 1,19 |
| 10 | Фосфор | % | 0,20 | 0,20 |
| 11 | Калий | мг/кг | 4,20 | 2,70 |
| 12 | Натрий | мг/кг | 0,12 | 0,05 |
| 13 | Магний | мг/кг | 1,07 | 1,00 |
| 14 | Железо | мг/кг | 33,0 | 33,0 |
| 15 | Марганец | мг/кг | 20,0 | 10,0 |
| 16 | Медь | мг/кг | 4,0 | 4,0 |
| 17 | Цинк | мг/кг | 25,5 | 25,5 |
| 18 | Обменная энергия | Ккал | 320 | 337 |

Следует отметить значение микро и макроэлементов входящие в химический состав микронизированных хлопьев.

Медь - необходима для регулирования процессов снабжения клеток кислородом, образования гемоглобина и «со-

зревания» эритроцитов. Она способствует более полной утилизации организмом белков, углеводов и повышению активности инсулина. Для всех этих процессов взрослому человеку ежедневно необходимо 2 мг меди.

Цинк – входит в состав ряда важнейших ферментов, обеспечивающих должное течение окислительно-восстановительных процессов и тканевого дыхания.

Специфические последствия длительного недостатка цинка в пище – это, прежде всего, снижение функции половых желез и гипофиза головного мозга. Чтобы этого не случилось, взрослый здоровый человек должен ежедневно получать с пищей 10-15 мг цинка.

Фосфор - преобладающая его часть (до 80%) сосредоточена в костной ткани. Поэтому обмен фосфора, кальция и магния тесно связан. Суточная потребность взрослого человека колеблется в пределах от 1000 до 1500 мг.

Натрий – участвует в образовании желудочного сока, регулирует выделение почками многих продуктов обмена веществ, активирует ряд ферментов слюнных желез и поджелудочной железы, а также, более чем на 30%, обеспечивает щелочные резервы плазмы крови.

Калий – обязательный участник многих обменных процессов тесно взаимодействует с натрием и хлором. Особое значение в поддержании автоматизма сокращения сердечной мышцы – миокарда имеют ионы калия.

Магний – непременный участник ферментативных процессов, обеспечивающих биосинтез белков и обмен углеводов. Он также обладает успокаивающим, сосудорасширяющим и мочегонным действием, способствуетциальному поддержанию тонуса стенок кровеносных сосудов и усиливает процессы торможения в коре головного мозга.

Кальций – участвует в сложных процессах, таких как: свертываемость крови; поддержание равновесия между возбуждением и торможением коры головного мозга; поддержание должного кислотно-щелочного равновесия внутренних сред организма и нормальной проницаемости стенок кровеносных сосудов.

Железо – незаменимо в процессах кроветворения внутриклеточного обмена. Примерно 55% железа входит в состав гемоглобина эритроцитов, около 24% участвует в формировании красящего вещества мышц (миоглобина), а 21% откладывается в «про запас» в печени и селезенке. Суточная потребность взрослого человека в железе 10-20 мг.

Таблица 2
Витамины

| № | Наименование | | Ржаные | Ячменные |
|---|--------------|-------|--------|----------|
| 1 | E | мг/кг | 8,20 | 45,65 |
| 2 | B 1 | мг/кг | 3,20 | 2,7 |
| 3 | B 2 | мг/кг | 13,80 | 18,60 |
| 4 | B 5 | мг/кг | 13,80 | 18,60 |

Витамин Е предохраняет от окисления ненасыщенные жирные кислоты мембран клеток, влияет на функцию половых и других эндокринных желез, стимулирует деятельность мышц, участвует в обмене белков и углеводов, способствует усвоению жиров, витаминов А и Д. Потребность в нем 12-15мг в день. Витамин устойчив при кулинарной обработке, но разрушается при прогоркании жиров и под воздействием солнечных лучей.

Витамин В1 (тиамин) регулирует окисление продуктов обмена углеводов, участвует в обмене аминокислот, образовании жирных кислот, разносторонне влияет на функции сердечно-сосудистой, пищеварительной, эндокринной, центральной нервной системы. Недостаток витамина в пищевом рационе проявляется главным образом в тех или иных нарушениях функций мышц и нервной системы. В сутки взрослому здоровому человеку необходимо потреблять от 1,5 до 2,0 мг. Витамина.

Витамин В2 (рибофлавин) входит в состав ферментов, регулирующих важнейшие этапы обмена веществ. Он улучшает остроту зрения на свет и цвет, положительно влияет на состояние нервной системы, кожи и слизистых оболочек, функцию печени, кроветворение. Недостаточность витамина

приводит к головным болям, снижению аппетита, утомляемости. Суточная потребность взрослого здорового человека в зависимости от возраста и характера трудовой деятельности определяется в 2,0-2,5 мг.

Таким образом, к настоящему времени человечество использует множество блюд и диет, всю химию абсурда и мудрости. Сегодня наступает период сознательный: человек стремится понять, что он ест и почему именно пищу, приготовленную таким способом, в таких сочетаниях и в такое время.

*Линева Н. А.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПСК «КЕНОНСКИЙ»

В настоящее время в любой стране мира господствуют рыночные отношения. Фирмы, выпускающих однородную продукцию, сейчас огромное количество. Между ними существует жесткая конкуренция. Достижение конкурентоспособности своей продукции и увеличение объема ее реализации является важной задачей для каждого предприятия.

Целью данной работы является проведение анализа конкурентоспособности предприятия на рынке.

Исходя из целей работы, требуется решить следующие задачи:

- провести анализ конкурентных преимуществ ПСК «Кенонский» по сравнению с другими участниками рынка;
- предложить пути повышения конкурентоспособности предприятия.

Наиболее известные методики оценки конкурентоспособности, которые встречаются в литературных источниках следующие:

1) Матричный метод (разработан Бостонской консалтинговой группой).

2) Метод, использующий в качестве основного подхода оценку товара/услуги предприятия.

3) Метод, основанный на теории эффективной конкуренции.

В основе этого метода лежит оценка четырёх групповых показателей или критериев конкурентоспособности, представленных далее.

- эффективность производственной деятельности;
- финансовое положение предприятия;
- эффективность организации сбыта и продвижения товара;
- конкурентоспособность товара.

На наш взгляд, для оценки конкурентоспособности исследуемого предприятия, наиболее целесообразным является метод, основанный на теории эффективности конкуренции. В качестве источников информации использованы бухгалтерская отчетность хозяйств.

Следует заметить, что мы проводим анализ конкурентоспособности относительно двух хозяйств: ПСК «Кенонский» и ПК «Бургенский».

Из исследований выявлено, что основными отечественными конкурентами хозяйства на данный момент является ПК (Производственный кооператив) «Бургенский» и домашние хозяйства (таблица 1).

Таблица 1
Основные конкуренты ПСК «Кенонский»

| Название | Адрес | Доля рынка, % |
|-------------------------|--|---------------|
| 1 | 2 | 3 |
| ПК «Бургенский» | Читинский район с. Бургень ул. Центральная | 9 |
| ПСК «Кенонский» | Читинский район с. Засопка ул. Центральная, квартал 14 | 11 |
| Китайский производитель | - | 60 |
| Домашние хозяйства | - | 20 |
| Итого | | 100 |

Анализируя полученные данные, необходимо отметить, что наибольшую долю рынка занимает картофель китайского

производства – 60 %, домашние хозяйства – 20 %, и анализируемые хозяйства – 20 %.

Отсюда следует, что рынок картофеля в г. Чита формируется как за счет собственного производства (40 %), так и китайских производителей (60 %).

Проведем сравнительный анализ производственной деятельности отдельных видов продукции (картофеля) ПСК «Кенонский» и ПК «Бургенский», данные представим в таблице 2.

Таблица 2
Сравнительный анализ производственной деятельности
отдельных видов продукции (картофеля) конкурентов
за 2013 год

| Конку- ренты | Продано всего | | | Финансовый результат | | Уровень рента- бельности | Окупае- мость затрат |
|-------------------------|-----------------------|--|------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------------|----------------------------|
| | Ко- л- во, ц | Полн. себе- стои- мость, тыс.р | Вы- ручка тыс.р. | При- быль, тыс.р. | Убы- ток, тыс.р | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| ПСК «Кенон- ский» | 74 20 | 6905 | 7891 | 986 | - | 14,3 | - |
| ПК «Бур- генкий» | 94 0 | 2311 | 795 | - | 1516 | - | - |

При анализе показателей, характеризующих финансовый результат, следует отметить, что ПСК «Кенонский» получил в 2013 году прибыль в размере 986 тыс. руб. от реализации картофеля, а ПК «Бургенский» получил убытки в размере 1516 тыс.руб. Последнее объясняется высокой себестоимостью единицы продукции (2458 руб. на 1 ц.) по сравнению с ПСК «Кенонский» 930 руб. на ц. картофеля. Уровень рентабельности по реализации продукции в ПСК «Кенонский» составил 14,3 %, т.е. на каждый вложенный рубль хозяйство получило 14,3 копейки прибыли (следует заметить, что уровень рентабельности недостаточен).

Из проведенного анализа конкурентоспособности хозяйств выявлено, что наиболее конкурентоспособным является

ся ПСК «Кенонский». Однако уровень рентабельности от продаж недостаточный.

В результате проведенного СВОТ-анализа (в тезисы не включен) выявлено(таблица 3):

Таблица 3
СВОТ - анализ

| Сильные стороны предприятия | Слабые стороны предприятия |
|---|--|
| 1. Поставляет продукцию на прямую без посредников | 1. Отсутствуют овощехранилища |
| 2. Кооператив находится вблизи крупного города | 2. Устаревшее оборудование |
| 3. Хороший имидж фирмы | 3. Недостаточные производственные возможности. |
| 4. Высокое качество продукции | 4. Высокие цены на факторы производства |

Предложения по повышению конкурентоспособности ПСК «Кенонский».

1. Запланировать строительство овощехранилища.
2. Увеличить урожайность за счет введения новых селекционных сортов картофеля и новой техники.
3. Уменьшение себестоимости продукции за счет снижения потерь и эффективной организации торговли.

*Линева Н.А.
Забайкальский институт
Предпринимательства
Сибирский университет
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

За основу разработки маркетинговых стратегий нами была принята общая стратегическая модель Портера, в рамках которой необходимо определить и использовать все свои возможности для распределения ресурсов предприятия.

Для анализа внутренней и внешней среды мы выбрали метод СВОТ (SWOT), в рамках которого можно выявить и оценить собст-

венные сильные и слабые стороны, а также определить возможные угрозы, содержащиеся во внешней среде.

По результатам исследований внутренней и внешней среды можно констатировать, что предприятие на сегодняшний день рентабельно (38,9 %), за 2013 год получена прибыль от реализации молока в размере 4169 тыс.руб., КРС в ж.в. – 990 тыс. руб., овцы в ж.в. 230 тыс.руб. (удельный вес составляет 76,1 %). Как видно из приведенных данных наибольшая прибыль получена от реализации молока и КРС в ж.в. Из анализа товарной продукции в хозяйстве выявлено, что наиболее перспективными на сегодняшний день является КРС в ж.в. и молоко. Однако следует отметить, что продукция животноводства в переработанном виде реализовывалась без учета рыночных условий.

Анализ внешней среды предприятия предполагает, что политическая составляющая внешней среды должна изучаться в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство намерено проводить в жизнь свою политику.

Молочное животноводство одна из основных отраслей российской экономики и имеет, важное значение, для обеспечения продовольственной независимости страны и для развития села. Однако без соответствующего финансирования, государственных и региональных программ, субсидирования, молочное и мясное животноводство не может обойтись.

Далее проанализируем документы, в которых отражается государственная поддержка развития молочного животноводства.

1. Постановление от 14 июля 2012г. N717 О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 – 2020 годы программа. В данной программе развитие молочного животноводства отнесено к первому уровню приоритетов. За счет

федерального бюджета Министерству сельского хозяйства Российской Федерации всего выделено в 2013 году – 149485557,6 тыс. рублей, в 2014 году – 150876667,2 тыс. рублей.

2. Дополнительная господдержка сельского хозяйства в 2013 году в объеме 42 млрд. рублей, в том числе субсидии на 1 литр реализованного товарного молока – 3,2 млрд. рублей.

3. Краевая долгосрочная целевая программа «Поддержка и развитие агропромышленного комплекса Забайкальского края (2013 – 2020 годы)» от 03.2012 года № 333. Потребность в финансировании программы из бюджета Забайкальского края составит в 2013 году – 1124309 тыс. рублей, в 2014 году – 752552 тыс. рублей.

4. Постановление Правительства Забайкальского края от 24.04.2013 года № 144 «Об утверждении Порядка предоставления из бюджета Забайкальского края сельскохозяйственным товаропроизводителям субсидий сельскохозяйственным производителям, организациям по искусственноому осеменению сельскохозяйственных животных, осуществляющим свою деятельность по направлению молочного скотоводства».

Изменчивая рыночная внешняя среда представляет собой область постоянного рыночного беспокойства для организации. В анализ рыночной внешней среды входят многочисленные факторы, которые могут оказать непосредственное воздействие на успехи и провалы организации и одно из приоритетных является изучение спроса потребителей на готовую продукцию.

По результатам маркетинговых исследований (молочный рынок г.Чита) выявлено, что потребители в большей части покупают молоко и молочные продукты каждый день и два раза в неделю (33,5 % и 44,9 % соответственно), большинство потребителей – 64,2% предпочитают натуральное молоко, кисломолочные продукты предпочитают 43,2 % респондентов, 28,9 % - сметану, 72,1 % потребителей считают цены на молоко высокими, 58% потребителей считают молоко и молочные продукты (сметану, творог, масло сливочное) не натуральными, 72,1 % потребителей не удовлетворяет ассортимент и считают цены на молоко высокими.

Исследования внутренней и внешней среды позволили нам выявить сильные и слабые стороны ПСК «Илим» и раз-

работать маркетинговые стратегии по дальнейшему развитию хозяйства.

Из наиболее известных стратегий развития рынков мы выбираем стратегию интеграции «вперед», т.е. переработка сельскохозяйственной продукции, в частности молока и далее его реализация на рынке г Чита. Следует заметить, что это наиболее перспективный рынок, на котором можно закрепиться.

Для реализации данной стратегии мы предложили закупить фасовочно-упаковочную машину для молока.

Наиболее целесообразная ценовая стратегия на готовую продукцию при выходе на рынок г. Чита - стратегия цен проникновения. Суть данной стратегии заключается в установлении цен ниже, чем у конкурентов. Если учесть что средняя рыночная цена на 1 кг. молока составляет 55 рублей, отсюда следует, что торговым сетям можно предлагать за 25 рублей. В свою очередь розничная торговля может варьировать в ценовом диапазоне от 25 рублей до 35 - 40 рублей, т.е. надбавка составит от 55 % до 60 % на литр молока. А также, если учесть проведенные маркетинговые исследования по отношению потребителей к цене, то 72,1 % считают цены на молоко высокими и молоко отличного качества от данного коммерческого предложения отказаться трудно.

Наиболее приемлемой стратегией в отношении сбыта товаров является стратегия проникновения в рынок которая предусматривает развитие рынка за счет увеличения сбыта товаров, данная стратегия может быть применима в СПК «Илим». Поскольку результаты исследования показали, что многие сегменты рынка не охвачены в частности сегмент потребителей с низкими доходами не удовлетворяет свои потребности в молоке и кроме этого 58 % потребителей считают, что они приобретают не натуральное молоко.

Таким образом при внедрении стратегии интеграции «вперед» На ПСК «Илим» затраты на ее реализацию составили 1630,95 тыс.руб. при производстве за 2013 год 5488 ц. молока.

Также необходимо отметить, что по истечению срока окупаемости прибыль от реализации стратегии увеличится на 27,7 % и составит 2407,3 тыс. руб.

Сурикова Т. В.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

МИНИ-ГОСТИНИЦЫ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ СЕГМЕНТ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

В статье исследованы мини-гостиницы как новый тип гостиничных предприятий, изучена история их возникновение в России в конце XX в., в том числе и сельских гостиниц типа «B&B». Выявлены особенности ассортимента услуг и организации обслуживания, рассмотрена социально-экономическая роль малых гостиниц.

Ключевые слова: мини-гостиницы, сегментация рынка гостиничных услуг, *bed & breakfast (B&B)*.

Известный и полюбившийся в странах Европы вид гостиничного бизнеса – мини-гостиницы – явление новое для нашей страны. Но, несмотря на свою сравнительную молодость, эта часть гостиничной индустрии приобретает все большую популярность. В России рынок мини-гостиниц стал формироваться в двух ее регионах, точнее в городах: Сочи и прилегающих к нему районах (Адлер, Красная Поляна) и Санкт-Петербург. Лидирующие позиции по количеству мини-гостиниц занимает Санкт-Петербург. Появление первых питерских мини-гостиниц можно отнести к 1998-1999 гг. Однако, самой первой можно, пожалуй, считать известный «Матисов домик», открывшийся в 1993 и насчитывающий на тот момент 7 номеров. На сегодняшний день известный «Матисов домик» уже давно перерос категорию мини-гостиницы и, насчитывая в своем номерном фонде 45 номеров, может быть отнесен к классу малых гостиниц. В 2000 г., в связи с приближением юбилея города заметно усилились разговоры на уровне городских властей о необходимости активного строительства новых и реконструкции уже существующих гостиниц. На этом фоне появление новых мини-гостиниц стало

происходить еще более активно, чем прежде: на рынок вышли мини-отели «Веста», «Питер», «Немецкий клуб», «Островок», «Лабиринт» и другие. За последние годы в Санкт-Петербурге открылось около 220 малых гостиниц, и сегодня процесс открытия новых мини-гостиниц продолжается.

В Москве развитие мини-гостиниц пошло другим путем. Бизнесмены предпочитают вкладывать деньги в сервисные квартиры – своеобразный гибрид мини-гостиницы и дорогой арендаемой квартиры. Под сервисными квартирами риэлторы понимают жилье, сдающееся в аренду на короткий срок: обычно до трех месяцев, иногда на сутки. Такие квартиры полностью оборудованы технически, обставлены мебелью и предоставляются вместе с комплексом услуг (с услугами горничной, кухарки или даже няни). Они наиболее популярны среди приезжающих в Москву в командировку сотрудников крупных западных компаний, которые составляют до 75 % клиентов.

У компаний, сделавших сервисные квартиры своим бизнесом, предусмотрены и дополнительные, включенные в стоимость аренды услуги: возможность забронировать авиа- и железнодорожные билеты, заказать экскурсии и такси, вызвать переводчика.

Мини-гостиницы занимают особое положение среди обычных классических гостиниц. Одним из условий отнесения гостиничного предприятия к малому является количественная характеристика работников – не более 30 чел. (ФЗ от 14 июня 1995 г. N 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации»).

В соответствии с российской системой классификации гостиниц гостиница считается малой, если ее вместимость от 10 до 150 мест. При определении термина «мини-гостиница» нужно обратить внимание на то, что название мини – указывает на основной классификационный признак объекта – объем его номерного фонда. К мини-гостиницам можно отнести все объекты, номерной фонд которых не превышает 20 номеров. Наряду с термином мини-гостиница также применяется термин *bed & breakfast* (B&B), что дословно переводится с английского как «кровать и завтрак».

В мировой практике нет единого подхода к классификации мини-гостиниц, поэтому в России, в частности, не существует государственных требований к классификации этого, достаточно нового явления в туристской индустрии. Тем не менее, исходя из существующих разновидностей мини-отелей, можно выделить некоторые общие критерии и на их основании разделить bed & breakfast на следующие группы:

- отели, расположенные в городе и не являющиеся в обязательном порядке семейной собственностью;
- мини-гостиницы, расположенные преимущественно в сельской местности и являющиеся семейным бизнесом (см. таблицу 1).

Таблица 1

Классификация гостиниц B&B

| Тип B&B | Тип помещений, отводимых под B&B | Владение и управление | Совместное проживание семьи и гостей | Услуги, ожидаемые клиентами | Основные клиенты, средние сроки проживания |
|---|--|---|---|------------------------------------|---|
| Homestay (проживание в семье) | Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городе или селе | Обязательно семейное | Обязательно | Стандартные | Туристы, 5-7 дней |
| Farmstay (проживание в сельской семье) | Частный жилой дом | Обязательно семейное | Обязательно | Стандартные | Туристы, 5-7 дней |
| fNNs (коммерчески и B&B) | Многокомнатная квартира, частный жилой дом в городской или сель- | Необязательно семейное, возможно через наемных работников | Необязательно | Стандартные | Туристы, бизнесмены, командированные лица, не более 1 -5 дней |

| | ской местности | | | | |
|-------------------------------------|--|---|---------------|---|--|
| Farm vacation (отпуск в деревне) | Частное подворье, ферма, летник с фермерским или подсобным хозяйством | Фермерское, крестьянское хозяйство, община, несколько семей | Необязательно | Стандартные, развлекательные и досуговые мероприятия, рыболовство, сбор дикоросов | Туристы, семья, 5-7 и более чел. |
| Cottage (отпуск в коттедже) | Частный жилой дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте | Необязательно семейное | Необязательно | Стандартные, гости могут самостоятельно за- ботиться о питании | Семья, туристы, лечащиеся в санаториях, не менее 5-7 |
| Apartments (апартаменты) | Многокомнатная квартира, частный дом, коттедж в городе, пригороде, деревне, курорте) | Необязательно семейное | Необязательно | Стандартные, гости могут самостоятельно за- ботиться о питании | Семья, туристы, лечащиеся в санаториях, не менее 5-7 |

Также различаются мини-гостиницы и по уровню комфорtnости, который определяет цены на услуги. В связи с этим гостиницы можно условно разделить на пять уровней: развитый B&B (4-5 уровень) и начинающий B&B (1-3 уровня).

По размеру все мини-гостиницы принято подразделять на сравнительно крупные, средние и маленькие. Как правило, мини-гостиницы располагают номерным фондом порядка от 1-2 до 20 номеров, в зависимости от ориентации отеля на определенный класс потребителей. Также можно разделить мини-гостиницы на группы по ценам на услуги - недорогие мини-гостиницы эконом класса, мини-гостиницы класса стандарт и мини-гостиницы бизнес класса.

Нужно учитывать, что при отсутствии стандартов данная классификация носит рекомендательный характер. Тем не менее, ее значение велико, так как позволяет выделить *bed & breakfast* из общей массы гостиничных предприятий и проводить анализ и сравнение, в том числе и с западными аналогами этих новых явлений в индустрии гостеприимства России.

Цены колеблются в основном в зависимости от уровня комфорта, в меньшей степени от месторасположения. Диапазон составляет от 20 до 100 долл. за номер в сутки. Средняя цена за номер составляет 30-60 долл./сутки. В высокий сезон указанные цены выше минимум на 50 %. Надо отметить, что руководство большинства мини-гостиниц применяет гибкую ценовую политику, обусловленную, главным образом, сезонным фактором.

Персонал. В силу своих размеров мини-гостиница может обходиться минимумом персонала: администратор или дежурный, он же может совмещать свои функции с уборкой номеров (горничная), охранник (далеко не всегда обязателен). Естественно, при размере гостиницы более 10 номеров количество персонала увеличится. Тем не менее, количественный показатель обеспеченности персоналом на один номер несравненно меньше, чем в обычном отеле. Естественно, меньше без ущерба уровню комфорта постояльцев.

Специфика работы в мини-отеле отличается от работы в большой гостинице. Как уже говорилось выше, в основе услуги, оказываемой мини-отелем, лежит индивидуальный подход к каждому клиенту. Например, администратор мини-отеля - это радушный хозяин, принимающий гостей у себя дома. Как правило, это человек, работавший прежде в сфере туристической деятельности, – коммуникабельный, доброжелательный, честный, обладающий знаниями в сфере внутригородского туризма, владеющий иностранными языками и ПК. Поэтому, несмотря на ограниченность возможностей отеля, индивидуальное обслуживание позволяет решить практически любой интересующий гостя вопрос.

Сезонность и заполняемость являются важнейшими факторами, оказывающими влияние на эффективность и рентабельность гостиничного бизнеса. Основной проблемой многих гостиниц является заполняемость в низкий сезон. Для Санкт-Петербурга - это зимний период. Только высококлассным пятизвездочным отелям и мини-гостиницам удается ус-

пешно справиться с этой проблемой. Первым - благодаря известным и давно зарекомендовавшим себя с хорошей стороны качеством обслуживания и менеджменту, а вторым - в силу своих малых размеров и цен. В то время как среднегодовая загрузка питерских гостиниц составляет 55 %, аналогичный показатель у мини-гостиниц лучше на 10-15 % и находится на уровне 70 %, а в отдельных гостиницах этот показатель превышает 80 %. Этому можно найти достаточно простое объяснение: чем меньше номеров в гостинице, тем легче их заполнить.

В связи с небольшими размерами помещений обеспечение питанием и спектр дополнительных услуг имеет свои особенности. Оптимальный набор услуг – это тот, который позволит создать комфорт и «заставит» клиента остановиться в отеле в следующий раз. Возможность индивидуального подхода, а также небольшое количество номеров являются главными отличительными чертами мини-отелей. Возникает более тесный контакт и возможность учесть все пожелания гостей.

Питание гостей организовано по-разному: чаще всего это форма bed & breakfast, где к услугам гостей близлежащее кафе, с которым у владельцев гостиницы существует договоренность или наличие лобби-бара с элементами самообслуживания. Стандартный завтрак представляет собой йогурт, булочку, чай, кофе.

Среди других сервисных услуг следует отметить следующие **дополнительные услуги**: встреча на вокзале или в аэропорту, трансфер из/в аэропорт или вокзал, визовые услуги, экскурсии, заказ ж/д и авиабилетов, билетов в театры и т.д. В зависимости от места расположения, категорий клиентов, малая гостиница может предлагать более широкий набор услуг для своих гостей – помещение для переговоров, сауну, прокат оргтехники и пр.

Интерьер и оборудование подчинены принципу функциональной целесообразности, связанному как с особенностями помещений, так и с требованиями по безопасности и экономичности. Предпочтение отдается поставщикам, способным предложить оборудование, учитывающее индивидуальные особенности малых гостиниц.

Все перечисленные выше особенности функционирования позволяют сделать вывод о том, что операционные рас-

ходы, основную часть которых составляет зарплата персоналу, крайне незначительны по сравнению с обычными отелями, что благоприятно сказывается на развитии бизнеса. При начальных вложениях, составляющих стоимость покупки квартиры и ремонт, инвестиции окупаются в среднем за 3, максимум 4 года, тогда как для обычной гостиницы этот период составляет 5-6 лет.

В мини-гостиницах не существует собственных отделов и служб продаж. Традиционный путь продаж – это заключение агентского соглашения или устная договоренность с турфирмами города о продаже мест. Учитывая небольшое количество номеров в мини-отеле, а также немногочисленность самих мини-отелей, этого достаточно. Кроме того, агентства также заинтересованы в работе с мини-отелями, поскольку с их стороны можно почти всегда рассчитывать на гибкий подход. Неповоротливые и громоздкие службы продаж в больших отелях часто не могут быстро, а главное, с положительным результатом удовлетворить заявки турагенств. О популярности такого сотрудничества говорит и тот факт, что некоторые турагенства, работающие на прием туристов, продают исключительно мини-отели.

Второй путь продвижения услуг мини-гостиницы – через Интернет. Большинство питерских мини-гостиниц имеют собственные сайты разной степени информативности, дизайна и удобства пользования. Практически на каждой странице есть раздел он-лайн бронирования, фотографии и цены номеров, список дополнительных услуг. Несомненно, учитывая стремительно набирающее обороты распространения Интернета в России, этот путь приносит и будет приносить весомые результаты.

Особую роль в продвижении услуг мини-гостиниц играют ассоциации и объединения предпринимателей, создающие общие сайты и совместно занимающиеся затратной рекламной деятельностью.

Значительная часть постояльцев мини-гостиниц становятся постоянными клиентами. И чем дольше и успешнее работает отель на рынке, тем больший процент постоянных клиентов. По сути, не прибегая к рекламе и мерам по продвижению услуг, предприятие в довольно короткий срок получает постоянный и гарантированный рынок сбыта в виде постоянных клиентов.

Конкуренция, как таковая, пока практически не затрагивает мини-гостиницы. Кроме формального наличия конкуренции между самими мини-гостиницами (которая на самом деле не ощущается ими самими), существует конкуренция куда более явная и ощутимая - краткосрочная аренда сервисных квартир. Следует отметить лишь, что этот рынок продолжает стремительно развиваться и составляет реальную конкуренцию мини-гостиницам. О близости этих двух сегментов рынка говорит и тот факт, что специализированные агентства по краткосрочной аренде наряду с квартирами предлагают и услуги по размещению в мини-отелях. Пока же ситуацию можно охарактеризовать так: «Хватает всем».

*Шевелева О.В.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия*

КАЧЕСТВО И БЕЗОПАСНОСТЬ МОЛОКА, РЕАЛИЗУЕМОГО НА РЫНКЕ Г. ЧИТЫ

Безопасность продуктов питания в настоящее время является одной из ключевых проблем. Одно из ведущих мест в области фальсификации занимает молоко. В связи с этим исследование качества и безопасности данного продукта в нашем регионе является актуальным.

Ключевые слова: антибиотики, бактерии, лактоза, коагулаза, микроорганизмы, микрофлора.

Важное место в рационе питания человека занимают молоко и молочные продукты. Молоко содержит все без исключения питательные вещества, необходимые организму человека. Одно из наиболее отличительных и важных свойств молока как продукта питания – его высокая биологическая ценность и усвояемость, благодаря наличию полноценных белков, молочного жира, минеральных веществ, микроэлементов и витаминов.

Молоко и великое множество молочных продуктов вносят разнообразие в питание, улучшают вкус, повышают питательность нашей пищи и имеют огромное диетическое и целебное значение. Академик И. П. Павлов говорил: «Между сортами человеческой еды в исключительном положении находится молоко – пища, приготовленная самой природой, отличающаяся легкой удобоваримостью и питательностью, по сравнению с другими видами пищи» [2].

По мнению диетологов, физиологов, педиатров молоко и молочные продукты, к тому же, имеют огромное значение для умственного и физического развития детей.

Несмотря на то, что молоко является одним из важнейших продуктов, его производство как по России, так и по Забайкальскому краю снижается. По результатам отчетов установлено, что в России надой молока во всех категориях хозяйств снизился на 1% [5].

В Забайкальском крае ситуация с молоком также достаточно серьезная. Производство молока имеет очень низкий показатель. В среднем производится 1620 литров на одну фурражную корову - это показатель достаточно низкий. Объяснить это можно тем, что у нас нет высокопродуктивных пород скота, которые могли бы давать по шесть тысяч литров молока в год, и вторая причина - это нерациональное использование кормов[3].

Специфика молокоперерабатывающей отрасли и других отраслей пищевой промышленности, связана с тем, что качество используемого сырья напрямую связано с формированием показателей безопасности готового продукта.

Согласно перечню пищевых продуктов по степени загрязнения микроорганизмами и частоте случаев пищевых отравлений, разработанного Всемирной организацией здравоохранения, молоко и молочные продукты отнесены к первой категории.

Качество молока-сырья определяется условиями его производства и первичной обработки на ферме. Молоко даже при получении его в хороших санитарных условиях не является стерильным продуктом. В сыром молоке содержится как

специфическая, так и неспецифическая микрофлора, и количество бактерий в молоке, полученном от здоровых коров, колеблется от 1000 до 10 000 в 1 мл [1].

При нарушении санитарных и технологических правил (доение, первичная обработка молока, мойка инвентаря и оборудования) в молоке повышается неспецифическая микрофлора: гнилостные бактерии, маслянокислые бактерии, бактерии группы кишечной палочки, плесневые грибы, а также болезнетворные микроорганизмы (возбудители туберкулеза, бруцеллеза, дизентерии и др.). В молоко болезнестворные микроорганизмы могут попадать и от больных животных, и больных людей или бациллоносителей.

Таким образом, источниками биологической опасности молока-сырья могут выступать вода, воздух, состояние здоровья животных и человека, обслуживающего фермы.

Контроль гигиенических и микробиологических показателей молока ведется как со стороны предприятий молочной промышленности, так и в ходе надзора со стороны санитарной службы управления Роспотребнадзора г.Читы. Исследования показали, что причиной микробиологического загрязнения молока на рынке города является несоблюдение сроков сдачи молока на молокоперерабатывающее предприятие от животных, подвергнутых лечению антибиотиками; нарушение режимов мойки и дезинфекции доильного оборудования и оборудования для первичной обработки молока.

Выявленные микроорганизмы способны вызывать пороки органолептических показателей молока и молочных продуктов, в том числе вкуса и консистенции. Так, аэробные бациллы *B. cereus*, *B. mycoides*, *B. polymyxa* образуют сгусток в молоке при низкой кислотности. При развитии эти микроорганизмы выделяют экзоферменты, под воздействием которых образуется сгусток с горьким вкусом. Микроорганизмы *M. varians*, *M. caseoliticum* дают положительную реакцию на коагулазу и свертывают молоко при низкой кислотности, разлагая белки молока. Развитие *M. lutens* приводит к подкислению молока без свертывания. Бактерии *B. subtilis*, *L. lactis* subsp. *maltigenes* в летний период могут вызывать изме-

нение вкуса, создавая солодовый привкус и запах. Присутствие психротрофных микроорганизмов обуславливает прогорклый, горький или гнилостный привкус [1].

Рынок города Читы достаточно богат молочной продукцией и удовлетворяет потребности потребителей. Однако наряду с другими производителями большей популярностью пользуется местная продукция Читинского молочного завода, которая существенно отличается по качеству от продуктов других производителей. В связи с этим, изучение качества и безопасности молока является актуальным.

В 2013 году специалистами Центра гигиены и эпидемиологии по Забайкальскому краю было исследовано 1869 проб молочной продукции на соответствие требованиям содержания антибиотиков, солей тяжелых металлов. По микробиологическим показателям исследовано 1399 проб на соответствие содержанию колониеобразующих единиц (КОЕ) в 1г продукта, из которых 48 проб или 3,4% не соответствовали требованиям.

По санитарно-химическим показателям (жирность, плотность, кислотность и чистота молока) исследовано 470 проб молочной продукции, не соответствовали требованиям 13 проб или 2,7% по физико-химическим показателям.

Кроме того, в 2013 году проведены плановые и внеплановые проверки в 347 организациях торговли, реализующих молоко и молочную продукцию и четыре внеплановые проверки в отношении Читинского молочного комбината. Как сообщает пресс-служба Управления, при контроле в организациях торговли выявлялись такие нарушения, как: отсутствие документов, подтверждающих качество и безопасность реализуемой молочной продукции; несоблюдение условий ее хранения и реализации; реализация продукции с истекшими сроками годности.

Особую тревогу Роспотребнадзора по Забайкальскому краю вызвала опасность проникновения на рынок Забайкалья китайских молочных продуктов, содержащих в своем составе меламин (ядовитое вещество, вызывающее тяжелые отравле-

ния), что побудило специалистов начать проведение проверки всей торговой сети всего региона.

Однако, несмотря на проблемы, связанные с качеством и безопасностью молока, можно отметить, что в целом молочная продукция, реализуемая на рынке г. Читы удовлетворяет потребности потребителей.

С целью изучения органолептических и лабораторных показателей качества молочной продукции на рынке города Читы, нами были исследованы партии молока: «Веселый молочник» - г. Новосибирск; «Млада» - г. Ачинск Красноярского края; «Любимая чашка» - г. Новосибирск; «Чудо молоко» - г. Москва; «Российское» - г. Нерчинск; «Милко» 3,2 % и 3,5% жирности - г. Красноярск; «Байкальское» - г. Иркутск; «Родное» - г. Чита; «На здоровье» - г. Омск.

На первом этапе исследований определена достоверность маркировки на упаковке товара на соответствие требованиям Техрегламента п.25 ст.36. [4]. В ходе исследования было обращено внимание на состав продуктов с указанием входящих в них компонентов, указание документа, в соответствии с которым произведена и может быть идентифицирована продукция, а также информацию об использовании сухого молока при производстве молочной продукции. По результатам определения достоверности информации на упаковках всех партий установлено, что она соответствует требованиям Техрегламента.

Органолептические показатели (вкус, цвет, запах, консистенция) оценивали по стандарту и балловой шкале. В результате оказалось, что все партии соответствуют требованиям стандарта, однако по наибольшему количеству баллов предпочтение было отдано молоку «Родное» г.Чита и «Российское» г. Нерчинск. В лаборатории были определены физико-химические показатели (кислотность, плотность), которые также не превышали нормы по стандарту.

Изучая покупательский спрос на молоко установлено, что наибольшим спросом пользуется молоко производства ОАО «Читинский молочный комбинат» и ООО «Нерчинское молоко». Продукция этих предприятий одновременно является и самой доступной по цене для большинства покупателей.

Решаются вопросы освоения молочных ресурсов и в системе потребительской кооперации. В частности, в 2011 году в с. Верхние Куларки Усть-Карского потребительского общества приобретен молокозавод. Он выпускает восемь видов продукции: йогурт, адыгейский сыр, творог, сметану и др. Усть-Карское потребобщество, постепенно наращивая объемы, расширяет границы своей деятельности. Ежегодный прирост товарооборота составляет 20-25 %. Для жителей отдаленных сел и районов, потребительская кооперация - это механизм выживания и единственный рынок сбыта сельскохозяйственной продукции, выращенной местным населением. Продукция производимая молокозаводом отличается высоким качеством и пользуется повышенным спросом не только местных потребителей, но и в г.Чите.

Кроме этого развитием рынка молочной продукции занимаются и частные предприниматели, например, планируется производство цеха по переработке молока в с. Беклемишево. Готовится к открытию молочный комбинат в с. Улеты.

Можно надеется, что развитие производства по переработке молока в регионе даст толчок и к развитию индивидуального и фермерского сельского хозяйства, что, в свою очередь, положительно скажется на продовольственной безопасности нашего края.

Литература

1.Бурыкина И. М., Молотов С. В. Оценка гигиенической безопасности сырого молока // Успехи современного естествознания. – 2013. – № 12 – стр. 76-78

2.Дмитриенко М. И., Пилипенко Т. В. Товароведение и экспертиза пищевых жиров, молока и молочных продуктов. – СПб.: Питер, 2004. – 352 с. 3.Забайкалье: Чистое поле министра Вертипрахова. Электронный ресурс: <http://www.dairynews.ru/news/zabaykale-chistoe-pole-ministra-vertiprakhova.html>

4. Как выбирать молоко и молочные продукты? Советы покупателю. Управление Роспотребнадзора по Забайкальскому краю. Электронный ресурс: 75 rospotrebnadzor.ru

5. Состояние молочной отрасли РФ. Электронный ресурс: xhappold.3dn.ru

Шоленинова Г.В.

*Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита. Россия*

ВКЛАД ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННУЮ КОРЗИНУ СТРАНЫ

В статье акцентируется внимание на решение проблемы обеспечения России продовольствием. Рассматривается производственная деятельность как одна из важнейших отраслей в системе потребительской кооперации, как источник товарных ресурсов, ее проблемы и перспективы развития. Раскрывается роль потребительских обществ в пополнении продовольственного рынка товарами, произведенными кооперативными промышленными предприятиями.

Ключевые слова: потребительская кооперація, кооперативное производство, сельское подворье, собственное производство, пайщики, коммерческая деятельность.

Одной из приоритетных задач правительства России, в связи со сложившейся ситуацией на отечественном продовольственном рынке, является обеспечение продуктами питания за счет внутренних резервов страны. В связи с этим тема исследования является актуальной.

Цель исследования – изучить кооперативную промышленность как источник товарных ресурсов и разработать рекомендации по повышению экономической эффективности. Реализация цели невозможна без решения следующих задач: исследование роли кооперативной промышленности, определение проблем в данной отрасли и разработка рекомендаций.

В условиях рыночной экономики в системе потребительской кооперации производство остается одной из важнейших отраслей как источник товарных ресурсов для розничной торговли, предприятий общественного питания и как источник доходов организаций. Нельзя не подчеркнуть и социальные функции производства. Это – рабочие места и заработная

плата, прежде всего для пайщиков, а, следовательно, реальное увеличение покупательской способности сельского населения.

В системе потребительской кооперации России действует свыше 11 тыс. промышленных предприятий, выпускающих широкий ассортимент хлебобулочных, кондитерских, колбасных, макаронных изделий, овощных и плодовых консервов, безалкогольных напитков и пива, винодельческой продукции, непродовольственных товаров народного потребления – всего до 500 видов продукции. Имеющиеся производственные мощности, позволяют выработать в год свыше 222 тыс. тонн колбасных и около 74 тыс. тонн кондитерских изделий, почти 400 млн. условных банок консервов.

За 2008-2012 годы в целом по системе введено в действие 130 цехов по переработке сельскохозяйственной продукции. Кооперативной промышленностью выработано 69 тонн колбасных изделий, почти 200 тыс. тонн кондитерских изделий, 170 млн. условных банок консервов, 35 тыс. тонн безалкогольных напитков, более чем в два раза увеличилось производство полуфабрикатов [3]. Данные свидетельствуют о том, что производственные мощности загружены в среднем на третью часть. Поэтому увеличение их загрузки является важнейшей задачей кооперативных организаций [4].

Широко практикуется копчение рыбы малыми предприятиями. По товарам первой необходимости (хлеб и хлебобулочные изделия, мука, молоко и молочные продукты, масло животное, рыба, рыбопродукты) кооперативные организации имеют собственное производство. Это особенно важно для отдаленных районов России.

Удельный вес отдельных видов продукции в продаже через магазины потребительской кооперации значителен; таких видов, как хлеб и хлебобулочные изделия, колбасы, безалкогольные напитки.

Следовательно, потребкооперація обладает достаточно мощной производственной базой, имеет в наличии квалифицированные кадры и научный потенциал, занимающийся изучением и внедрением передовой техники и технологии,

которые обеспечивают комплексное и рациональное использование сырья. Даже малые цехи используют новые технологии и расширяют ассортимент продукции.

Выпуск хлеба и хлебобулочных изделий является центральной производственной отраслью потребительской кооперации. Хлебозаводы и хлебопекарни, способны вырабатывать ежегодно 6,8 млн. тонн продукта первой необходимости. За 2008-2012 годы выработано 2610 тыс. тонн хлеба и хлебобулочных изделий [3]. Таким образом, экономическое и социальное значение промышленности хлебопечения для пайщиков и некооперированного населения огромно, однако мощности хлебозаводов и хлебопекарен используется не в полном объеме.

Основной задачей потребительской кооперации в части хлебопекарного производства является разработка организационных форм интеграции и механизма экономических взаимоотношений между сельхозпроизводителями зерна и хлебопекарными предприятиями, а также торговой сетью.

Сохраняет свое значение в общем объеме производственной деятельности потребительской кооперации производство колбасных и макаронных изделий, консервов и безалкогольных напитков.

За счет выделенных средств Министерством труда и социального развития Российской Федерации в отдельных потребительских обществах организуются отряды школьников по заготовке грибов, ягод, дикорастущей продукции.

Совместно со службой занятости, отдельные союзы потребительских обществ создают рабочие места в малом производстве (предприятия по солению и квашению, маринованию овощей).

Преимущество кооперативного производства состоит в его небольших масштабах, что снижает коммерческий риск и дает возможность правильно определить потребности своего района или региона в конкретных товарах.

Исследуя состояние производственной деятельности в потребительской кооперации, необходимо отметить ряд преимуществ:

- незагруженные производственные мощности;
- наличие местных сырьевых ресурсов;
- свободные трудовые ресурсы;
- относительно низкая оплата труда по сравнению с городской местностью;
- стабильность покупательского спроса;
- экологическая чистота выпускаемой продукции;
- сокращение транспортных расходов в цене товара.

Основные предпосылки к развитию промышленного производства потребительской кооперации заключаются в следующем:

- по каждому из действующих видов деятельности производственных предприятий есть перспективы развития;
- все виды деятельности практически самостоятельны;
- в будущем предполагается развитие и других видов деятельности, поэтому требуется отлаженный механизм управления [1].

Однако есть и проблемы, характеризующие производственную сферу потребительской кооперации и требующие решения в процессе развития на перспективу:

- потребительская кооперация обладает производственными предприятиями мелкого и среднего масштаба, не связанными единой комплексной стратегией развития и не создающими систему;
- решения о создании, определении профиля, перепрофилировании и ликвидации предприятий, а также отчуждении производственных мощностей принимаются на несогласованной основе между руководителями структурных подразделений на уровне потребительских обществ, реже - союзов потребительских обществ, без учёта взаимного влияния на общее развитие системы кооперативного производства и позиции на локальных и региональных рынках;

- мелкие производства зачастую экономически неэффективны, так как дублируют друг друга на рынках, создают внутреннюю конкуренцию с другими организациями потребительской кооперации, либо являются нерентабельными или убыточными в силу других объективных экономических причин;
- отсутствует единая система информационного обеспечения;
- большинство предприятий имеют низкий уровень технического и технологического обеспечения.

Самая сложная проблема – не заготовки, а реализации продукции личных подворий, переработка сельскохозяйственной продукции на местах.

Политика расширения собственного производства должна быть направлена на создание комплекса производственных предприятий в каждом регионе для выработки продуктов питания и других товаров, которые можно производить из местных ресурсов.

Специалисты коммерческих служб изучают сельский рынок не только как рынок сбыта изготовленной продукции, но и как рынок закупок сырья для производственной деятельности. Для организации заготовительной деятельности необходимы финансовые средства, а они рассредоточены по небольшим подразделениям и их недостаточно. В результате сложившейся ситуации эффективность коммерческой деятельности в организации закупок недостаточно высокая.

Положительное в коммерции можно отметить то, что повышается конкурентоспособность выпускаемой продукции. Кондитерские, колбасные, хлебобулочные изделия, изготовленные из местного сырья, предлагаются отдельными потребительскими союзами на рынке по ценам ниже, чем импортные.

В условиях рынка повышается роль договоров во взаимоотношениях между производителями товаров, оптовыми и розничными предприятиями как равноправными партнерами в организации коммерческой деятельности.

Потребительская кооперация объединяет в единый комплекс закупки сельскохозяйственных продуктов и сырья, их переработку и реализацию. Ее резервы далеко не исчерпаны. Постановлением Центросоюза Российской Федерации «О приоритетных направлениях развития потребительской кооперации системы Центросоюза Российской Федерации на 2014 год» предусмотрены в сфере переработки расширение производства эксклюзивной, экологически чистой, высоко-маржинальной продукции, вырабатываемой по традиционным, стариинным и национальным рецептам из дикорастущего сырья и сельскохозяйственной продукции, закупленной в личных хозяйствах граждан, увеличение ее продажи; модернизация действующих и ввод в действие новых объектов переработки сельскохозяйственной продукции, внедрение современных технологий при переработке сельскохозяйственной и дикорастущей продукции; проведение интеграции производств, выпускающих аналогичную продукцию, организация единых логистических схем для обеспечения предприятий сырьем и сбыта готовой продукции [2].

В этой нелегкой деятельности потребительская кооперация также опирается на сельские подворья. Основными поставщиками сырья для кооперативного производства и покупателями изготовленной продукции являются, прежде всего, пайщики и некооперированное население. Потребительские общества обязаны закупить, доработать, переработать, реализовать все, что производиться в сельских подворьях для продажи. Развитию закупок способствует приобретение потребительскими обществами молоковозов и скотовозов, открытие скотобойных пунктов, пунктов по приему молока. Взаимоотношения с сельскими подворьями становятся многоплановыми, достаточно сложными. Вырабатываются иные механизмы и, прежде всего, новые информационные технологии. Книга учета сельских подворий, которые стали обязательным атрибутом всех кооперативных магазинов, постепенно заменяются компьютерными, информационными системами, в которых отражаются виды и объемы произведен-

ной и реализованной продукции, прогноз конъюнктуры рынка, доходов населения, покупательского спроса, уровня цен.

Значительное внимание развитию производственной деятельности уделяется в Концепции «О развитии потребительской кооперации РФ до 2015 года», где определены следующие направления развития производства в потребительской кооперации:

1. Распределение производственных предприятий по уровням в зависимости от масштабов потенциального рынка сбыта продукции предприятия на:

- производственные предприятия районного уровня;
- производственные предприятия регионального уровня;
- производственные предприятия межрегионального и федерального уровня.

2. Объединение, при необходимости, предприятий в единые логистические схемы для организации обеспечения сырьём и сбыта готовой продукции.

3. Интеграция кооперативного производства с системой заготовительной и торговой деятельности.

4. Обеспечение высокого качества производимой продукции.

Для стабильного и дальнейшего развития кооперативного производства, повышения конкурентоспособности необходимо продолжить работу по следующим направлениям:

- ✓ создание единой системы информационного обеспечения;
- ✓ внедрение передовых технологий;
- ✓ повышение качества товаров с кооперативной маркой;
- ✓ разработка организационных форм интеграции и механизма экономических взаимоотношений между сельскохозяйственными производителями и потребительскими обществами;
- ✓ совершенствование коммерческой деятельности.

В перспективе кооперативная промышленность, в результате повышения конкурентоспособности, сможет увеличивать свой вклад в продовольственную корзину отечественного продовольственного рынка страны.

Литература

1. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года / Деловой Вестник, № 4, 2008.- С. 6 -38.
2. О приоритетных направлениях развития потребительской кооперации системы Центросоюза Российской Федерации на 2014 год: Постановление 141-го общего собрания представителей потребительских обществ Российской Федерации // Деловой вестник «Российская кооперация». – 2014. - №1. – С.9-10.
3. Об итогах работы Центросоюза Российской Федерации за 2008-2012 годы: Постановление 140-го общего собрания представителей потребительских обществ Российской Федерации от 25.12.2012.// Российская кооперация. 2013.-№1.
4. Сипко, Л. А. Состояние, тенденции и перспективы развития потребительской кооперации на современном этапе : монография/ науч. ред., д.э.н, проф. Л. А. Сипко.- Чита: ЗИП СибУПК, 2011. – 221 с.

Яблоненко Л. А.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

КЕЙТЕРИНГ – СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

В статье рассмотрены виды кейтеринга, выявлены их преимущества и условия предоставления кейтеринговых услуг. Исследованы технологии кейтерингового обслуживания в предприятиях питания г. Читы и конкурентные преимущества различных предприятий питания.

Ключевые слова: кейтеринг, кейтеринговые услуги

Кейтеринг – один из наиболее динамично развивающихся секторов в сфере общественного питания.

Для кейтеринговых компаний 2011-2012 годы стали периодом развития. Лидеры рынка отмечают, что им удалось

достичь показателей роста порядка 40% по сравнению с прошлыми годами.

Кейтеринг кроме мобильности, качества блюд и удобства, отличает еще и культура организации выездного обслуживания. Ведь без четкого взаимодействия всех служб кейтеринговой компании, профессионализма исполнителей заказов было бы невозможно организовать процесс выездного обслуживания на современном уровне.

Кейтеринг – давно уже новая услуга. За последние несколько лет услугами кейтеринговых компаний успели воспользоваться более 50% компаний, оценив преимущество работы профессионалов.

Термин «кейтеринг» обозначает действия работника или предприятия, поставляющего продукты питания, напитки, посуду и все необходимое для организации приема, банкета вне ресторана или обслуживания спортивных игр и других крупных зрелищных мероприятий.

Существуют следующие виды кейтеринга:

- социальный;
- в помещении;
- вне ресторана;
- разъездной (торговля с автомобиля);
- розничная продажа;
- VIP-кейтеринг.

Развитие индустрии кейтеринга и увеличение запросов потребителей способствуют тому, что, один и тот же поставщик услуг может предлагать несколько вариантов обслуживания.

Социальный кейтеринг - предоставление услуг по приготовлению блюд для проведения общественного мероприятия. Основная особенность этого вида кейтеринга заключается в том, что процесс приготовления блюда происходит на территории и оборудовании заказчика и под его контролем.

Преимущество социального кейтеринга - небольшие накладные расходы и отсутствие расходов на оборудование. Предприятие общественного питания может предоставить заказчику согласно договору лишь отдельные предметы для сервировки стола и аксессуары для придания элегантности столу.

Кейтеринг в помещении имеет много общего с ресторанным обслуживанием. Заказчику сервисных услуг (фирме) предлагают оборудованные помещения для проведения различных мероприятий. Это могут быть аванзалы и банкетные залы для проведения комбинированных приемов, кухня для подготовки продуктов и приготовления блюд, помещения с холодильными шкафами для хранения продуктов; место и оборудование; помещения для хранения напитков, столовой посуды и приборов, столового белья, аксессуаров, необходимых для оформления столов и залов. Преимущество этого вида кейтеринга заключается в экономии времени для подготовки выездного мероприятия. Недостаток - ресторан выездного обслуживания, предоставляющий этот вид услуг, несет большие издержки по оплате лизинга, страховки, накладных и производственных расходов.

Кейтеринг вне ресторана наиболее популярен в индустрии питания. Он предусматривает обслуживание на территории заказчика в соответствии с его требованиями. Преимущество кейтеринг вне ресторана состоит в том, что многие издержки (аренда помещений, накладные расходы, оплата коммунальных услуг, налоги) могут быть значительно ниже, чем для кейтеринга в помещении. Недостаток - высокие расходы на транспортные средства и специальное оборудование для хранения и доставки приготовленных блюд, кулинарных и кондитерских изделий, напитков.

Разъездной кейтеринг такую форму обслуживания часто называют «торговля с автомобиля». Это форма обслуживания считается разновидностью кейтеринга, поскольку торговля ведется готовой продукцией, приготовленной на предприятии питания, либо доставляются полуфабрикаты и доводятся до готовности на месте продажи. Такая форма кейтеринга популярна на строительных площадках, в местах проведения массовых съемок для обеспечения горячим питанием.

Розничная продажа готовой кулинарной продукции является разновидностью кейтеринга, если предприятие общественного питания осуществляет доставку горячих блюд на дом. Другой пример кейтеринга - торговля продуктами пи-

тания, а также прохладительными напитками во время проведения спортивных соревнований, фестивалей, карнавалов, других мероприятий с большим количеством участников.

VIP-кейтеринг предусматривает выездное ресторанное обслуживание с привлечением высококвалифицированных повара и официанта. В помещении заказчика и под его наблюдением осуществляется полный цикл обработки продуктов и приготовления блюд.

Кейтеринг по характеру отношений соответствует традиционному в Восточной Европе комплексному обслуживанию (приготовление пищи, сервирование стола, оказание помощи в проведении мероприятия и т.п.) вне предприятия общественного питания поваром-универсалом или группой специалистов по питанию с привлечением их на основе личного контракта с предприятием общественного питания.

Кейтеринговые компании организуют приготовление и доставку обедов, а также проводят различные корпоративные мероприятия: выездное обслуживание банкетов, проведение фуршетов, тематические праздники – от новогодних вечеринок, до тимбилдинга – корпоративного отдыха на природе.

Доставка готовых обедов в офис компании по предварительно согласованному меню и в назначенное время – один из видов кейтеринговых услуг. Кроме обедов некоторые фирмы заказывают доставку бизнес-ланча. Разнообразное меню, оперативная доставка и профессиональный обслуживающий персонал позволяет предприятиям решить важнейший вопрос по организации питания своих сотрудников.

Банкеты и фуршеты, конечно, более редкие события в жизни предприятия, чем каждодневные обеды и ланчи, но гораздо более масштабные. Обычно такие мероприятия приурочивают к каким-либо праздникам или значимым событиям в деятельности компании.

Неоценимую помощь оказывают кейтеринговые компании при подготовке и проведении тимбилдинга. Корпоративные выезды на природу становятся все более популярными, что неудивительно. Ведь подобный совместный отдых сотрудников сплачивает коллектив, позволяет общаться в не-

принужденной обстановке и устанавливать не только коллекционные, но и дружественные связи.

Тематическую развлекательную программу тимбилдинга могут, по желанию клиента, разработать сценаристы кейтеринговой компании, игры, конкурсы и другие веселительные мероприятия сделают отдых на природе незабываемым для всего коллектива. Кейтеринговая компания сделает все для организации корпоративного летнего отдыха: барбекю, пикник или выездной фуршет.

Тесное сотрудничество ресторана, предоставляющего кейтеринговые услуги, и заказчика выездного обслуживания, сделает любое корпоративное мероприятие настоящим событием в жизни предприятия.

Известно, что сделать своими руками настоящий выездной праздник: приготовить изысканные блюда, украсить зал, элегантно обслужить, - могут только люди, которые долго учились своему мастерству и оттачивали его на практике. Сотрудники, организующие выездное обслуживание, любят свое дело и вкладывают в него душу. Эти люди не только талантливые, но и с хорошим вкусом, образованные, изучившие культурные традиции и национальные кухни народов всего мира.

Все знают, что сервировка стола требует особых знаний. Большинству известно лишь, что вилка должна лежать слева, а нож – справа. Поэтому стол, сервированный по всем правилам вызывает настоящее восхищение еще до того момента, как на нем появится изысканно оформленное угостление. А насколько потрясающе выглядят блюда, приготовленные кулинарными-поварами. Порой их и есть-то жалко – настоящее произведение искусства. Оформление банкетов – это и есть искусство, которое демонстрируют гостям бригады кейтеринговых компаний.

Оформление банкетов – это и есть искусство, которое демонстрируют гостям бригады кейтеринговых компаний.

За время работы были отлажены бизнес-процессы и технологии, отработаны связи с поставщиками и партнерами. Технологии управления и контроля, разработанные на осно-

вании многолетнего опыта Сети ресторанов «Эльдорадо», регламентируют все стадии процесса обслуживания оптимальным образом.

Подтверждением высокого качества обслуживания Сети ресторанов «Эльдорадо», уровня профессиональной подготовки и ответственности перед заказчиками служат многочисленные рекомендации клиентов.

Персонал компании - является главным звеном в процессе оказания услуг, поэтому вопросам подбора, обучения и мотивации персонала уделяется первоочередное внимание. Основа Сети ресторанов «Эльдорадо» - специально обученные сотрудники, регулярно проходящие аттестацию.

Сеть ресторанов «Эльдорадо» осуществляет выездное обслуживание с доставкой готовых блюд в термоконтейнерах или индивидуальных боксах, сохраняющих температуру пищи даже при значительной удаленности объектов.

Меню Сети ресторанов «Эльдорадо» по организации выездного обслуживания включает *5 видов кухонь*:

- Европейская
- Итальянская
- Средиземноморская
- Немецкая
- Китайская

Ассортимент блюд

Сеть ресторанов «Эльдорадо» уделяет особое внимание разнообразию меню. Ассортимент включает в себя более тысячи наименований блюд, что позволяет удовлетворить любые пожелания Заказчика.

Бригада кейтеринговой компании состоит из: оформителей, дизайнеров, диспетчера, сборщика заказов, персонала на обслуживание, поваров, водителей.

В компании работает собственная служба снабжения.

Очень важным является выбор *каналов продвижения*, то есть, по сути, выбор рекламных носителей. Это и телевидение, и радио, и клубная карта, и различные вкладыши. Кроме того, в данной ситуации активно работает реклама «из уст в

уста». Если сервисом компании действительно довольны, то постоянно будут обращаться все новые покупатели.

Кейтеринг Сети ресторанов «Эльдорадо» - это:

- команда опытных профессионалов, обеспечивающих индивидуальный подход к подготовке каждого мероприятия;
- высокий уровень сервиса;
- изящная сервировка;
- обширный выбор мест для проведения мероприятий;
- широкий ассортимент блюд различных национальных кухонь, позволяющий подготовить для Вас индивидуальное меню, полностью отвечающее специфике Вашего мероприятия;
- высокое качество блюд, достигаемое использованием исключительно высококачественных продуктов и применением самых современных технологий по приготовлению, хранению и транспортировке до места проведения мероприятия;
- гибкая ценовая политика;
- надёжная репутация, подтверждаемая отзывами постоянных заказчиков.

Для привлечения потенциальных клиентов, коллектив кейтеринговой компании организует свою деятельность под девизом: «Когда Вам вновь захочется праздника, знайте - в Сети ресторанов «Эльдорадо» специально для Вас всегда зарезервировано свободное место».

Коллектив ресторана по выездному обслуживанию учитывает все пожелания клиентов и демонстрирует креативный подход в проведении банкетов, организации фуршетов и свадебных банкетов. Выездной банкет, свадебный банкет и организация фуршета - все это проходит на высшем уровне, благодаря отлаженной работе кейтеринговой компании.

Можно сделать вывод о том, что рынок кейтеринговых услуг очень перспективное направление бизнеса. Сравнивая ежегодный мировой рост кейтеринговых услуг в разных странах, эксперты отмечают быстрый вход на рынок новых игроков-операторов кейтерингового обслуживания и предполагают повышение качества обслуживания в дальнейшем.

Серьезная, настроенная на успех кейтеринговая компания руководствуется в своей деятельности принципом высокого

кого профессионализма в предоставлении услуг выездного обслуживания. Своим неустанным каждодневным трудом, подтверждая главным девизом кейтеринга: «Быстро, вкусно, качественно!»

Кейтеринговые компании предоставляют услуги по организации питания, чем оказывают неоценимую помощь, тем предприятиям, которые в силу каких-либо причин не могут позволить себе содержать стационарные столовые и штат обслуживающего их персонала. Выездные рестораны доставляют обеды и ланчи в офисы и на другие объекты, проводят свадебные торжества, фуршеты, банкеты и корпоративные праздники. Спрос на кейтеринговые услуги повышается год от года, и кейтеринг-операторов на рынке общественного питания становится все больше.

Литература

1. Журнал «Бизнес и управление: Гостиница и Ресторан» / №6/28/сентябрь/2004 / Москва/ с. 41-43
2. Журнал «Бизнес и управление: Гостиница и Ресторан» / №4/35/июль/2004/ Москва / с.26-27
- 3.Журнал «Общепит бизнес и искусство» / №11/35/ноябрь/2013/ Москва / с.33-41

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Андреева С. В.

к. тех. н., зав. кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Акимова Н. Г.

ассистент кафедры коммерческого товароведения ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Бахар Т. Д.

ст. преподаватель кафедры экономики ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Белоусова Т. И.

к. э. н., зав. кафедрой экономики ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Городкова С. А.

д. э. н., профессор, директор ЗИП СибУПК г. Чита, Россия

Жарова Н. И.

ст. преподаватель Забайкальского аграрного института- филиала ФГБОУ ВПО «Иркутская государственная сельскохозяйственная академия», г. Чита, Россия

Кибирева Е. Б.

к. э. н., доцент, декан экономического факультета ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Кривченко В. Н.

к. тех. н., доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Куделина Т. М.

ст.преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Липич О. А.

к. ю. н., доцент, зав. кафедрой гражданского права и процесса ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Линева Н. А.

к. тех. н., доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Миряшева С. К.

начальник отдела пищевой и перерабатывающей промышленности, кооперации и заготовок Министерства сельского хозяйства и продовольствия Заб. края

| | |
|-------------------------|---|
| <i>Малахов Е. В.</i> | к. э. н., зам. декана экономического факультета ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия |
| <i>Сурикова Т. В.</i> | ст. преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия |
| <i>Степанов Н.П.</i> | д. физ.-мат. н., профессор, зам. директора по на-учной работе ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия |
| <i>Шевелева О. В.</i> | к. тех. н., доцент кафедры коммерческого това-роведения ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия |
| <i>Шоленинова Г. В.</i> | ст. преподаватель кафедры коммерческого това-роведения ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия |
| <i>Червонных М. И.</i> | к. э. н., доцент кафедры экономической теории и финансового права, докторант ГНУ СибНИИСХ Россельхозакадемии, г. Омск, Россия |
| <i>Ялина Н. В.</i> | к. э. н., доцент кафедры экономики ЗИП Си-БУПК, г. Чита, Россия |
| <i>Яблоненко Л. А.</i> | к. тех. н., доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия |

Научное издание

**ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
НАУКИ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА
ЭКОНОМИКИ В СИСТЕМЕ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

**II ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**

27 ноября 2014

В АВТОРСКОЙ РЕДАКЦИИ

Подписано в печать 25.11.2014.

Бумага Business Xerox. Гарнитура Times New Roman.

Формат 60×84 $\frac{1}{16}$. Усл. печ. л. 9,5. Тираж 30 экз. Заказ № 9669.

Отпечатано в типографии Забайкальского института предпринимательства
Сибирского университета потребительской кооперации
672086, г. Чита, ул. Ленинградская, 16.

