

Частное образовательное учреждение
высшего образования
Центросоюза Российской Федерации

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НАУКИ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

**IV ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**

70-летию развития кооперативного образования
в Забайкалье посвящается

(Чита, 23 ноября 2016 г.)



Чита
2016

УДК 334(470)

ББК 65.9

П 78

Ответственный за выпуск:

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

П 78 Перспективы взаимодействия науки и реального сектора экономики : IV Всероссийская научно-практическая конференция / Частное образовательное учреждение высшего образования Центросоюза Российской Федерации Сибирский университет потребительской кооперации Забайкальский институт предпринимательства. – Чита: ЗИП СибУПК, 2016. – 112 с.

ISBN 978-5-89807-195-0

УДК 334(470)

ББК 65.9

© Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской
кооперации, 2016

Предисловие

Взаимодействие науки и реального сектора экономики с каждым годом становится все более актуальным процессом, поскольку в настоящее время наука превратилась в реальную производительную силу, обеспечивая свой вклад в формировании добавочной стоимости продукции. Этот процесс направлен на объединение усилий ученых, специалистов и практиков для реализации программ экономического развития и повышения благосостояния граждан России.

Материалы работ, представленных на конференции, затрагивают различные аспекты организации и осуществления этого взаимодействия в экономической, технической и юридической отраслях наук.

Мы полагаем, что представленные материалы будут полезны как участникам конференции, так и студентам, аспирантам, преподавателям и другим читателям данного сборника.

Оргкомитет

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

| | | |
|-----------------------|--|----|
| Найданов Б. Д. | Программа «Развитие потребительской кооперации в Забайкальском крае на 2017-2019 годы» | 6 |
| Щеголев В. В. | План мероприятий на 2017-2021 годы по реализации концепции развития потребительской кооперации Забайкальского края | 10 |

СЕКЦИЯ 1

Роль экономических наук в обеспечении эффективности и конкурентоспособности предприятий

| | | |
|-------------------------|---|----|
| Аверячкина Т. С. | Некоторые вопросы кооперации на страницах дореволюционного журнала «Забайкальский хозяин» | 16 |
| Петрова Н. Е. | Направления маркетинговых исследований розничной торговли | 25 |
| Смекалина Т. Г. | Кооперативное образование: взгляд из прошлого в настоящее | 43 |
| Яблоненко Л. А. | Организация собственного производства продукции питания в супермаркетах | 50 |

СЕКЦИЯ 2

Внедрение новых технологий в организациях потребительской кооперации

| | | |
|--|--|----|
| Кривченко В. Н., Шевелева О. В. | Совершенствование ассортимента кисломолочных продуктов с использованием инновационных технологий | 60 |
| Кушенко Л. Н. | Из истории организации заготовок лекарственно-технического сырья | 70 |
| Орлов Г. Б. | К вопросу о принятии мер по обеспечению сбыта и внесении изменений в ценовую политику сегмента продукции кооперативных организаций | 79 |
| Степанов Н. П., Титова Т. М. | Оптические свойства экстрактов полевого чеснока в растительное масло | 81 |
| Степанов Н. П., Трубицина Е. Н., Крысанов И. А. | Плазменный резонанс валентных электронов в термоэлектрических материалах на основе теллуридов висмута и сурьмы | 87 |

СЕКЦИЯ 3
***Правовые аспекты деятельности организации
реального сектора экономики***

| | | |
|---------------------------------|--|-----|
| <i>Заборовская И. Г.</i> | Проблемы квалификации в спорах о защите чести, достоинства и деловой репутации | 96 |
| <i>Левченко О. Ю.</i> | Постановления, касающиеся образовательной деятельности кооперации (20-30 гг. XX в.). | 105 |
| Сведения об авторах | | 110 |

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

УДК 633

*Найданов Б. Д.
Забайкальский краевой союз
кооперативов и предпринимателей
г. Чита, Россия*

ПРОГРАММА «РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ЗАБАЙКАЛЬСКОМ КРАЕ НА 2017-2019 ГОДЫ»

Ключевые слова: программа «Развития потребительской кооперации Забайкальского края на 2017-2019 годы», кооперативные пищекомбинаты, сельскохозяйственная отрасль, торговая деятельность.

*Naidanov B. D.
TRANS-Baikal regional Union
cooperatives and entrepreneurs
Chita, Russia*

THE PROGRAM "DEVELOPMENT OF CONSUMER COOPERATIVE SOCIETIES IN ZABAYKALSKY KRAI IN 2017-2019"

Key words: "program of Development of consumer cooperation in Zabaykalsky Krai in 2017-2019", cooperative smart food factory, agricultural sector, trading activity.

Разработанная программа «Развития потребительской кооперации Забайкальского края на 2017-2019 годы», связана с государственной политикой, направленной на безопасность страны в условиях импортозамещения. Прогнозируемые 3-х летние планы развития организаций и предприятий потреби-

тельской кооперации Забайкальского края определил основные направления Программы.

Отличительной особенностью реализации программных мероприятий с 2017 по 2019 годы является увеличение объемов предоставляемых услуг сельскому населению, модернизация материально-технической базы и мер поддержки, в том числе финансового характера для деятельности предприятий потребительской кооперации края.

В настоящее время материально-техническая база организаций потребительской кооперации по заготовке и переработке с/х продукции это:

- 5 овощекартофелехранилищ;
- 5 холодильников;
- 11 цехов по выработке полуфабрикатов;
- 1 молокозавод.

Целями и задачами разработанной программы является активное участие потребительской кооперации в увеличении заготовки, переработки и хранения сельхозпродукции, создание отдельных видов производства, повышение качества жизни сельского населения за счет обеспечения товарами и услугами, повышение уровня занятости сельского населения за счет сохранения и создания новых рабочих мест.

Необходимым условием достижения этой цели является выполнение задачи по вовлечению личных подсобных и фермерских хозяйств и иных форм производителей сельскохозяйственной продукции в единый процесс спланированного и организованного производства сельскохозяйственной продукции и ее дальнейшей сдачи заготовительным предприятиям потребительской кооперации.

В данной программе по развитию потребкооперации Забайкальского края до начала 2020 года поставлены следующие задачи:

1. Создание 17 районных кооперативных пищекомбинатов в муниципальных образованиях на кооперативной основе, оснащенных современным:

- оборудованием для переработки мясной и рыбной продукции;
- хлебопекарным оборудованием;
- оборудованием для переработки молока;
- оборудованием для переработки овощей, картофеля;

- оборудованием для переработки дикорастущей продукции;

- холодильным оборудованием;

- а также автолавками и автотранспортными средствами.

2. Развитие сельскохозяйственной отрасли в сфере растениеводства, животноводства: создание свиноферм, птицефабрик и тепличных хозяйств.

3. Строительство 11 районных сельскохозяйственных рынков общей площадью 5500 м² оснащенным необходимым технологическим оборудованием.

4. Организация кормопроизводства на базе 2-х предприятий.

5. Создание двух оптово – распределительных центров на территории действующих межрайбаз в г. Чита и в г. Борзя для переработки, хранения и транспортировки сельхозпродукции.

6. Строительство корпоративного инновационно-внедренческого центра в Чите, где будут проводиться исследования и разработки новых видов изделий, экспериментальный цех, инжиниринговые работы, тестирование и анализ готовой продукции, энергоаудит, и внедрение новых энергосберегающих технологий.

Отдельные позиции разработанной Программы могут быть скорректированы или дополнены с учетом комплексной оценки финансовой и экономической ситуации кооперативных организаций и поступивших предложений.

Для целенаправленного и комплексного подхода проведения всех мероприятий по развитию направлений деятельности организаций и предприятий необходимо четкое планирование объемов финансирования, и определения мер государственной поддержки по реализации планов для координации финансовых средств для каждой организации потребкооперации.

На сегодняшний день Крайпотребсоюз активно занимается финансовым обеспечением реализации Программы и возможными мерами участия в рабочих группах по линии Министерства экономического развития и Министерства сельского хозяйства и продовольствия Забайкальского края.

По Ведомственной целевой программе «Развитие сельскохозяйственной кооперации в Забайкальском крае (2015–2017 годы)» включены изменения в части схемы финансирования грантовой поддержки. Это 10 % собственных средств, 60 % грантовая поддержка, 30 % заемные средства. Выстраивание такой схемы рассматривается как проект, который еще не утвержден, но будет реализован в 2017 году.

Финансирование со стороны кредитных учреждений для организаций потребкооперации зачастую рассматривается как к обычной коммерческой структуре. Нашим организациям нужен быстрый доступ к заемным средствам на привлекательных условиях, нужен ключевой банк-партнер, учитывающий социальную роль потребкооперации. В этом направлении необходимо объединение организаций потребкооперации в сектор в «одно окно» с упрощенными сроками согласования решений по выдаче займов, по залоговому имуществу, запуск специальной программы кредитования на льготных условиях, а также механизм гарантирования по кредитам на реализацию крупных проектов. Учитывая сложившуюся финансово-экономическую ситуацию организаций потребкооперации, необходимо разработать механизм рефинансирования сформировавшихся на сегодняшний день долговых обязательств и переориентация непрофильных активов кооперативных организаций.

Торговая деятельность потребкооперации нуждается в модернизации торговых предприятий, продуманной ассортиментной политикой, формированию портфелей поставщиков с единой закупочной политикой, и стандартов управления торговой деятельностью.

Ряд ключевых мероприятий отраженных в Программе не выполнен самостоятельно, без коллектива единомышленников. Требуется стратегический альянс с ведущими торговыми сетями, в том числе совместные предприятия, коммерческие концессии-франшизы, или арендные отношения. Основной концепцией развития оптово-распределительных центров должно стать создание совместных проектов в закупочной деятельности, и возрождать свой опыт. Необходимо внедрение категорийного менеджмента управлению торговлей в части усиления контроля за наценками на товары, оптимизации

транспортных расходов и увеличению доходности деятельности.

В рамках намеченных мероприятий Программы требуется научно-исследовательская деятельность, проводимая Забайкальским институтом предпринимательства, в части работок учебно-методических материалов. Необходимо обучение кадров для всех сфер деятельности кооперативных организаций и предприятий системы Крайпотребсоюза.

УДК 334.7

*Щеголев В. В.
Забайкальский краевой союз
кооперативов и предпринимателей
г. Чита, Россия*

ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ НА 2017-2021 ГОДЫ ПО РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ

Ключевые слова: план мероприятий, соглашение, система потребкооперации, нормативно-правовая база, финансовая устойчивость

*Shchegolev V. V
TRANS-Baikal regional Union
cooperatives and entrepreneurs
Chita, Russia*

ACTION PLAN FOR THE YEARS 2017-2021 FOR IMPLEMENTATION OF DEVELOPMENT CONSUMER COOPERATION TRANS-BAIKAL TERRITORY

Key words: action plan, the agreement is trebkooperatsii system, legal framework, financially stable-ness

В целях перспектив развития потребительской кооперации Забайкальского края Крайпотребсоюз разрабатывает

план мероприятий на 2017-2021 годы по реализации концепции развития системы потребительской кооперации.

Основными мероприятиями являются:

1. Разработка и утверждение региональной программы «Развития потребительской кооперации Забайкальского края на 2017-2019 годы».

2. Подготовка и заключение соглашений между Забайкальским крайпотребсоюзом и Правительством Забайкальского края, с Министерством экономического развития Забайкальского края и Министерством сельского хозяйства и продовольствия Забайкальского края, которые должны содержать как обязательства Крайпотребсоюза по повышению качества обслуживания и увеличению объемов предоставляемых услуг сельскому населению, так и меры поддержки, в том числе финансовой со стороны региональных органов власти.

Со стороны Забайкальского крайпотребсоюза целесообразно ориентироваться на:

- развитие системы потребкооперации, обеспечение ее конкурентоспособности, повышение рентабельности деятельности хозяйствующих субъектов при сохранении социальной ориентированности системы;

- увеличение объемов сельхозпродукции, расширение взаимодействия с сельхозтоваропроизводителями и ЛПХ и КФХ на договорной и взаимовыгодной основе;

- развитие материально-технической базы заготовки и хранения сельхозпродукции, восстановление имеющихся и строительство новых овощехранилищ, холодильников;

- вовлечение экономически активного, незанятого населения в деятельность по сбору лекарственной – технического и дикорастущего сырья;

- расширение производства продукции, вырабатываемой по традиционным и национальным рецептам из сельскохозяйственной продукции с применением эффективных современных производств для обеспечения продукцией собствен-

ного производства предприятий общественного питания и продовольственных магазинов;

- организация каналов сбыта закупленной у сельхозтоваропроизводителей и переработанной на кооперативных предприятиях продукции, проведение ярмарок выходного дня, открытие специализированных секций в магазинах, организация выездной торговли в труднодоступные и малонаселенные пункты края.

- расширение зоны обслуживания значительной части сельского населения и содержание магазинов в малочисленных и труднодоступных населенных пунктах, выполняющих социальную функцию;

- увеличение численности пайщиков, качества работы и повышения заинтересованности пайщиков в работе кооперативных организаций в предоставлении им льгот и преференций.

Со стороны региональных органов власти:

- возмещение организациям потребительской кооперации части затрат на техническую и технологическую модернизацию производства;

- предоставление субсидий на финансовое обеспечение затрат в связи выполнением работ по капитальному ремонту овощехранилищ и производственных цехов;

- возмещение части затрат организациям потребительской кооперации по закупке, переработке и реализации отдельных видов сельскохозяйственной продукции;

- привлечение организаций потребительской кооперации к участию в закупках для государственных нужд;

- возмещение расходов организациям потребительской кооперации по доставке товаров первой необходимости в магазины, расположенные в сельских поселениях, начиная с 11 километра от пунктов их получения;

- выделение дотаций организациям потребительской кооперации на приобретение автомагазинов и средств на осуществление выездного обслуживания удаленных и

малочисленных пунктов, где отсутствуют объекты стационарной торговли.

3. Совершенствование нормативно-правовой базы для осуществления хозяйственной деятельности кооперативных организации в соответствии с требованиями части 7 статьи 3 Федерального закона от 05.05.2014 года № 99-ФЗ «О внесении изменений в главу 4 части первой Гражданского кодекса РФ и о признании утратившим силу отдельных положений законодательных актов РФ» ранее применяемое наименование «потребительское общество» и должно быть заменено на «потребительский кооператив». В связи с этим потребобщества вносятся изменения в свои наименования и Уставы. Изменения также внесены в наименование и Устав Крайпотребсоюза, с целью принятия в Союз организаций, занимающихся обслуживанием сельского населения (Спок, КФХ, ЛПХ, ООО, ИП).

4. Совершенствование финансовой устойчивости кооперативных предприятий:

-разработка программ взаимодействия между организациями потребительской кооперации и банками (Россельхозбанк, Сбербанк и ВТБ) для разработки специальных решений по инвестиционному кредитованию планов развития кооперативных организаций.

5. Мероприятия по развитию торговой деятельности:

- создание единого бренда для товаров, произведенных на кооперативных предприятиях, единых стандартов оформления торговых объектов и обслуживания в них;

-формирование ниши для реализации сельхозпродукции, закупленной и переработанной организациями потребительской кооперации, а также других товаров, произведенных на предприятиях потребительской кооперации;

- освоение новых направлений торговли, в том числе электронной и других направлений;

- создание оптово-распределительных центров в г.Чита и в г.Борзя и районных сельскохозяйственных рынков по

реализации сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки;

- организация выездной торговли для обслуживания сельского населения, проживающих в отдаленных и малочисленных населенных пунктах.

6. Развитие заготовительной деятельности и переработки сельскохозяйственной продукции, где требуется:

- развитие материально-технической базы для заготовок и переработки сельхозпродукции в части строительства и реконструкции объектов с оснащением их современным техническим и технологическим оборудованием;

- активизация работы с личными подсобными и фермерскими хозяйствами, иными производителями сельскохозяйственной продукции;

- участие в государственной поддержке в рамках программ развития сельского хозяйства, включающей:

- грантовую поддержку на развитие материально-технической базы для сельскохозяйственных потребительских кооперативов;

- субсидирование процентных ставок по кредитам коммерческих банков для инвестирования в объекты заготовительной деятельности, а также пополнение оборотных средств для закупки сельскохозяйственной продукции и дикорастущего сырья.

В настоящее время возникла необходимость объединения отдельных цехов по переработке сельхозпродукции, имеющих в потребительских кооперативах и создание районных кооперативных пищекомбинатов, то есть самостоятельной структурной единицы внутри кооператива (потребительского общества). Такое объединение необходимо в связи с тем, что:

- много имеющихся цехов расположенных в старых малопригодных зданиях на разных площадках, с самостоятельными системами отопления, водоснабжения и канализации, не позволяющие расширить производство и разместить новое современное оборудование;

- в результате объединения цехов и размещения их на одной территории позволит сократить затраты на содержание охраны, кочегаров-истопников, сократить транспортные расходы, и другие необоснованные расходы;

- объединение позволит в имеющихся помещениях или во вновь построенных зданиях, расположенных на одной площадке, оптимизировать затраты по их содержанию, рационально использовать кадровый, производственный, логистический ресурсы;

- создание районных кооперативных пищекомбинатов позволит создать полноценное производственное предприятие районного уровня производящее продовольственные товары, позволит интегрировать кооперативное производство с системой заготовительной и торговой деятельностью, обеспечить высокое качество производимой продукции, под единым брендом в современной упаковке.

Научно-исследовательская деятельность, проводимая институтом предпринимательства как никогда актуальна и важна для реализации намеченных мероприятий.

**СЕКЦИЯ 1. РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК
В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

УДК 94.470

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

**НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ КООПЕРАЦИИ
НА СТРАНИЦАХ ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО ЖУРНАЛА
«ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ХОЗЯИН»**

В статье освещены вопросы кооперации на страницах дореволюционного журнала «Забайкальский хозяин», в частности, развитие кооперации в сфере материального производства, названы фамилии редакторов, корреспондентов.

Ключевые слова: журнал «Забайкальский хозяин», развитие кооперации в области, первый областной кооперативный союз.

*Averochkina T. S.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

**SOME ISSUES OF COOPERATION IN THE PAGES
OF THE PRE-REVOLUTIONARY JOURNAL
"TRANS-BAIKAL HOST"**

In the article the questions of cooperation in the pages of pre-revolutionary magazine "TRANS-Baikal host", in particular, development

of cooperation in the sphere of material production, called the names of the editors, correspondents.

Key words: journal "TRANS-Baikal host", the development of cooperation in the region, the first regional cooperative Union.

Потребительская кооперация Забайкалья до 1917 года сотрудничала со многими выходившими в то время газетами и журналами области, так как до 1914 года не имела своего печатного органа. Но в большей степени взаимодействовала с сельскохозяйственным журналом «Забайкальский хозяин», который начал печататься в 1912 году.

За шесть лет существования журнала сменилось несколько издателей: сначала Забайкальское общество сельского хозяйства и Войсковое хозяйственное правление Забайкальского казачьего войска, затем с ноября 1912 г. по январь 1914 г. добавилось Забайкальское общество ветеринарных врачей, с января 1916 г. до последних номеров журнала осталось только Забайкальское общество сельского хозяйства.

Также менялись и редакторы: в 1912 году – В.Е. Рудницкий, председатель Забайкальского общества сельского хозяйства, агроном, и А.Н. Банышиков, горный инженер. С апреля 1913 года журнал редактировал только А.Н. Банышиков, с марта 1914 года – совместно с А.И. Венске, старшим специалистом по сельскохозяйственной части, с января 1915 года – опять А.Н. Банышиков.

Журнал издавался в разных городских типографиях: с января 1913 года – в Паровой типографии «Забайкальского Товарищества Печатного Дела», с марта – в «Электро-типографии Забайкальского областного правления», с января 1914 года – в «Типографии Войскового хозяйственного правления», с августа 1915 года – в Паровой типографии «Забайкальского Товарищества Печатного Дела».

Программа журнала была обширной: циркуляры, распоряжения, приказы, протоколы сельскохозяйственных съездов и т.д.

Были и постоянные рубрики: «Обзор русской и иностранной жизни», «Сельскохозяйственная хроника», «Областное обозрение», «Полезные заметки», «Обзор сельскохозяйственной литературы и библиография, корреспонденция». В рубрике «Вопросы и ответы» давались ответы на вопросы читателей, в «Справочном отделе» печатали «Ведомости о заразных болезнях на скот в Забайкальской области», появлялись материалы о становлении метеослужбы.

Регулярно печатались статьи редакторов. Например, в первом номере за 1912 год статьи А. Баньщикова «Искусственное орошение и его значение для области» и В. Рудницкого «Забайкальский областной сельскохозяйственный съезд».

Издавались статьи специалистов агрономии и ветеринарии, инженеров, статистов и др. Например, агронома А. Савари («Льноводство в Витимском районе» (№ 1, 2, 7, 1913), «Роль агрономической организации в льноводстве в Витимском районе» (№ 8, 1913), агронома Кабанова Е. («Гусеница лугового мотылька и меры борьбы с нею» (№ 4, 1913), ветеринарных врачей С.А. Лебедева («Чистота кожи животных» (№ 3, 1913) и Н. Мартышева («Курсы по скотоводству, молочному хозяйству и ветеринарии» (№ 7, 1913), ученого лесовода Ф. Яхонтова («Лес и казаки» (№ 1, 2, 1913), «Воспоминание об одном кредитном товариществе» (№ 3, 1913), «Волки и борьба с ними» (№ 6, 1913). Старший инструктор пчеловодства Забайкальской области Кокорин Михаил Сергеевич в течение пяти лет публиковал в журнале статьи «Пчеловодство в Забайкалье» (№ 2,9;1912; № 21-24; 1914, № 3; 1915, № 2,4,23; 1916, № 16-19, 1913).

Также журнал давал оценку социальным и политическим вопросам. Например, в 12-ом номере журнала, в статье «Насущные нужды забайкальской деревни», отмечалось: «Забайкальская деревня беднеет год от года. Народ сознает свою беспомощность... Его положение делается все хуже и хуже...» [13].

В отчете в Главное управление по делам печати МВД «О периодической печати Забайкальской области за 1912 год», военный губернатор Андрей Иванович Кияшко дал такую характеристику журналу: «Забайкальский хозяин» - специальный, никаких политических целей не преследует [1].

По мнению Е. Петряева, «это первый в Чите научно-производственный журнал» [20], ставивший задачу «разработку местных вопросов, регистрацию успехов агрономической науки и работы опытных учреждений» [3]. Не случайно в первом номере редакция просила население деревень воспринимать журнал как общественного помощника и делиться практическим опытом.

Начиная с третьего номера, приводился анализ по кооперативному движению в Забайкалье, печатались материалы об опыте работы зарубежных и российских кооператоров. Как показало изучение сплошного массива журнала, всего появилось около тридцати статей.

Если, как сообщалось в статье «Сельская кооперация» [5], в 1912 году «в Забайкалье кооперативное движение только намечается. В экономической жизни нашего края кооперация не играет пока сколько-нибудь заметной роли», то к 1914 году наблюдается резкий рост числа кооперативов, что, в том числе, указывает на результативность печати.

Аналогичная точка зрения подтвердилась редакторской статьей, опубликованной в январском номере за 1914 год: «Два года работы по изданию нашего журнала показали нам, что забайкальская деревня поняла уже пользу печатного слова, мы убедились и в том, что связь наша с деревней будет тем более живой и тесно, чем чаще будут выходить очередные номера нашего журнала, чем скорее мы будем откликаться на нужды момента» [8].

Обращаясь со статьей «К кооператорам», Н. Гладышев в следующем номере, назвав кооперацию благодатью, спросив: «Кто же создал такую благодать?» – отвечает: «сами крестьянские кооперативы». Делая вывод о том, что кооперация – это взаимопомощь, он призывал читателей к

объединению, чтобы «делать жизнь и красивее, и полезнее, и приятнее» [9].

В 1914 году появляется много информации о кооперативах области в рубриках, «Общество потребителей служащих Забайкальской железной дороги», «Областное обозрение», «Районное совещание кооперативов», «Кооперативы и животноводство», «Новые кредитные товарищества», «Масляные операции», «Новые потребительские кооперативы». Уже в сентябрьском номере корреспондентом было сделано заключение: «Могучая волна кооперации проникла и в захолустные уголки обширного Забайкалья. Но наряду с этим приходится признать, что кооперативы находятся на первой ступени развития и только показали свои могучие ростки, но не развернули своей богатырской мощности. В данное время роль руководителей должна быть направлена на распространение кооперативных знаний в массу сельского населения» [10].

В январском номере за 1916 год передовая статья «С Новым Годом!» оценивала пятидесятилетний юбилей российской кооперации не как праздник, а «как немалый опыт кооперации и при этом в двух отношениях: действительно ли кооперация есть та точка приложения общественных сил, трата коих целесообразна и ведет к желаемым результатам, а затем обладает ли эта форма сотрудничества достаточной жизненностью в наших условиях» [15].

Постепенно в работе кооперативов стали участвовать женщины. Так, в 1915 году членом правления Большеостровского кооператива была избрана жена рабочего Сирина. Журнал констатировал: «О значении участия женщины в кооперативных обществах двух мнений быть не может. Сплошь да рядом судьба общества зависит от того, как к нему отнесутся женщины, которые, собственно, и являются основной массой покупателей» [14]. Сложившийся стереотип о бесправности женщины и ее невозможности участия в общественной жизни, постепенно менялся.

Деятельность кредитных кооперативов, оказывающих значительное влияние на хозяйственное развитие животноводства и агрономии по выдаче ссуд на производственные нужды (покупку сельскохозяйственного инвентаря, скота, семян), также освещалась на страницах журнала.

В годы Первой мировой войны в связи с выдачей за мобилизованного кормильца денежного содержания у населения накопились значительные суммы денег, которые они вкладывали на сберегательные счета своего товарищества, что привело к росту вкладов кредитных товариществ: если в 1914 году – 493338 рублей, то в 1915 – 730145 [16]. В то же время, увеличение кредитных товариществ этого периода было небольшим: всего 20 новых товариществ с 1914 по 1916 год [18]. Из них двенадцать сформировалось среди бурятского населения, крупнейшие из них - Агинское и Цукольское [15].

Таким образом, особое влияние на развитие кооперации в сфере материального производства: пчеловодческой, молочной и маслодельческой и т.д. денежными средствами оказывала кредитная кооперация.

В журнале дан анализ количественного роста потребительской кооперации. Если в Забайкальской области в 1912 году было образовано всего 11 кооперативов, то в 1913 году - уже 43 общества [9], в первую очередь сельской потребительской кооперации. Статистика показала увеличение количества людей, состоящих в одном обществе: если в 1915 году на одно общество было 104 человека, в 1917 – 299 человек [19].

Основное место среди производственных артелей занимали маслодельческие. Несмотря на то, что климатические условия области не давали возможности развитию этого вида кооперации [2], первая маслодельческая артель в Восточной Сибири появилась именно в Забайкалье, в бурятском улусе Цома. Таким образом, с 1911 года началось ее развитие в регионе.

Автором многих публикаций о маслодельческих артелях являлся Ф. Мокрушин. Например, в седьмом номере журнала за 1913 год в статье «Маслодельная кооперативная промышленность в Западной Сибири» выражалась надежда об увеличении количества кооперативных учреждений маслодельной промышленности.

В десятом номере статья «О значении кооперативного маслоделия» анализировала данный вопрос в России и в Дании. Определив, что маслоделие в области «зачаточное», он отстаивал необходимость данного процесса: «Причина доброкачественности товара заключается в том, что земледельцы объединяются в кооперативы, образуют крупное, технически хорошо оборудованное предприятие, а на таком крупном заводе и вырабатываемые продукты получают качеством лучше» [7]. Кроме того, утверждая главную роль кадров, он предлагал «приглашать на службу человека более опытного, что служит также улучшению дела», организовывать потребительские лавки для «возможности членам кооператива сберегать свои трудовые копейки» [7].

В кооперации автор видел духовно-нравственные начала возвышения человека: «Кооперация носит в себе зачатки благородства и члены ее приближаются к идеальной общественной жизни. Член кооператива не может относиться недобросовестно к артельному предприятию, т.к. это учреждение его собственное. То есть справедливое отношение должно постепенно входить в привычку... Кооперативная жизнь приучает к аккуратности, вследствие требующей от каждого члена кооператива известной дисциплины. Кооперативы побуждают население к самостоятельности и в народе просыпаются творческие силы» [7].

На примере Дании, имеющей сеть кооперативов, автор привел данные о возможности происходящего при их отсутствии, призывая забайкальские хозяйства перейти на кооперативную форму маслодельного производства.

Следующие номера журнала рассматривали вопросы общей постановки и устройства дел в маслодельных артелях, а также рекламировали экспортное сливочное масло забайкальских артелей.

На областном кооперативном съезде 15 марта 1916 года И. Голованов в докладе «Кооперативное маслоделие» говорил об «огромной будущности артельного маслоделия. Этому благоприятствует достаточное количество хороших пастбищных угодий, а во-вторых - наличие громадного количества рогатого скота в области» [17], и внес предложение об устройстве склада – ледника на какой-либо станции Забайкальской железной дороги. В связи с этим, он обратился с просьбой о внесении в смету Губернской Земской Повинности кредита для обучения мастеров маслоделия к Правительственному агроному.

В разных номерах журнала периодически печатались материалы об объединении кооперативов в союзы. Впервые этот вопрос обсуждали на первом Забайкальском сельскохозяйственном съезде, проходившем в Чите с 1 по 10 марта 1912 года [6]. А с январских номеров за 1914 год появились публикации о работе Забайкальского торгово-промышленного товарищества.

В 1915 году был опубликован призыв Председателя кенонского кредитного товарищества, священника Пентюхова, разославшего анкетные листы с просьбой высказывания о необходимости создания союза. Инициатива была поддержана [11]. В этом же году автор статьи «К вопросу об организации союза кредитных товариществ» также выступил за организацию союза учреждений мелкого кредита [12].

Наконец, в марте 1916 года прошел первый областной кооперативный съезд, документы которого были опубликованы в апрельских номерах журнала.

Таким образом, анализ материалов журнала «Забайкальский хозяин» позволяет сделать вывод о том, что журнал как издание сельскохозяйственного направления имел

большое практическое значение для развития в Забайкалье агрономии, ветеринарии и сельского хозяйства в целом. Особое значение для населения имело освещение вопросов кооперации.

Библиографический список

1. ГАЧО, ф. 1, оп. 1 (О), д. 5088, л. 110.
2. Гузик, М. В. Становление и развитие кооперации в Восточной Сибири в конце XIX - начала XX века : автореферат на соискание ученой степени кандидата исторических наук / М. В. Гузик. – Иркутск, 2000.
3. Забайкальский хозяин. – 1912. - № 3.
4. Забайкальский хозяин. – 1912. - № 4.
5. Забайкальский хозяин. – 1912. - № 6.
6. Забайкальский хозяин. – 1913. - № 10.
7. Забайкальский хозяин. – 1914. - № 1.
8. Забайкальский хозяин. – 1914. - № 2.
9. Забайкальский хозяин. – 1914. - № 15-16.
10. Забайкальский хозяин. – 1915. - № 2.
11. Забайкальский хозяин. – 1915. - № 4.
12. Забайкальский хозяин. – 1915. - № 12.
13. Забайкальский хозяин. – 1915. - № 20.
14. Забайкальский хозяин. – 1916. - № 1.
15. Забайкальский хозяин. – 1916. - № 3.
16. Забайкальский хозяин. – 1916. - № 5.
17. Забайкальский хозяин. – 1917. - № 1.
18. Забайкальский хозяин. – 1917. - № 3.
19. Петряев, Е. Первый научный журнал / Е. Петряев // Забайкальский рабочий. - 1962. – 31 октября.

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

НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В статье дается обзор основных направлений маркетинговых исследований в розничной торговле, описывается их процедура. Последовательно раскрываются необходимые шаги по организации и технологии маркетингового исследования: формулирование задач исследования, выбор и сочетание методов. Приведены результаты проведенного исследования на потребительском рынке г. Чита

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования, торговля, покупатель

*Petrova N. E.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

DIRECTIONS OF MARKETING RETAIL RESEARCH

This article provides an overview of the main areas of market research in the retail trade, described their procedure. Consistently disclosed the necessary steps to organize and market research technology: the formulation of research problems, the choice and combination of methods. The results of the study on the consumer market Chita.

Keywords: marketing, market research, trade, the buyer

При осуществлении конкретного маркетингового исследования, в зависимости от особенностей изучаемого рынка, выбранных направлений, методы и виды информации, а также способы ее сбора могут конкретизироваться и уточняться. При проведении конкретного маркетингового исследования, в зависимости от специфики изучаемого рынка, методы и виды информации, а также способы ее сбора могут конкретизироваться и уточняться. Специфика проведения маркетингового исследования покупательского спроса и факторов, оказывающих воздействие на него, предполагает подразделять направления исследования на общие и частные.

Маркетинговое исследование покупательского спроса на синтезаторы – это изначально общее направление проводимых исследований.

Программа маркетингового исследования - это структурированный документ, который описывает проблемную ситуацию и процедуры ее изучения. Разработка программы является первым этапом проведения маркетингового исследования.

Направления второго уровня и задачи можно систематизировать по таким тематическим направлениям, как анализ источников формирования ресурсов рынка, характеристика потребителей, спрос, неравномерность потребления, выявление важнейших потребительских приоритетов, характеристика конкурентной ситуации, формирование ассортимента, поставщики, соотношение спроса и предложения. Некоторые направления второго уровня и задачи относятся более чем к одному классу. Это объясняется комплексной направленностью маркетинга (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Тематические направления маркетинговых исследований
покупательского спроса и факторов его формирующих

| Направления первого уровня | Направления второго уровня и задачи |
|-------------------------------|---|
| Розничная торговля | тестирование организаций розничной торговли; поставщики |
| Конкуренция | конкуренция в целом; совокупное рыночное предложение |
| Потребители | спрос; неравномерность потребления; выявление важнейших потребительских приоритетов |

Как видим из структуры тематических направлений, особое значение должно придаваться задачам, которые определяют конкретный метод решения или конкретную группу методов. Например, кабинетные методы исследований, направлены на обобщение вторичной информации о деятельности предприятия, поставщиках, методах продажи, уровне дохода населения, ассортиментную структуру торговой организации. Полевые исследования, основанные на анализе первичных данных, полученных в результате опросов потребителей, характеризующих спрос и факторов на него влияющих. Исходя из вышеизложенного, схема программы проведения маркетингового исследования будет следующей (рис.1.1)

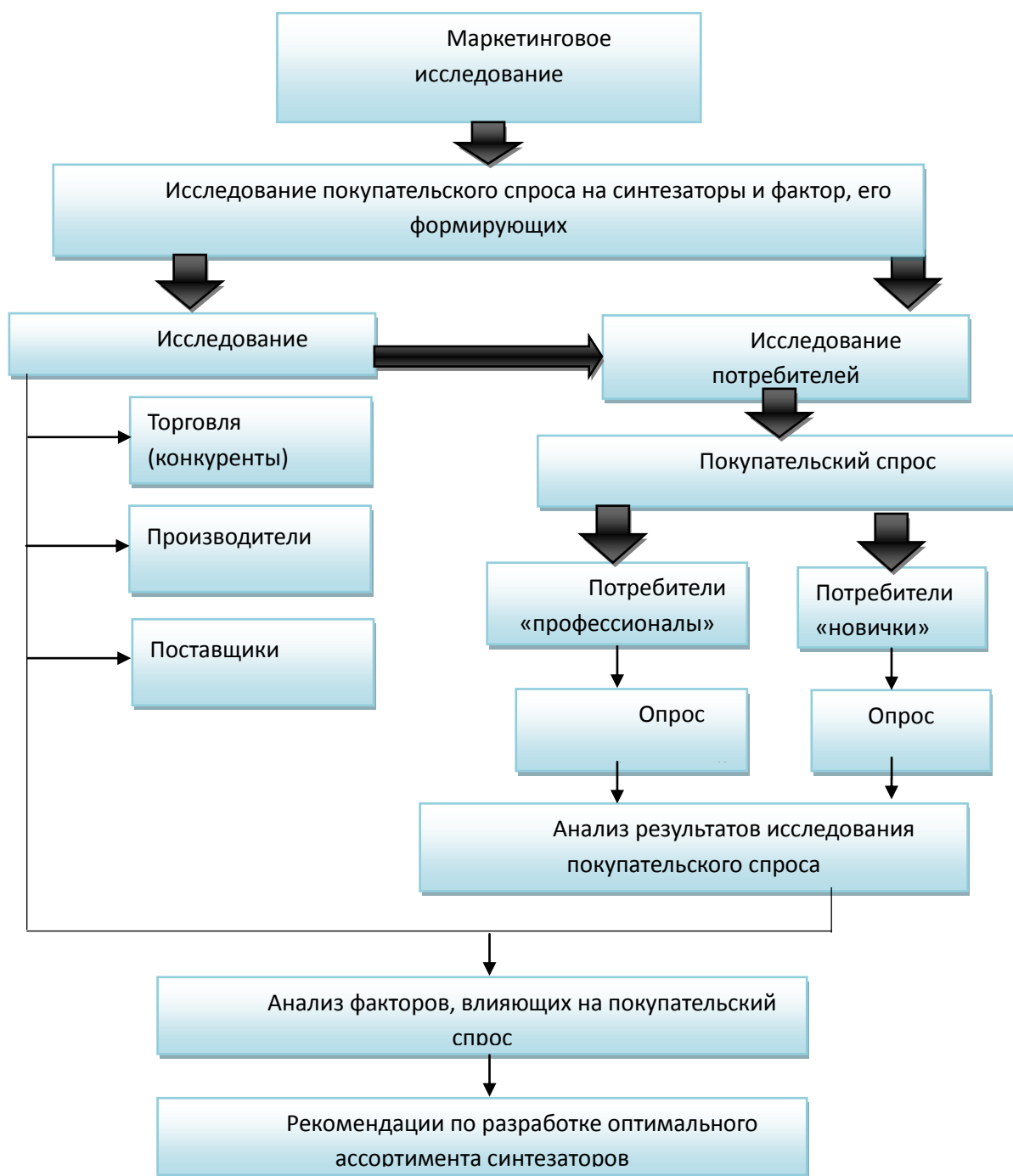


Рис. 1.1. Схема программы маркетингового исследования

Из представленной на рис. 1.1 схемы программы маркетингового исследования следует, что один из факторов макросреды – это потребитель, выделен в отдельную ветвь исследования.

В соответствии с выбранными методами и на основе принятой в маркетинге процедуры исследования разработана программа его проведения (табл. 1.2).

Таблица 1.2.

Программа маркетингового исследования покупательского спроса и факторов его формирующих

| Этапы исследования | Содержание и процедуры этапа |
|--|--|
| 1.Определение проблемы и целей исследования (концепция исследования) | |
| 1. Определение проблемы и потребности в проведении маркетингового исследования | Предложение синтезаторов в магазине «Свет и Музыка» превышает спрос. Некоторые виды синтезаторов не реализовываются свыше 1 года (Medeli, Kawai). Объем продажи синтезаторов составил всего 14 единиц за 2014 год. |
| 1.2. Формулирование целей исследования | Получение маркетинговой информации о покупательском спросе, в т.ч. факторов макросреды, оказывающих влияние и на деятельность магазина «Свет и музыка», и на покупательский спрос. |
| 2. Разработка плана исследований | |
| 2.1. Выбор методов проведения маркетинговых исследований | Социологические, статистические |
| 2.2. Определение источников получения вторичной информации | Внутренние документы магазина «Свет и Музыка» (договоры, отчеты), периодические издания, статистические сборники, ресурсы сети Интернет, каталоги |
| 2.3. Методы сбора первичной информации | Опрос в формах анкетирования (потребители) и интервью (потребители, сотрудники магазина) |
| 2.3. Разработка форм для сбора данных, разработка выборочного плана и определение объема выборки | Разработаны анкеты, листы наблюдения. Объем выборки составил: 68 респондентов (100 %) – покупатели синтезаторов в специализированных магазинах (опрос осуществлялся при покупке синтезатора); |

| | |
|---|---|
| | <p>В г. Чите функционирует более 35 музыкальных коллективов (Министерство культуры, Правительство Забайкальского края).</p> <p>При проведении устных опросов целесообразно использовать <i>метод случайной бесповторной выборки</i> (его суть заключается в том, что респондент отбирается случайно и второй раз уже не опрашивается). Формула расчета представлена в первой главе работы.</p> <p>Предположим, что генеральная совокупность составляет 35 чел. – профессиональных музыкантов (по числу муз. коллективов).</p> <p>С округлением численность выборки составит 19 чел. Следовательно, для получения надежных представительных данных надо опросить 19 человек.</p> |
| 3. Реализация плана исследований | |
| Кабинетные исследования | Декабрь, 2015 - январь, 2015 гг. |
| Полевые исследования | Январь – май, 2016 г. |
| 4. Интерпретация полученных результатов (анализ исследования) | |
| | <p>Для анализа полученной информации используются статистические методы. Разрабатываются выводы и предлагаются рекомендации для оптимизации торгового ассортимента.</p> |

Приведенная программа отражает: методы проведения исследования, источники вторичной информации, сроки и методы сбора первичных данных.

При проведении нашего исследования воздействие каждого фактора определяется определенными методами, которые отмечены в плане исследования.

Распространение анкет и получение ответов велось с помощью интервьюеров в торговых залах магазинов, местах репетиций и выступлений, посредством сети Интернет, телефона. Опросные листы, анкета представлены в приложениях.

Реализация направления «Исследование макросреды» осуществлялось методами наблюдения и опроса, методом сбора вторичной информации – анализ документов.

Рынок музыкальных инструментов в сфере реализации по г. Чита представлен следующими магазинами: «Мир музыки», «Муззона», «Рок - Арсенал». В настоящее время также актуальна покупка синтезаторов через сеть Интернет. Пользуются спросом такие Интернет-магазины, как Soundmarker.by, Muztorg.ru, Pop-music.ru, EBay.com, Мир Музыки (mirm.ru) и Muzonshop.ru.

Данные торговые организации являются конкурентами магазина «Свет и Музыка». Ассортимент магазинов-конкурентов схож по своей структуре с исследуемой организацией. Более широкий торговый ассортимент представлен в Интернет-магазинах. Это обусловлено тем, что продажа осуществляется в режиме он-лайн, который дает возможность не содержать складские помещения, а реализовывать синтезаторы с помощью видеороликов и видеокаталогов. При получении заявки необходимый товар заказывается у предприятий-производителей или дистрибьюторов. Интернет-магазины заключают с ними договорные отношения по доставке и гарантийному обслуживанию.

Исследование производителей осуществлялось посредством сбора вторичных данных – анализ производственного и торгового ассортимента. Результаты исследования представлены в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Анализ производственного ассортимента

| /п | Наименование организации-производителя, дистрибьютора | Ассортимент | Цена |
|----|---|---|---|
| . | Yamaha | Цифровое пианино Yamaha PSR-E243 Электропианино PSR-E243 с функцией автоаккомпанимент Рабочая станция MOX-F26 Синтезатор-вокодер Синтезатор аранжировщик Tyros 4 Любительский синтезатор PSR-E443 Обучающий синтезатор PSR-R200 | 12 000 руб. 14 124 руб. 70 229 руб. 29 799 руб. 24 799 руб. 23 500 руб. 10 754 руб. |
| . | Kord | Синтезатор – вокодер Рабочая станция Krome-73 Аналоговый синтезатор MS 20-Mini Интерактивная рабочая станция Pa 50 Sd Синтезатор-аранжировщик Pa 3x-61 Цифровое пианино SP 170 S Исполнительский синтезатор Taktile 49 | 30 000 руб. 84 990 руб. 34 790 руб. 46 440 руб. 20 990 руб. 21 900 руб. 18 200 руб. |
| . | Casio | Цифровое пианино CTK-1300 Детский синтезатор Sa 46 Рабочая станция XW-G1 Groove Профессиональный синтезатор WK – 7600 Обучающий синтезатор WK-240 | 8 990 руб. 4 690 руб. 39 990 руб. 35 490 руб. 23 990 руб. |
| . | Roland | Цифровое пианино FP-50 BK Исполнительский синтезатор Juni-di Любительский синтезатор BK-3-BK Интерактивный синтезатор BK-OR Электропианино A-49 Цифровое пианино A 500-Pro | 87 900 руб. 50 490 руб. 41 140 руб. 58 500 руб. 9 590 руб. 15 350 руб. |
| . | Medeli | Цифровое пианино M-15 Полупрофессиональный синтезатор M 17 Цифровое пианино SP-5500 | 9 900 руб. 12 379 руб. 29 269 руб. |

Выбор Интернет-магазинов для исследования осуществлялся после проведения интервью и опросов, где были названы данные организации.

Поставщиками синтезаторов для магазина «Свет и Музыка» являются компании: ООО «Азия Мьюзик» г. Иркутск; ООО «Инваск» г. Красногорск; ООО «Арти Мьюзик Дистрибьюшин» г. Москва; ООО «Ямаха Мьюзик» г. Москва; ООО «Фирма Имлайт-шоутехник» г. Москва, с которыми заключаются договорные отношения.

Для исследования покупательского спроса на синтезаторы, реализуемых магазином «Свет и Музыка» был выбран метод опроса. Для проведения опроса была составлена анкета, состоящая из 12 вопросов (приложение 1). Целью проведения опроса было: определить области удовлетворённости и неудовлетворённости покупательского спроса на синтезаторы, реализуемые магазином и предпочтения покупателей.

В маркетинговом исследовании принимали участие все покупатели синтезаторов и посетители, которые проявляли интерес к этим музыкальным инструментам. Так как количество этих людей небольшое - 68 (это число и является генеральной совокупностью), мы опросили 100 %. Расчет объема выборки осуществляется только при уровне генеральной совокупности, когда опрос 100 % является невозможным из-за большого количества опрашиваемых лиц.

В результате исследования выявлены следующие результаты (Приложение 4). Большинство респондентов (60 %), посещающие магазин «Свет и Музыка» являются профессиональными музыкантами, 40 % респондентов не имеют специального образования (1.2.).

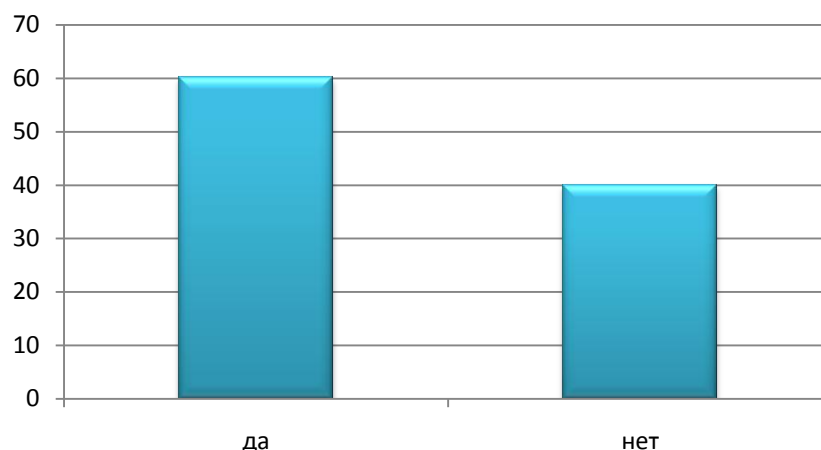


Рис. 1.2. Наличие музыкального образования у респондентов

Большинство респондентов – 53 % - приобретали музыкальные инструменты в других магазинах. Покупатели, приобретающие инструменты в магазине «Свет и Музыка» - 47%- нашли именно те инструменты, которые хотели приобрести и остались довольны их качеством.

Для того чтобы узнать какие марки производителей пользуются наибольшей популярностью у покупателей, был задан вопрос: «Синтезаторы каких марок Вы предпочитаете?». Достаточно высокий процент опрошенных (30 %) респондентов выбрали синтезаторы японской компании Yamaha, занимающую одну из лидирующих позиций на мировом рынке с 70-ых годов. Синтезаторы Yamaha популярны среди профессиональных музыкантов за счет своих игровых возможностей, широкой инструментальной палитрой по диапазону, тембральному разнообразию. Синтезаторы Casio предпочитают 25 % опрошенных, Korg – 17 %, Roland – 17 % (прямые конкуренты компании Yamaha) так же вызывают предпочтения у респондентов. Такие марки производителей как Access, Medeli и Kawai не пользуются спросом у покупателей (рис. 1.3).

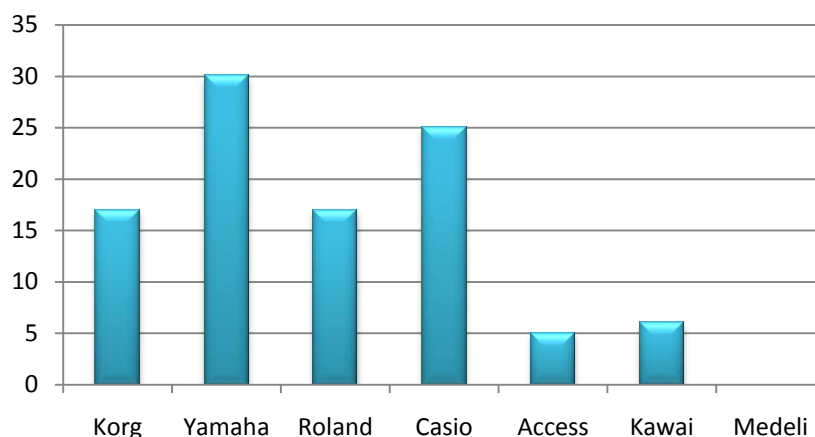


Рис.1.3. Предпочтения покупателей при выборе производителя

Для того чтобы определить наиболее значимые факторы при выборе и покупке синтезаторов был задан следующий вопрос: «Чем вы руководствуетесь при выборе синтезаторов?» и даны варианты ответов – качество звучания, цена, марка производителя, небольшие габариты инструмента, другие варианты ответа. Ответы распределились следующим образом.

На первом месте для покупателей синтезаторов является марка производителя, второе место – цена, третье место – качество звучания, и на последнем месте габариты инструмента и другое (рис. 1.4).

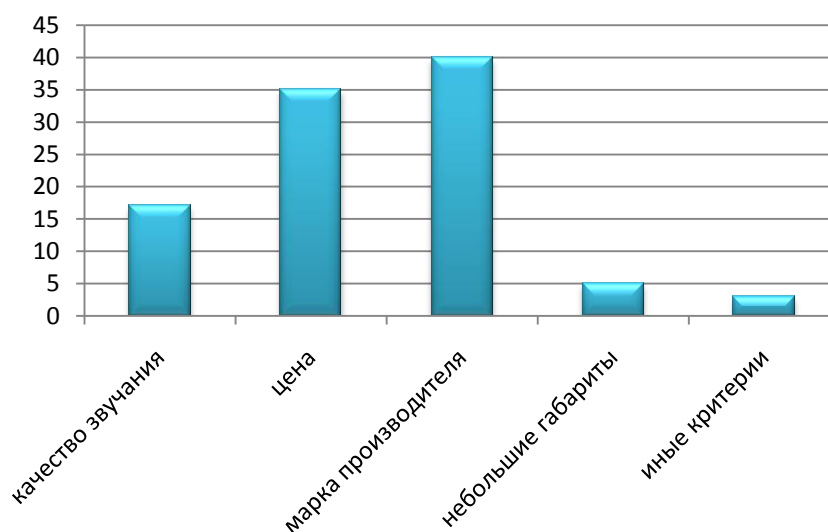


Рис. 1.4. Значимые факторы при покупке синтезаторов

Среди большого выбора разновидностей синтезаторов, практически половина респондентов остановила свой выбор на синтезаторах-аранжировщиках (41 %). Такой вид синтезаторов самый универсальный и подходит для работы профессиональным музыкантам. Так же покупатели отметили рабочие станции (20 %), цифровые пианино (17 %), электропианино (13 %). Синтезаторы-вокодеры и детские имеют узкий круг направленности и поэтому не пользуются популярностью у потребителей (рисунок 1.5.).

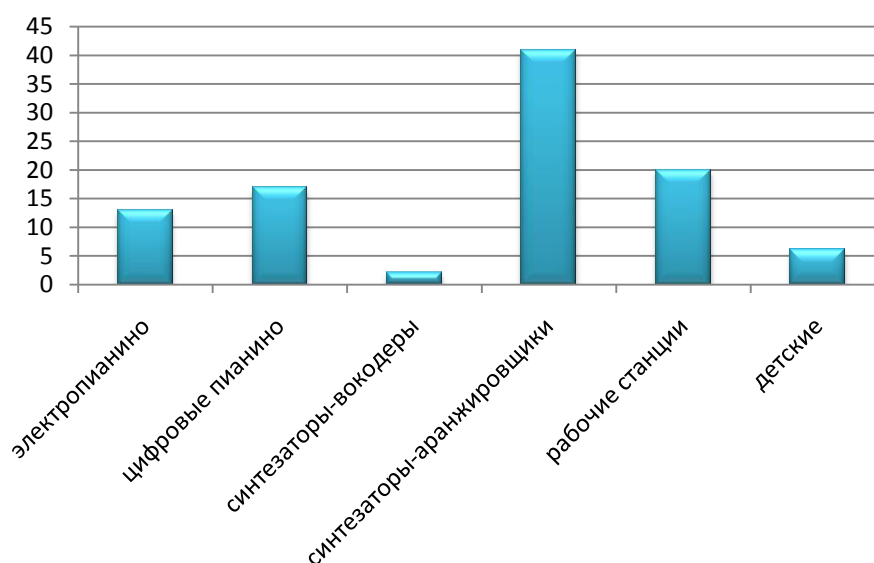


Рис. 1.5. Предпочтения покупателей по видам синтезаторов

Из всех опрошенных нами респондентов были люди разных возрастов. Наибольшая возрастная группа опрошиваемых составила 18-30 лет (39 %), 30-40 лет -31 %, 40-50 лет – 14 %. Это представлено на рисунке 1.6.

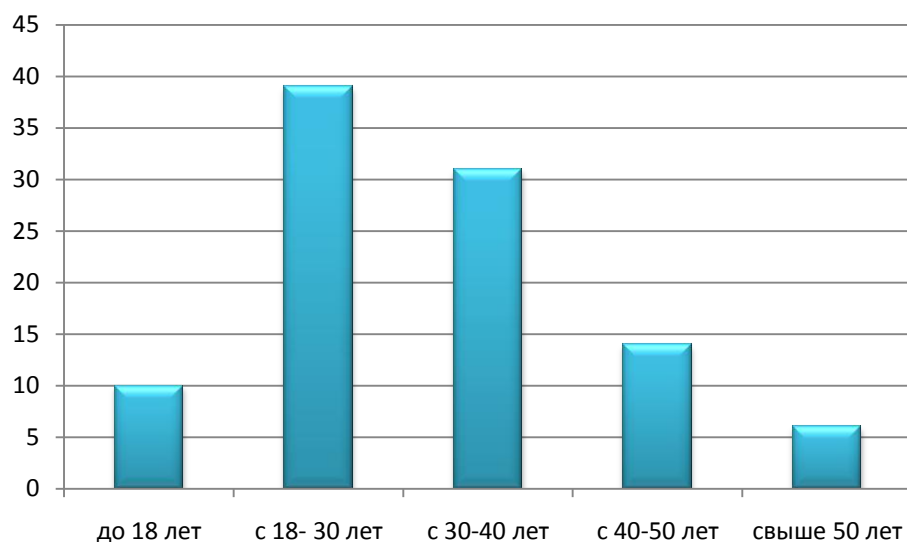


Рис. 1.6. Возраст респондентов

При проведении исследования было опрошено 58 % женщин и 42 % мужчин. Из них: 22 % - студенты, 13 % - предприниматели, 11 %- учащиеся, 20 % - рабочие, 23 % - служащие, 6 % - безработные и 3 % выборки составили пенсионеры (рис. 1.7).

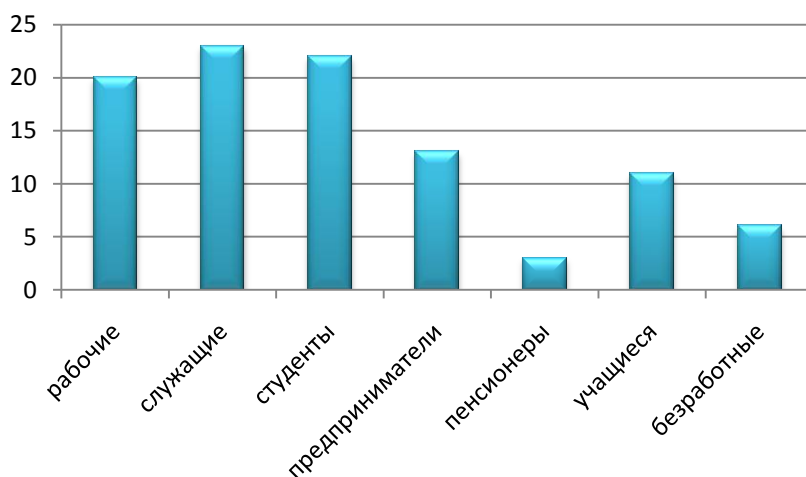


Рис. 1.7. Социальное положение респондентов

По уровню доходов респонденты разделились следующим образом: 41 % - от 20-30 тыс. рублей на одного

члена семьи, 39 % - от 7-20 тыс. рублей, 9 % - до 7 тыс. рублей, 11% - свыше 30 тыс. рублей (рис. 1.8).

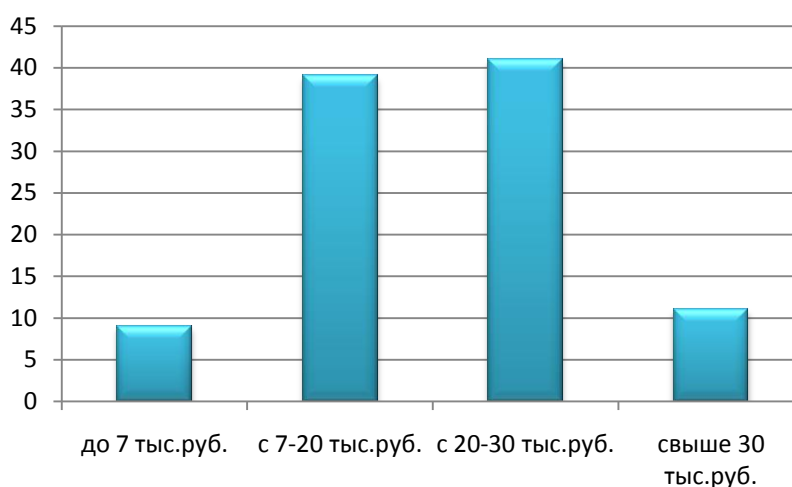


Рис. 1.8. Уровень дохода на одного члена семьи

В ходе опроса было выявлено, что 34 % покупателей приобретают синтезаторы в подарок, 61 % - для личного пользования и 5 % для иных нужд.

Таким образом, в результате проведенных нами исследований можно сделать следующие выводы: в выборе из всех опрошенных покупателей вошли 39 женщин и 29 мужчин, все респонденты разных возрастных категорий, различного социального положения. Исследование показало, что самыми популярными марками производителей среди покупателей являются Yamaha – 21 респондент, Casio – 17, Roland и Korg по 12 респондентов, Kawai –четыре. Всего три респондента выбрали марку Access. При выборе синтезаторов большинство респондентов обращают внимание на марку (40 %), а уже потом на цену (35 %), качество звучания (17 %) и другие характеристики (3 %).

Из полученных результатов исследования выявлено, что 41 % респондентов предпочитают синтезаторы-аранжировщики, 20 % - рабочие станции, 17 % - цифровые пианино и 13 % - электропианино. В магазине «Свет и Музыка» 34 % покупок респонденты совершили в качестве

подарка, 61 % приобрели синтезаторы для личного пользования.

С целью определения степени осведомленности профессиональных музыкантов в данных марках инструмента и их отношения к ней, а также определения приоритетности их отношений к функциональности синтезаторов, качеству, степени доступности продукта и уровню сервиса, мы также провели опрос. Для проведения опроса была составлена анкета, состоящая из 10 вопросов. В качестве респондентов выступили 19 музыкантов (по расчетам выборки), профессионально занимающихся музыкой. В результате исследования выявлено следующее.

Большинство респондентов (42 %) имеют профессиональный стаж более 5 лет, другие респонденты имеют профессиональный стаж до 5 лет (32 %) и самый низкий процент только обучающихся (26 %). У 47 % в музыкальной карьере был только один синтезатор, 32 % сменили два синтезатора, 16 % опрошиваемых – три синтезатора и более четырех синтезаторов было только у 5 % респондентов.

Для того чтобы узнать какие марки синтезаторов предпочитают профессиональные музыканты, нами был задан вопрос: «Какие марки синтезаторов, на Ваш взгляд лучше выполняют функциональное назначение?». Лидером среди опроса стал синтезатор марки Roland (42 %) – по мнению респондентов, эти синтезаторы обладают большей функциональностью, чем синтезаторы других марок и больше подходят для профессиональных музыкантов. Так же были отмечены такие производители как Yamaha (26 %), Casio (21 %) и Korg (10 %). А марки синтезаторов Access, Kawai, Medeli не пользуются популярностью среди музыкантов, так как такие инструменты больше подходят для начинающих музыкантов.

Выбор синтезаторов осуществляется по различным критериям. Большинство респондентов выбирает синтезатор по качеству его звучания (37%) – этот критерий является

одним из самых важных для профессионалов. По марке производителя выбирают 32 % опрошиваемых. Опытный музыкант знает какие из синтезаторов различных производителей обладают подходящими для работы характеристиками. Так, например синтезаторы фирмы Casio больше подходят для домашнего обучения, Yamaha – считаются одними из самых качественных синтезаторов, а модели Roland и Korg выпускают в основном для сценических выступлений и работе в студиях. 16 % респондентов считают важным критерием при выборе синтезатора - его цену. Это обусловлено тем, что цена инструмента зависит от качества материала, из которого он изготовлен, от назначения и функциональных особенностей. Профессиональные синтезаторы стоят дороже, чем обучающие. Такой критерий как возможность полифонии выбрали 10 % респондентов и всего 5 % выбрали другие функциональные особенности.

Следующие вопросы были заданы с целью определения места покупки синтезаторов и почему они выбрали данный канал товароснабжения. Из всех опрошиваемых респондентов - 58 % приобретали музыкальные инструменты в других магазинах, 42 % пользовались услугами магазина «Свет и Музыка» и осуществили покупку инструмента, который действительно хотели приобрести. Из восьми респондентов, купивших товар в нашем магазине, только один человек остался не удовлетворен качеством купленного инструмента.

На вопрос: «Назовите другие места покупки синтезаторов?» большинство респондентов ответили, что приобретают синтезаторы через интернет-магазины (42 %), а так же в магазинах города: «Мир музыки» - 37 %, «Муззона»- 10 % и 10 % купили синтезаторы в других местах.

При проведении анкетного опроса нами было опрошено 68 % мужчин и 32 % женщин разных возрастных групп. Респондентов до 18 лет составило 16 %, с 18-30 лет – 37 %, с 30 -40 лет – 21 %, с 40-50 лет – 21 % и свыше 50 лет – 5 %.

Таким образом, по результатам исследования можно сделать вывод, что для профессиональных музыкантов важными критериями при выборе синтезаторов являются качество звучания (37 % респондентов), марка производителя (32 %) и цена (16 %), возможности полифонии (10%). Так как, одним из критериев в приобретении инструмента является марка производителя, все респонденты указали, что лучшими, по их мнению, являются синтезаторы марок Roland (восемь респондентов), Yamaha (пять респондентов), Casio(21) и Korg (10). Из 19 респондентов только восемь (42%) приобретали синтезаторы в магазине «Свет и Музыка». Из них пять человек были удовлетворены качеством купленных инструментов и только два человека не нашли в магазине то, что искали. Покупки через интернет-магазины являются самыми актуальными на сегодняшний день - 42% респондентов выбирают этот метод покупки инструментов.

Третья анкета была разработана с целью выявления информации о факторах, влияющих на формирование ассортимента в магазине. Мы опросили продавцов и руководителей всех музыкальных магазинов г. Чита. Было задано шесть вопросов.

В результате опроса выявлено, что более востребованными марками синтезаторов в г. Чита, по мнению респондентов, являются синтезаторы марок Casio и Yamaha. Они подходят как для профессиональных музыкантов, так и для начинающих. Цены на синтезаторы этих фирм ниже, чем у инструментов марок Korg и Roland, которые пользуются спросом, в основном, у профессиональных музыкантов. Эти синтезаторы имеют высокую ценовую категорию и обладают наибольшими функциональными особенностями. Синтезаторы Medeli и Access выбирают родители, чьи дети учатся в музыкальных школах. Главными критериями выбора которых явились небольшой вес и цена.

Ассортимент всех магазинов г. Чита схож по своей структуре, и представлен одинаковыми марками - Korg, Yamaha, Roland, Casio, Access, Kawai, Medeli. Все респон-

денты ответили, что ассортимент рынка их магазинов рассчитан на профессиональных музыкантов, музыкантов-«новичков», любителей и учащихся в музыкальных школах. Следует отметить, что при опросе покупателей многие респонденты ответили, что осуществили покупку в Интернет-магазинах, из-за отсутствия нужного инструмента в ассортименте читинских магазинов.

Все магазины изучают покупательский спрос методами опроса, наблюдения, интервью. А магазин «Мир музыки» проводит исследования методом фокус-группы.

Основными конкурентами для магазина «Свет и Музыка» являются «Мир музыки» и «Муззона».

Библиографический список

1. Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей : пер. с англ. / Р. Блэкуэлл. / Под ред. Л. А. Волковой. – Изд. 9-е. – СПб. : Питер, 2002. – 624 с.

2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учеб. пособие для вузов / А. В. Коротков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 304 с.

3. Синяева, И. М. Маркетинг в малом бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 287 с.

4. Казаков, С. П. Маркетинг розничной торговли : маркетинг : учебник : статья / С. П. Казаков - М. : ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 46 с.

5. Энджел, Д. Ф. Поведение потребителей : пер. с англ. / Д. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард. – 8-е изд. – СПб. : Питер, 1999. – 759 с.

Смекалина Т. Г.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: ВЗГЛЯД ИЗ ПРОШЛОГО В НАСТОЯЩЕЕ

Статья посвящена кооперативному образованию и его роли в возрождении потребительской кооперации как системы, призванной оказать влияние на устойчивое развитие сельских территорий.

Ключевые слова: кооперативное образование, потребительская кооперация, просветительская деятельность малый бизнес, молодежное предпринимательство.

Smekalina T. G.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia

COOPERATIVE EDUCATION: A VIEW FROM THE PAST TO THE PRESENT

The article is devoted to cooperative education and its role in the revival of consumer cooperatives as a system designed to influence the sustainable development of rural territories.

Key words: cooperative education, consumer cooperation, education, small business, youth entrepreneurship.

В сентябре 2016 года Постановлением Совета Центросоюза Российской Федерации утверждена Концепция

развития системы потребительской кооперации на 2017-2021 годы. Одной из главных целей, прописанных в Концепции, является «возрождение потребительской кооперации как одного из основных товаропроизводящих каналов из города в село и из села в город»¹. Эту функцию потребительская кооперация многие десятилетия исправно выполняла, являясь с 1957 по 1991 гг. главным закупщиком излишков сельскохозяйственной продукции и сырья у колхозов, совхозов и сельского населения.

Возрождение потребительской кооперации, сочетающей в себе финансово-экономическую деятельность с социально-культурной миссией, частью которой является кооперативное образование, становится сегодня весьма актуальной в свете поставленных Правительством России задач в Стратегии устойчивого развития сельских территорий.

Стратегия, в первую очередь, направлена на «...создание условий для обеспечения стабильного повышения качества и уровня жизни сельского населения»². Для реализации данного решения необходимо развитие малого предпринимательства на селе и создание дополнительных рабочих мест, прежде всего для молодежи. Отсюда в Концепции развития системы потребительской кооперации на 2017-2021 годы важное место отведено кооперативному образованию, призванному обучить эту молодежь предпринимательству. Поставлена важная задача придать кооперативному образованию статус отраслевой системы образования, по сути, идентифицировать его именно как кооперативное.

В связи с этим необходимо ответить на вопрос, чем кооперативное образование отличалось и отличается от образования в целом?

Немного истории. В конце XIX и начале XX века либерально настроенная часть российского общества

¹ Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017-2021 гг. (утв. Постановлением Совета Центросоюза Российской Федерации от 14.09.2016 г.).

² Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года (утв. Распоряжением Правительства РФ от 02 февраля 2015 г. № 151-р).

значительное внимание уделяла образованию малообеспеченных слоев населения: рабочих, ремесленников и крестьян. Этой прослойке, в большинстве своем, было недоступно законченное школьное образование. Как правило, они получали лишь начальное в одноклассных и двухклассных народных училищах и с 15 лет, а зачастую и раньше, начинали зарабатывать физическим трудом. Такое положение было характерно не только для России, но и для Западной Европы, учитывая при этом то, что в России начальных школ не хватало, и курс обучения в них был вдвое короче.

Какое же отношение ко всему этому имеет кооперация?

В России потребительские и другие виды кооперативов активно начинают создаваться в конце XIX – начале XX века. Социальной базой кооперативов, то есть членами кооперативов, как известно, являлись малообеспеченные слои населения: те самые крестьяне, рабочие, ремесленники, имевшие два-три класса образования начальной школы. Для того чтобы кооперативы работали рентабельно необходимо было обучать профессии не только наемных работников - приказчиков, счетоводов, но и в целом повышать образовательный уровень рядовых членов кооператива, которые были призваны эффективно управлять своими кооперативами и контролировать работу наемного персонала.

Российские теоретики кооперации решали эти вопросы путем организации внешкольного образования, которое складывалось из следующих направлений:

а) подготовка работников кооперативного дела - образовательная функция;

б) распространение кооперативных идей, сведений, навыков и чувствований в массы населения – просветительская функция;

в) воспитание высших нравственных, духовных ценностей в их национальном и общечеловеческом понимании – воспитательная функция.

В деле подготовки работников кооперативного дела российские кооператоры сосредоточились преимущественно на устройстве курсов для подготовки нужных им работников. Выделяется несколько групп кооперативных работников, или точнее сказать кооператоров. К первой группе относились агрономы, инструкторы, журналисты, ученые, разрабатывающие вопросы кооперативной теории и практики. Ко второй - счетоводы, члены правлений, советов и ревизионных комиссий, занятые непосредственной местной работой в кооперативах. Третью группу составляли ближайшие сотрудники кооператива, со склонностью к общественной работе. Они же являлись кандидатами, то есть резервом на замещение выборных лиц и на должности счетоводов.

Почему учитывался критерий склонности к общественной работе? Потому что кооперативы, в отличие от других субъектов предпринимательской деятельности, с самых первых дней существования имели двойственную природу. Кооператив – это одновременно и хозяйственная, и общественная организация. Эту особенность кооперативов отмечали большинство теоретиков кооперативного движения в России и за рубежом и, в частности, Александр Васильевич Чаянов: «...задачи кооперации не только помочь крестьянину получить в своем хозяйстве большую выгоду, но помочь ему также в деле просвещения, в деле устройства его духовной жизни. В этом деле кооперация может дать очень много, может быть даже гораздо больше, чем в других сторонах деревенской жизни».³

В четвертую группу входили все члены товарищества из числа местного трудового населения, которое постепенно приобщалось к общему товарищескому делу.

Работники первой группы обучались в высшей и средней школе и на курсах при университете им. Шанявского.

Для всех остальных организовывались местные кооперативные курсы, которые в период с 1910 по 1915 годы ста-

³ Александр Васильевич Чаянов. Краткий курс кооперации. Репринтное воспроизведение издания 1925 года. – М. : Книжная палата. 1989. – 80 с.

ли обычным явлением во многих провинциях Российской империи. Об их значимости говорит тот факт, что весной 1915 г. в университете им. Шанявского были организованы специальные курсы по устройству местных кооперативных курсов. Деревенских кооператоров предполагалось обучать счетоводству и делопроизводству, т.е. упор делался на прикладные знания. С учетом того, что кооперация поступательно охватывала новые виды деятельности и отрасли хозяйствования, кооперативные курсы становились все более общеобразовательными, направленными на расширение общего кругозора своих слушателей.

Если провести аналогию с современностью, можно сделать вывод, что задачи кооперативного образования на современном этапе по сути, те же, что и сто лет назад – научить потенциальных членов кооператива (профессиональных работников и пайщиков) успешно вести предпринимательскую деятельность, но с учетом модернизационных процессов в системе образования страны. Задачи кооперативного образования в соответствии с Концепцией следующие:

- «- обеспечение доступа лидеров кооперативного движения, кадрового резерва и персонала потребительских обществ (кооперативов) к освоению новейших конкурентоспособных программ развития управленческих и предпринимательских компетенций;

- расширение масштабов молодежного предпринимательства в формате кооперативного движения и увеличение доли выпускников в статусе предприниматель, организатор кооператива;

- развитие и тиражирование в сети отраслевой системы образования конкурентоспособных программ и сервисов для кадрового обеспечения организаций малого и среднего бизнеса, в том числе потребительской кооперации;...»⁴.

Кооперативное образование продолжает оставаться составной частью кооперативной системы. Ему всегда были

⁴ Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017-2021 гг. (утв. Постановлением Совета Центросоюза Российской Федерации от 14.09.2016 г.).

присущи такие черты как гибкость, доступность, возможности развития индивидуальных способностей личности.

В зарождении профессионального кооперативного образования значительная роль принадлежит основанному А. Л. Шанявским московскому народному университету, на базе которого и были открыты первые курсы по кооперации, которые в 1910 году были преобразованы в Высшие кооперативные курсы Центросоюза. Они и стали предшественниками образования в 1918 году Московского кооперативного института.

Кооперативное образование в 20-е годы успешно решало задачи подготовки кадров: приемщиков для заготовительных организаций, продавцов, счетоводов, бухгалтеров, а также воспитывало будущих кооператоров на принципах кооперативной идеологии.

С 1929 года кооперативное образование вошло составной частью в систему профессионального образования страны и переориентировалось на узкопрофессиональную подготовку кадров. Это привело к открытию кооперативных техникумов и училищ, торгово-кооперативных школ. Практически все областные и краевые потребительские союзы располагали подобными учебными заведениями, в том числе и Читинский облпотребсоюз. Кроме кооперативного техникума и училища (готовили бухгалтеров, плановиков, товароведов, технологов общественного питания, продавцов, поваров, кондитеров и др.), подготовкой кадров массовых профессий, в основном продавцов, занимались школы-магазины в районных потребительских обществах. С 1978 года программы высшей квалификации студенты осваивали в Читинском филиале Новосибирского института советской кооперативной торговли.

В 1992 году система кооперативного образования в связи с негативными тенденциями в экономике страны и деятельности потребительской кооперации была переведена на компенсационную основу, т.е. на самофинансирование. Образовательным учреждениям дали право готовить специалистов для других систем народного хозяйства. Из-за резкого сокращения объемов кооперативной деятельности выпускники кооперативных учебных заведений оказались

невостребованными своей системой. Кооперативное образование начало терять свой статус как кооперативного.

В 2000-е годы Забайкальский вуз не прекратил связь с кооперацией, которая сегодня осуществляется в формате весьма ограниченного научного сопровождения деятельности потребительских обществ, проведения курсов повышения квалификации и совместных научно-практических конференций. Наблюдается тенденция ежегодного сокращения количества научных исследований на материалах предприятий и организаций потребительской кооперации в рамках подготовки студентами выпускных квалификационных работ.

Что на наш взгляд необходимо предпринять для восстановления статуса «отраслевой системы образования» на уровне деятельности отдельно взятого кооперативного образовательного учреждения, в частности Забайкальского института предпринимательства?

Во-первых, необходимо адаптировать учебные планы относительно деятельности потребительской кооперации.

Возродить среди сельской молодежи просветительскую деятельность по истории потребительской кооперации. Скорректировать в этом направлении профориентационную работу. Организовать в районах края бизнес - школы с разработкой бизнес - проектов, проведя предварительно анкетирование среди учащихся старших классов с целью выяснения возможных намерений заниматься частным предпринимательством после окончания учебы.

Разработать программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации в сфере формирования и развития предпринимательских компетенций. Программы должны быть ориентированы на целевую аудиторию. Обучение организовывать в формате тренингов, мастер-классов, бизнес – школ, в том числе на площадках потребительских обществ.

Для осуществления и активизации исследовательской деятельности студентов целесообразно создать на базе Музея истории потребительской кооперации Забайкалья (сегодня это научно-исследовательский центр) - Клуб «Кооператор».

Одним словом, как и 100 лет назад – идти в народ.

Библиографический список

1. Гагиева, А. К. Кооперативное образование как отрасль кооперативной системы / А. К. Гагиева // Известия Уральского государственного экономического университета. Екатеринбург. – 2005. – № 10. – С. 131-134.
2. Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017-2021 гг. (утв. Постановлением Совета Центрсоюза Российской Федерации от 14.09.2016 г.).
3. Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года (утв. Распоряжением Правительства РФ от 02 февраля 2015 г. № 151-р).
4. Чаянов, А. В. Краткий курс кооперации : репринтное воспроизведение издания 1925 года / А. В. Чаянов. – М. : Книжная палата, 1989. – 80 с.
5. Шубина, И. В. Образовательная политика в России : история и современность : монография / И. В. Шубина, А. В. Завражин, П. Ю. Федоров. – М. : МЭСИ, 2011. - 127 с.

УДК 642

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

ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ПИТАНИЯ В СУПЕРМАРКЕТАХ

Об особенностях организации общественного питания при супермаркете.

Ключевые слова: общественное питание, организация общественного питания

*Jablonecko L. A.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

ORGANIZATION OF OWN PRODUCTION OF FOOD PRODUCTS IN SUPERMARKETS

On the organization of public catering at the supermarket.

Key words: public catering, organization of public catering

Сегодня процесс предоставления услуг питания супермаркетами в Забайкальском крае находится в стадии развития. В тоже время теоретические аспекты этой стороны деятельности супермаркетов исследованы недостаточно, поэтому каждая торговая организация нашего города ищет собственные модели организации производства и продажи собственной продукции питания. Это касается аспектов организации производственных цехов, выбора ассортимента блюд с учетом специфики видов продаваемой продукции, определения объемов производства и продаж, логистики, вопросов контроля качества приготовленных блюд при транспортировке и доставке и др.

Экономическим результатом этой деятельности является не только получение прибыли, но и возможность реализации переработанных продуктов, продаваемых в сети супермаркетов.

Основным условием этой деятельности является полное удовлетворение спроса населения, повышение культуры обслуживания, улучшение качества выпускаемой продукции в супермаркетах.

Сложность организации производства и продажи продукции общественного питания собственного производства заключается в высокой степени конкуренции за потребителя между индивидуальными предпринимателями

организациями. Грамотная организация услуг на предприятиях питания является основополагающим фактором его конкурентоспособности.

Нами обобщен опыт деятельности в исследуемой сфере успешной сети супермаркетов «Привоз». Собственное производство в сети «Привоз» состоит из трёх предприятий, каждое из которых имеет своё направление:

- ООО «Азбука вкуса», мясные полуфабрикаты;

- ООО «Пекарь», хлебобулочные и кондитерские изделия;

- ООО «Домовая кухня», салаты, блюда высокой степени готовности из рыбы и субпродуктов.

ООО «Домовая кухня» является юридически самостоятельной организацией со своим уставом, расчётным счётом и другими признаками самостоятельной деятельности. Фактически ООО «Домовая кухня» является подразделением сети «Привоз». Главный вид деятельности ООО – изготовление различных блюд из птицы, рыбы, мяса, субпродуктов, а так же салатов. Основным местом реализации продукции являются супермаркеты своей сети. Наиболее перспективным направлением реализации «Домовой кухни» считается распространение своей продукции сторонним покупателям, если это не создаёт лишней конкуренции для своих магазинов.

По объёмам продаж на первом месте стоят салаты, они являются основным источником выручки исследуемого предприятия. Данные приведены в диаграмме «Соотношения продаж кулинарной продукции» за месяц, рисунок 1.



Рис. 1. Диаграмма соотношения продаж кулинарной продукции

Исходя из данных диаграммы видно, что в процентах доля продаж салатной продукции составляет около 60% , на втором месте по продажам стоят кулинарные изделия из птицы 20%. Блюда из рыбы и мяса продаются в равной степени по 10% соответственно. Данный факт объясняется большой популярностью салатной продукции, благодаря ценовой политике и широкому ассортименту выпускаемых блюд. Объем продаж данного вида продукции увеличивается каждый год примерно на 20-30%, что связано с введением новых рецептов и расширением клиентской базы предприятия.

В ходе опроса потребителей выяснилось, что на ассортиментный перечень продукции влияют такие факторы, как время приготовления и отпускная цена. Особенно это отражается на следующем ассортиментном перечне блюд:

- ✓ салаты из отварных овощей,
- ✓ овощные икры,
- ✓ выпечка,
- ✓ кондитерские изделия,
- ✓ слоеные салаты,
- ✓ мясные и рыбные комбинированные рулеты,
- ✓ лазанье.

Одним из самых высокодоходных производств салатное производство, в силу того, что издержки очень невелики. Оно не требует больших площадей, при этом достаточно иметь: 2 разделочных стола, бытовую плиту и овощерезку плюс хотя бы 1 прилавок; оптимальные площади – около 20 кв. м.; динамика роста реализации продукции очень высока. Одним из преимуществ является – переход к организации салат-баров, т.е. прилавков с открытым доступом к продукции. Это позволяет максимально приблизиться к условиям самообслуживания, поскольку данный способ наиболее простой для увеличения оборота.

Показатели работы «Домовой кухни» зависят от объёма продаж. Существовая уже не первый день на рынке услуг, предприятие добилось очень высоких результатов, в структуре сети, при этом развивая и собственное производство и увеличивая ассортимент изготавливаемой продукции, и увеличивая и прибыль. В связи с резким увеличением супермаркетов сети «Привоз», за 2013 год у предприятия происходит стабильный рост продаж продукции и услуг.

При формировании ценовой политики предприятия, был выявлен интересный факт, что при превышении стоимости готового блюда на 30 % от себестоимости домашнего приготовления из продуктов, купленных в магазине по среднерыночной розничной цене, объем продаж данного блюда снижался почти на 50 %, а при увеличении стоимости на 40 %, почти на 65 %.

Данный факт объясняется стереотипным поведением потребителя, рассматривающего покупку кулинарной продукции в рамках выделенного на данные нужды семейного бюджета. Эксперименты по увеличению объема продаж готовой продукции в супермаркетах (установка дополнительной витрины и выкладка продукции в объеме, вдвое превышающем исходный) также демонстрировали любопытный эффект. При сохранении цены на продукцию на прежнем уровне, объем потребления увеличивался на 5-15 %

по сравнению с исходным. При этом, при уменьшении цены на 10-15 %, объем продаж увеличивался на 30-45 %, данная особенность восприятия цены, используется при формировании ценовой политики предприятия.

Одной из самых важных частей работы предприятия является организация работы производства и сбыта продукции. Профессиональная организация работы возможна лишь при качественном техническом оснащении и комплексной механизации предприятия.

Кулинарный цех исследуемого предприятия обеспечен достаточным количеством оборудования и предметами материально-технического оснащения. Выбор сделан в пользу мобильного, многофункционального и малогабаритного оборудования, которое расставлено с учетом этапов технологического процесса.

Для приготовления холодных блюд цех также оснащен необходимым оборудованием (холодильной установкой), столами и инвентарем.

Объем изготавливаемой продукции определяется по заявкам супермаркетов и гипермаркета.

Структурным подразделением ООО «Домовая кухня» является созданное в конце 2010г. ООО «Азбука вкуса», которое занимается выпуском мясным полуфабрикатов. Его создание было крайне необходимо, так как в помещении «Домовой кухни» уже не хватало складских помещений и оборудования. Мясной цех ООО «Домовая кухня» физически не справлялся с возложенными функциями, поэтому, предприятие «Азбука вкуса» взяло на себя большую его часть нагрузки, что позволило ещё более расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Благодаря такому сотрудничеству двух предприятий в морозильных камерах супермаркетов «Привоз» более 30 наименований полуфабрикатов производства «Азбука вкуса». Данный ассортиментный перечень меняется с учетом сезонности. Отличительной особенностью данной продукции от конкурентов является полное отсутствие при производстве

соевых компонентов, это позволяет проводить более широкую рекламную информированность, которая проводится в период раскрутки собственных полуфабрикатов. Этот фактор отразился на ценовой политике не самым лучшим образом, но как показывают продажи мясных полуфабрикатов, качество для покупателей остаётся на первом месте.

Технологический процесс на предприятии торговли построен таким образом, что на прилавках всегда находится свежая продукция с учетом временного посещения предприятия.

Рабочий цикл на предприятии делится на две части: дневная и ночная. Днём на предприятии работают Старший специалист по общественному питанию, технолог, кладовщик-приёмщик, экспедитор, грузчики и уборщица.

Рабочая смена поваров начинается в 18.00, к этому времени все уже должны быть на своих рабочих местах.

Для перевозки продукции используются специализированные машины, которые оснащены термобудкой, оборудованной холодильным компрессором, для поддержания постоянного температурного режима. Готовая продукция перевозится в специальных пищевых контейнерах, выполненных из поликарбоната или нержавеющей стали, гастроемкости из поликарбоната имеют диапазон рабочих темп $-40..+90$ С, они оборудованы герметичными крышками и соответствуют всем европейским и российским гигиеническим стандартам и нормам.

Время доставки продукции производится с учетом графика, который включает в себя время загрузки, доставки и выгрузки.

11.00 машина от «Домовой кухни» гружённая продукцией выезжает по маршрутному листу. Время доставки по всем точкам составляет 3 часа, то есть в 14.00 абсолютно все магазины сети уже торгуют свежей кулинарной продукцией собственного приготовления.

С 17.00 до 18.00 экспедитор принимает заявки от магазинов на следующий день. Схематично процесс исполнения заявки отображен на рисунке 2:

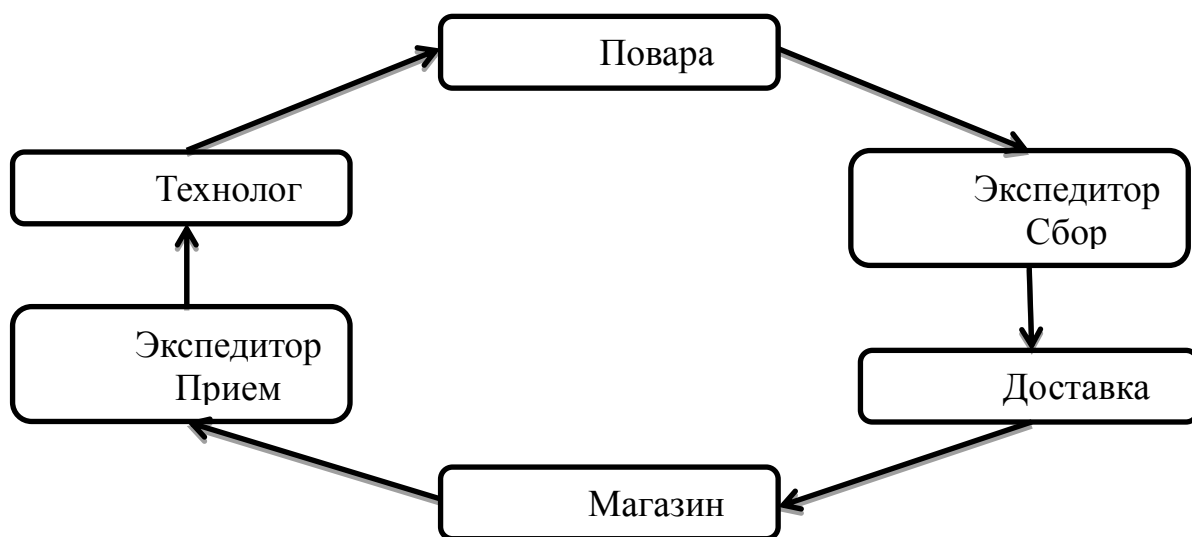


Рис. 2. Схема исполнения заявки

Пояснения по схеме: составляют заявки на месте в магазинах старшие продавцы гастронома, на заявочном листе, на основании продаж за день, заявки принимает экспедитор и составляет общую заявку технологу, технолог составляет для поваров карточки задания, далее приготовление поварами, утром сбор заявок и отправка на доставку в магазин.

Конечно, в каждом деле есть свои нюансы, казалось бы, ночью приготовили, утром увезли, чего проще, но на деле это большой и трудоёмкий процесс, не каждый выдерживает тот ритм, в котором работает предприятие, постоянное движение на развитие, введение новинок в производстве, регулярные проверки различных служб контроля за деятельностью предприятий питания, строгий внутренний режим, ночная работа, самое главное, постоянное поддержание максимального качества выпускаемой кулинарной продукции. К персоналу предъявляются очень высокие требования, но и заработная плата у работников одна из самых высоких по городу в

сравнении с аналогичными предприятиями, поэтому коллектив поваров стабильный уже несколько лет.

Самым главным лицом на предприятии является «Главный специалист по торговле и общественному питанию», в его функции входит полная организация работы предприятий производителей и продавцов продукции – это «Домовая кухня», «Азбука вкуса», «Пекарь», две передвижные купавы продающие свежую выпечку и два отдела в торговом центре «Маркет» и «Квартал».

В ходе анкетирования покупателей выяснились сильные стороны компании – это высокий сервис обслуживания и широкий ассортимент товаров и слабые – по мнению покупателей в магазинах торговой сети «Привоз» высокая ценовая политика. Проанализировав деятельность «Домовой кухни» по организации производства и реализации своей продукции, изучив ассортиментный перечень, выяснилось, что основная часть выпускаемой продукции – это салаты и блюда из мяса птицы. Проанализировав и сопоставив объёмы производимой продукции за два квартала, мы выяснили, что в зимнее время у предприятия максимальные продажи салатной продукции, а в летний период большая часть производственных площадей переквалифицируется на производство мяса для шашлыка.

Современное развитие торгового бизнеса приводит к появлению магазинов нового поколения, это с одной стороны вызвано усилением конкуренции, с другой – сама жизнь в борьбе за потребителя вынуждает бизнесменов искать новые подходы в своей работе. Одной из лучших идей, для увеличения лояльности со стороны потребителей, можно назвать организацию собственного производства при супермаркете, очень скоро именно оптимально организованное собственное производство, станет серьезнейшим конкурентным преимуществом и эффективным оружием борьбы на конкурентном рынке. Ведь это не только возможность разнообразить ассортимент объекта, но и дополнительный повод для обращения к

клиенту (проведение недель различных кухонь, анкетирование клиентов на предмет их требований и пожеланий к ассортименту). По оценке экспертов, на данном этапе в обществе уже сформировалась группа покупателей, готовая платить за готовые блюда и полуфабрикаты.

Библиографический список

1. Ушаков, С. В. Организация собственного производства при супермаркете [Электронный ресурс] / С. В. Ушаков. – . – Режим доступа: <http://restorator.name/predpriyati/52-rabota-kulinarnogo-magazina-domovoi-kuhni.html>.

2. Филинова, Н. И. Собственное производство, советы начинающим [Электронный ресурс] / Н. И. Филинова. – . – Режим доступа: <http://www.zazerkalepmr.ru/domovaa-kuhna>.

3. Яковлева, Е. В. Анализ торговых сетей нашего города [Электронный ресурс] / Е. В. Яковлева. – . – Режим доступа: <http://www.chita.ru/>.

СЕКЦИЯ 2. ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

УДК 664

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

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА КИСЛОМОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Одним из условий здорового человека является нормальная микрофлора кишечника. Для поддержания ее в хорошем состоянии используют различные средства. На современном этапе инновационным направлением является использование *Propionibacterium shermanii* в производстве кисломолочных продуктов с добавлением злаковых культур*

*Ключевые слова: (микроорганизмы, *Propionibacterium shermanii*, пищевые волокна, злаковые культуры, функциональное питание, пребиотики)*

*Krivchenko, V. N.,
Sheveleva O. V.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

IMPROVEMENT OF THE RANGE OFFERMENTED MILK PRODUCTS USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES

One of the conditions of a healthy person is normal micro flora of the intestine. To maintain it in good condition use tools. At the present

stage innovative direction is the use of propionic acid bacteria in the production of fermented milk products with added cereals.

Key words: (microorganisms, propionic acid bacteria, PI-xevie fiber, cereals, functional food, pre biotics).

Состояние здоровья человека, в первую очередь, зависит от питания. На сегодняшний день лишь 5 % населения России корректируют свой рацион с помощью комплексов поливитаминов и минеральных веществ и других биологически активных добавок. В настоящее время возникла необходимость создания продуктов питания, обладающих в отличие от традиционных продуктов целевым назначением за счет использования дополнительных компонентов, обладающих высокой биологической активностью. Такие продукты питания позволяют предупредить и откорректировать последствия болезней цивилизации.

Перспективное направление - разработка технологий молочных продуктов с использованием злаковых культур, являющихся дополнительными источниками пищевых волокон, полиненасыщенных жирных кислот, витаминов.

В настоящее время разработан значительный ассортимент таких продуктов, в частности, кисломолочных, исследования в этой области продолжаются и совершенствуются.

Разработка нового продукта состоит из нескольких стадий:

- анализ и научное обоснование выбранного растительного компонента;
- отработка методов его подготовки для обеспечения безопасности нового молочного продукта;
- сохранить в зерновой добавке необходимые свойства исходного растительного продукта.

Кроме этого строго учитывалась степень влияния новой добавки на биотехнологию молочно-растительной смеси; органолептические показатели продукта; реологические факторы, характеризующие консистенцию продукта; его хранимоспособность; пищевую и биологическую ценность нового продукта [3].

Проведен анализ научных и промышленных разработок в области функционального питания. В результате Полянским К.К. выявлено, что «в настоящее время активное развитие получили ферментированные молочные продукты. Микроорганизмы, входящие в состав кисломолочных продуктов оказывают положительное действие на саморегуляцию системы «макроорганизм – нормальная микрофлора». Однако, известно большое число факторов, снижающих компенсаторные возможности микробиологической системы (фармакологические системы, пестициды, радиация, стресс и т.д.) [3].

Микроорганизмы, входящие в состав продуктов на основе кисломолочных бактерий оказывают положительное действие на саморегуляцию системы «макроорганизм – нормальная микрофлора». Одним из представителей нормальной микрофлоры человека являются *propionibacterium shermanii*. Бактерии способны приживаться в кишечнике. Они оказывают положительное влияние на иммунную систему человека. Положительная их роль обусловлена образованием ферментов и витамина В₁₂ (цианокобаламина) и пропионовой кислоты. Бактерии *propionibacterium shermanii* обладают уникальными антимутагенными и стимулирующими свойствами, способных повысить иммунитет организма и восстановить нормальную микрофлору кишечника [4].

Известно, что наряду с представителями нормальной микрофлоры функциональными ингредиентами также являются пищевые волокна. Пищевые волокна входят в состав злаковых культур, такие как рис, овес, пшеница и др.

Многие формы патологии желудочно-кишечного тракта благодаря грубым волокнам и обмену веществ поддаются лечению и профилактике. Одним из важных свойств этих волокон является их способность улучшать состояние микробиологии организма, т.е. оказывать пробиотический эффект. В последние годы во всем мире наблюдается устойчивая тенденция увеличения объемов производства и потребления пробиотических продуктов питания.

В современной практике пробиотические продукты - это продукты, в состав которых входят микроорганизмы и вещества микробного происхождения. Продукты оказывают благоприятное воздействие на биохимические реакции организма и физиологические функции. Их употребление способствует улучшению и нормализации работы желудочно-кишечного тракта. Пробиотические продукты активизируют защитные ресурсы организма человека. В связи с этим является актуальным создание комбинированных продуктов функционального назначения, обогащенных пищевыми волокнами и *propionibacterium shermanii*.

Пищевые волокна играют огромную роль в питании человека. Волокна препятствуют всасыванию образующихся в процессе переваривания токсических веществ или поступающих с пищей. Оказывают положительное влияние на обмен веществ в организме. Важна их роль в работе многих органов, ответственных за поддержание экологической чистоты нашей внутренней среды организма. Они способствуют выведению шлаков из печени, почек, кишечника, а также снижают уровень эндогенного холестерина и желчных кислот.

Для проведения исследования, в качестве добавки, выбрана овсяная мука, которая применяется в лечебно-профилактическом и диетическом питании. В своем составе она содержит полноценные белки, крахмал, различные минеральные вещества, пищевые волокна, в том числе клетчатку и гемицеллюлозу, что обуславливает хорошую усвояемость [1].

В качестве контроля взято молоко с использованием закваски *propionibacterium shermanii* в количестве 5%.

На первом этапе серии экспериментов исследовали кислотообразующую способность и активность *propionibacterium shermanii* с добавлением овсяной муки. Установлено, что «для использования овсяной муки в качестве источника пищевых волокон рекомендуется доза 2 % при ферментации микроорганизмов в течение 6 часов. При

этом наблюдается повышение кислотообразующей способности *propionibacterium shermanii*. Так, продолжительность образования сгустка сокращается на два часа, при этом кислотность составляет $(83-84)^{\circ}T$, что на $(3-4)^{\circ}T$ выше, чем в контроле» [2].

Учет микроорганизмов проводили через шесть часов. В опытном образце с массовой дозой 2% количество жизнеспособных клеток составило 10^9 к.о.е. в 1см^3 (Рис. 1).

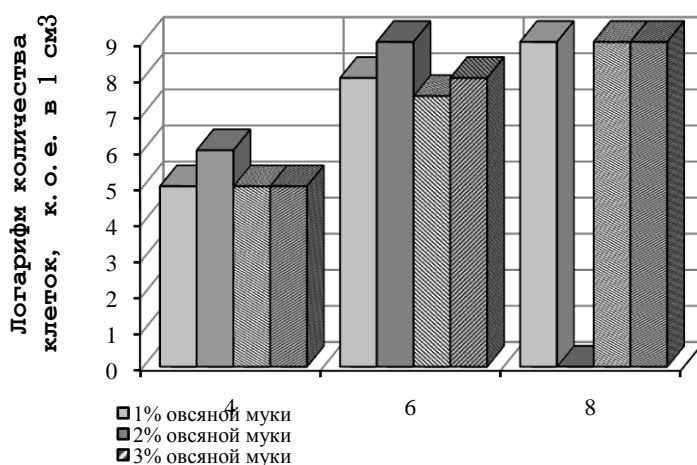


Рис. 1. Влияние дозы овсяной муки на активность пропионовокислых бактерий

Одной из особенностей *propionibacterium shermanii* является способность вырабатывать витамин B_{12} (цианокобаламин). Однако данный процесс во многом зависит от факторов внешней среды, то есть условий культивирования. В связи с этим были проведены исследования по изучению влияния муки овсяной на синтез цианокобаламина.

Анализ полученных данных свидетельствует, что «биосинтез витамина B_{12} происходит одновременно с ростом *propionibacterium shermanii*. Количество жизнеспособных клеток во всех случаях составляет 10^9 к.о.е. в 1см^3 . Однако, в опытных образцах содержание витамина B_{12} значительно ниже, чем в контроле» [2].

В контрольном образце содержанием цианокобаламина 1200 мкг/мл, а в опытных образцах значительно ниже – (590-720) мкг/мл. Из этого следует, что «процесс биосинтеза сопровождается снижением уровня активной кислотности. Изучение кислотообразующей активности *propionibacterium shermanii* в присутствии злаковых культур показал, что в опытных образцах активная кислотность среды ниже, чем в контроле. Вероятно, при значении активной кислотности ниже 5,3 понижается растворимость ионов кобальта. Однако, установлено, что он необходим для синтеза витамина В₁₂ и становится недоступным для микробной клетки» [2].

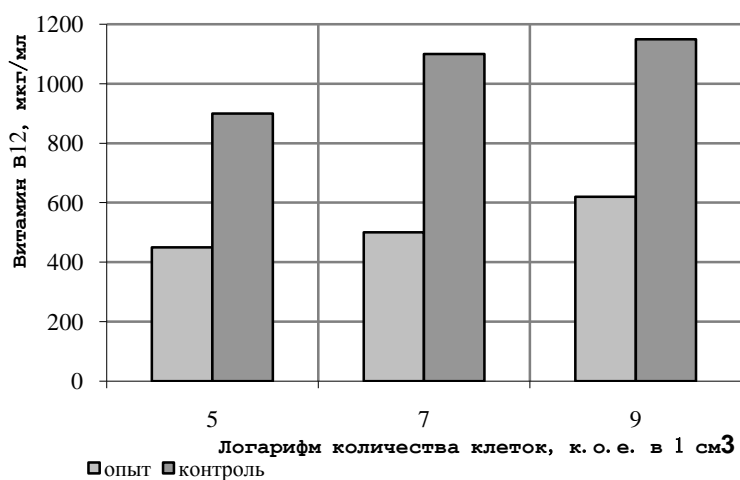


Рис 2. Синтез В12 в присутствии овсяной муки

Таким образом, в ходе проведенных исследований установлено, что «введение в молоко культур из злаков тормозит процессу синтеза витамина цианокобаламина, который более чувствителен к значениям активной кислотности, чем рост *propionibacterium shermanii*» [2].

Кроме витамина В₁₂ *propionibacterium shermanii* синтезируют витамины В₁, В₂. Анализ результатов синтеза выбранных витаминов показал, что «при добавлении в молоко растительных добавок они более активно продуцируют витамины В₁ и В₂. Следует отметить, что в опытных образцах содержание В₁ в три раза больше, чем в контроле. Следовательно, введение в молоко овсяной муки

способствует синтезу *propionibacterium shermanii* витаминов В₁ и В₂.» [2]

Таблица 1

Влияние зерновых культур на синтез витаминов

| Виды добавок | Витамин В ₁ , массовая доля, мг/100г | Витамин В ₂ , массовая доля мг/100г |
|--------------|---|--|
| Контроль | 0,05 | 0,14 |
| Овсяная мука | 0,154 | 0,32 |

Таким образом, в ходе проведенных исследований установлено, что обогащение продуктов витаминами происходит в ходе брожения, т.е. естественным путем, что повышает их физиологическую роль и пищевую ценность продукта.

Известно, что липолитическая активность пропионовокислых бактерий проявляется при созревании сыров. Информация об их поведении при производстве кисломолочных продуктов на данный момент отсутствует. В этой связи актуальным является исследование липолитической активности *propionibacterium shermanii* в процессе ферментации молока с добавлением культур из злаков.

Дальнейшие исследования были посвящены количественному определению жирных кислот. Результаты представлены в таблице 2.

Анализ экспериментальных данных показал, что «в исследуемых образцах обнаружены олеиновая, пальмитолеиновая, линоленовая и линолевая жирные кислоты. При этом во всех опытных образцах наблюдается повышенное содержание эссенциальных или незаменимых жирных кислот по сравнению с контролем» [2].

Таким образом, полученные результаты косвенно свидетельствуют о том, что введение в молоко растительных

добавок в виде муки из зерновых культур повышает активность липаз *propionibacterium shermanii*.

Таблица 2

Жирнокислотный состав комбинированных продуктов

| Жирные кислоты | Содержание кислот, г/100г продукта | | | |
|-----------------------|------------------------------------|------------------|--------------|--------------|
| | Контроль | Пшеничные отруби | Овсяная мука | Рисовая мука |
| Ненасыщенные кислоты: | | | | |
| олеиновая | 0,55 | 0,55 | 0,59 | 0,56 |
| линолевая | 0,016 | 0,024 | 0,05 | 0,04 |
| линоленовая | 0,023 | 0,025 | 0,026 | 0,024 |
| Насыщенные кислоты: | | | | |
| каприловая | 0,04 | 0,04 | 0,04 | 0,05 |
| миристиновая | 0,35 | 0,36 | 0,38 | 0,38 |
| пентодекановая | 0,02 | 0,04 | 0,06 | 0,07 |
| пальмитиновая | 0,43 | 0,47 | 0,45 | 0,44 |
| стеариновая | 0,24 | 0,25 | 0,24 | 0,24 |

Органолептические показатели кисломолочных продуктов зависят от поведения микроорганизмов в среде культивирования, а также состава заквасочной микрофлоры. Интенсивность прохождения процесса брожения влияет на вкус, запах, консистенцию. В результате накапливаются продукты брожения, к которым относятся кислоты, спирты, газы и пр. Роль этих соединений огромна. Они формируют вкусовые достоинства продукта, его качество, физиологическое значение, влияют на спрос потребителя. Так, например, молочная кислота и летучие жирные кислоты участвуют в формировании кисломолочного вкуса, карбонильные соединения (диацетил, ацетоин) придают специфический аромат, углекислый газ – свежесть.

Поэтому в дальнейших исследованиях было изучена активность накопления летучих жирных кислот при ферментации молока, обогащенного злаковыми культурами. Овсяная мука влияет на формирование органолептических показателей готового продукта. Установлено, что содержание летучих жирных кислот в опытном образце выше, чем в

контроле. Таким образом, введение в молоко муки овсяной положительно влияет на способность синтезировать вещества *propionibacterium shermanii*, формирующие вкус и аромат кисломолочного комбинированного продукта.

Для определения сроков хранения изучали изменения физико-химических, микробиологических и органолептических показателей исследуемых образцов в процессе хранения при температуре $(6 \pm 2)^{\circ}$. «В процессе хранения в исследуемом образце кислотность практически не повышается, чем в базовом образце или контрольном. Так, при добавлении муки овсяной титруемая кислотность через 10 дней равна 93°T . Количество жизнеспособных клеток оставалось на достаточно высоком уровне -10^9-10^8 к.о.е. в 1см^3 . Вкус и запах в течение периода хранения оставался приятным, чистым кисломолочным, без посторонних привкусов и запахов. На девятые сутки появился излишне кислый вкус в контроле, с мукой овсяной на одиннадцатые сутки обнаружен привкус горечи» [2].

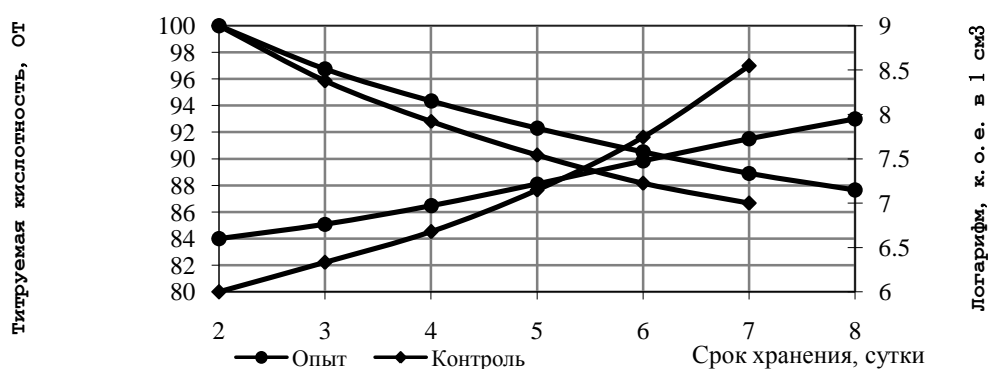


Рис .3. Характеристика показателей кисломолочного продукта при хранении с добавлением овсяной муки

Таким образом, полученные результаты исследований свидетельствуют, что «исследуемые образцы характеризуются достаточно стабильными органолептическими, физико-химическими показателями в течение десяти дней с мукой овсяной. При исследовании микробиологических показателей в процессе хранения бактерии кишечной палочки не

обнаружены. Такой срок хранения исследуемых образцов можно объяснить наличием природного антиоксиданта. В качестве, которого является волокна и пропионовая кислота из пищевых продуктов, связывающих свободную влагу» [2].

Проведенные исследования по влиянию муки овсяной на метаболизм пропионовокислых бактерий позволили разработать новый комбинированный кисломолочный продукт (табл. 3).

Таблица 3

**Характеристика
кисломолочного комбинированного продукта**

| /п | Наименование показателей | Характеристика показателей |
|----|--|---|
| | Запах и вкус | Чистый кисломолочный вкус, без постороннего привкуса и запаха; |
| | Цвет | Молочный белый, с кремовым оттенком, равномерный по всему продукту; |
| | Жиры массовая доля, % не менее | 2,5 |
| | Белка массовая доля, % не менее | 3,2 |
| | Пищевые волокна, мг/100г, не менее в т.ч. растворимые нерастворимые | 0,14 0,08 0,06 |
| | Титруемая кислотность, °Т не более | 87 |
| | Витамин В ₁ , мг/100 г не менее | 0,054 |
| | Витамин В ₁₂ , мкг/мл не менее | 550 |
| | Витамин В ₂ , мг/100 г не менее | 0,024 |
| | Живых клеток, количество, не менее, к.о.е. в 1 см ³ | 10 ⁷ |
| | БГКП в 0,1г(см ³) S. aureus в 1г (см ³) Патогенные, в т.ч. сальмонеллы 25г (см ³) | Отсутствуют Отсутствуют Отсутствуют |
| | Дрожжи, к.о.е./г, не более | 50 |
| | Плесени, к.о.е./г, не более | 50 |
| | Показатели безопасности | Не выше ПДН, установленных комитетом по санэпиднадзору |

Таким образом, в результате проведенных исследований разработана технология нового кисломолочного комбинированного продукта, который можно отнести к пробиотическим продуктам функционального питания.

Библиографический список

1. Дудкин, М. С. Пищевые волокна и новые продукты питания / М. С. Дудкин, А. Ф. Щелкунов // Вопросы питания. - 2008. - №2. - С. 35–39.

2. Кривченко, В. Н. Разработка технологии кисломолочного продукта, обогащенного злаковыми культурами : дис. канд. техн. наук : 05.18.04 : защищена 20.11.03: утв. 06.02.2004 / В. Н. Кривченко. – М., 2003. - 125 с.

3. Полянский, К. К. Пищевые волокна в молочных продуктах / К. К. Полянский и др. // Молочная промышленность. - 2010. - №6. - С. 41.

4. Применение злаковых добавок в производстве молочных продуктов // Молодежный научный форум : Технические и математические науки: электр. сб. ст. по материалам IX студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. - М. : МЦНО. - 2014 - № 2(9) / [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: [http://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/2\(9\).pdf](http://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/2(9).pdf)

УДК 633

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

ИЗ ИСТОРИИ ОРГАНИЗАЦИИ ЗАГОТОВОК ЛЕКАРСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО СЫРЬЯ

В статье обобщен накопленный опыт по истории организации заготовительной деятельности лекарственно-технического сырья.

Ключевые слова: потребительская кооперация, заготовительная деятельность, лекарственно-техническое сырье, история и традиции.

*Kusenko, L. N.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

FROM THE HISTORY OF THE BLANKS DRUG-TECHNICAL RAW MATERIALS

The article summarizes the experience accumulated in the history of the organization of procurement activities of drug-technical raw materials.

Key words: consumer cooperation, procurement activities, medicinal-technical raw materials, history and traditions.

Использование растений в медицине уходит вглубь веков. Еще в те времена люди задумывались о создании запасов целебного сырья, поэтому история организации заготовок лекарственных растений тоже начинается где-то в глубине прошедших веков. Дошедшие до нас памятники материальной культуры и древние письма разных народов свидетельствуют о широком применении растений и их продуктов в качестве лечебных средств. А это только подтверждает мысль о некоторой организованности этого процесса.

В древней Руси и позже в России лечение травами было распространено довольно широко. Население использовало как местные дикорастущие растения, так и завозимые из других стран. Еще при Петре I в России были заведены «аптекарские огороды». В 1638 г. воеводе И. Ромодановскому в Сибирь была послана грамота, по которой ему вменялось в обязанность собирать зверобой, делать из него муку и высылать в столицу («по пуду на всяк год»). Это растение с

невзрачными желтыми цветками издавна было известно русским купцам. Они его привозили в Москву вместе с пушниной. Да и в наши дни зверобой не без основания считают в народе «травой от 99 болезней». Установлено, что у этого растения очень сложный химический состав: здесь дубильные и смолистые вещества, эфирное масло, витамин С и многие другие важные для организма компоненты.

Чуть ли не от всех болезней в старину считали целебным и дягиль лекарственный. Его особенность – повышение общего тонуса организма. В народе его издавна применяли при истощении нервной системы, бессоннице и многих других болезнях. Еще в секретных рецептах монахов Бенедиктинского ордена дягиль лекарственный был составным компонентом при изготовлении знаменитого ликера-бенедиктина и вермута.

К началу XX столетия заготовки дикорастущего лекарственного сырья и выращивание лекарственных растений в России достигли значительных размеров. Из-за отсутствия собственной перерабатывающей промышленности Россия вынуждена была поставлять лекарственное сырье для экономически развитых стран (в первую очередь Германии и США). В 1913 г. из 30 932 т заготовленного сырья было вывезено за границу 29 097 т, что составляет 94%. В то же время страна импортировала такие лекарственные растения, как корень солодки, анисовое семя, валерьяну, липовый цвет, тмин, шалфей и многие другие, которые могли быть успешно освоены в России. Кабальные условия поставок лекарственного сырья зарубежными фирмами ухудшали и без того неудовлетворительное медицинское обслуживание населения царской России.

Первая мировая война показала полную несостоятельность сложившегося в России экспорта-импорта медикаментов и лекарственного сырья. Впервые же недели войны традиционные мировые рынки были отрезаны от России, и страна оказалась перед угрозой лекарственного голода. Это положение заставило царское правительство

мобилизовать собственные ресурсы и налаживать производство медикаментов в России.

В 1921 г. Совет Народных Комиссаров РСФСР принял декрет «О сборе и культуре лекарственных растений», который положил начало большой работе по объединению заготовок лекарственного сырья в руках государства. В дальнейшем организационные формы заготовок дикорастущего сырья, культуры лекарственных растений и экспорта лекарственного сырья совершенствовались. В 1930 г. при Наркомате внешней торговли СССР было образовано Всесоюзное объединение «Лектехсырье», на которое возложили планирование номенклатуры и объемов заготовок лекарственного сырья и организацию самих заготовок и экспорта. К этому времени к выращиванию лекарственных растений на смену частным крестьянским хозяйствам были привлечены колхозы и совхозы, что подвело промышленную сырьевую базу для бурно растущей химико-фармацевтической промышленности и потребностей внешней торговли.

К 1967 году в СССР была создана стройная система производства и заготовок лекарственного растительного сырья. Сеть совхозов охватывала большинство природных зон СССР, что позволяло возделывать лекарственные растения с различными биологическим и экологическими особенностями. Наибольшие площади в совхозах занимали посевы мака, перечной мяты, аптечной ромашки, шалфея, валерьяны, ржи на спорынью и т.д.

Наибольшее количество дикорастущей продукции закупалась потребительской кооперацией: свыше 75% грибов, 90% лекарственного сырья и половины дикорастущих плодов и ягод.

Заготовительные организации потребительской кооперации проводили большую работу по организации заготовок дикорастущих и лекарственно-технического сырья. Сбор и заготовки лесных ягод, орехов, грибов, лекарственных трав обычно совпадают с основными сельскохозяйственными

работами в колхозах. В связи с недостатком сборщиков кооперативные организации широко привлекали к сбору дикорастущих и лекарственно-технического сырья школьников, пенсионеров, домашних хозяек, отпускников, почти четвертая часть заготовленного сырья собиралась школьниками и молодежью.

Чтобы вызвать интерес к сбору грибов и лекарственно-технического сырья и привлечь больше ребят к участию во Всесоюзном конкурсе, правление облпотребсоюза с обкомом ВЛКСМ ежегодно объявляли среди коллективов школ, пионерских лагерей, станций юных натуралистов игру «ЭХО» (это хороший отдых). Ход игры освещался через местные радио и телевидение, молодежные газеты, а к концу заготовительного сезона через средства массовой информации объявлялись победители игры. Практика показала, что подобная форма организации ребят себя оправдывала.

Для сбора лекарственно-технического сырья создавались и студенческие отряды, студентам создавали необходимые жилищно-бытовые условия. За отрядом закрепляли автомашину, которая доставляла к месту сбора и вывозила заготовленные травы. За указанный период студенты заготавливали тонны лекарственных трав хорошего качества.

Выпускались специальные информационные брошюры для заготовителей лекарственных растений. Там сборщик мог ознакомиться с требованиями к лексырию, печатались рекомендованные цены для заготовителей. В те времена любой желающий мог прийти в лес или на луг собирать растения.

Особо хочется сказать о роли пенсионеров в заготовках дикорастущих. В каждом районе они создавали бригады сборщиков. Но пенсионеры не только сами активно участвовали в сборе даров природы, но и являлись пропагандистами из заготовок. Они вели среди населения разъяснительную работу, кропотливо разъясняли населению

из каких растений готовят те или иные медикаменты, когда и как надо собирать, как сушить. Раздавали сборщикам листовки и буклеты, содержащие необходимую информацию о лекарственно-техническом сырье, вывешивали рекламные плакаты в клубах, магазинах, школах. Говорили о значении лекарственного сырья и важности сдачи его потребительской кооперации, и о мерах, направленных на сохранение окружающей среды.

В заготовках лекарственно-технических растений нередко участвовали целые семьи, в которых были школьники, сбор лекарственных трав - это не только своеобразный отдых для семьи, но и дополнительный источник дохода. Правление потребительского общества для таких целей выделяла транспорт, и доставляло сборщиков с лесным урожаем по домам. Через несколько дней уже высушенное сырье поступало на заготовительный пункт.

Собранные лекарственные травы принимались аптеками или заготовительными пунктами потребкооперации. Тогда проверяли только влажность и качества сбора правильно ли растение собрали, нет ли в мешке, помимо него, примесей других трав. Затем мешок взвешивался, и тут же на месте происходил расчет.

Природа Забайкалья тоже богата ягодами, грибами, кедровыми орехами и лекарственными травами, которые составляли важную роль в заготовительной деятельности потребительской кооперации. Организации потребительской кооперации Читинской области и Бурятии проводили большую работу среди населения с целью привлечения его к сбору различных трав (тимьян даурский (чабрец, богородская трава), корни лапчатки и одуванчика, багульник болотный, листья земляники, цветы ромашки, хвощ полевой, радиола розовая, тысячелистник и т.д.), грибов, ягод и кедровых орех. Каждый год посезонно в Забайкальскую тайгу уходили тысячи трудящихся и учащихся учебных заведений, которые заготавливали много таежных ценных продуктов и сырьевых материалов. Эти дары природы забайкальские кооператоры

отправляли во многие районы Советского союза и зарубежные страны. Заготовка боровой дичи, кедровых орех, грибов, ягод составляли важную статью дохода потребительской кооперации.

Потребкооперация в нашей стране прошла долгий и сложный путь - от процветания к упадку, и сегодня она вновь нацелена на развитие. Большую роль в совершенствовании форм организации заготовок дикорастущих и лекарственного сырья играет массово-разъяснительная работа среди населения. Для этого по заказу Центросоюза ежегодно издается соответствующая рекламная литература – листовки, плакаты, выпускаются тематические киноролики.

В этом году Алтайский краевой союз потребительских обществ организовал обучение специалистов кооперативных организаций по теме: «Организация заготовок лекарственно-технического сырья и дикорастущих ягод, плодов». Обучение прошли 30 кооперативных организаций. Для повышения эффективности процесса обучения и практического ознакомления с видами лекарственных растений была организована выставка, где были представлены 52 вида лекарственно-технического сырья, дикорастущих ягод, плодов и грибов. Потребительское общество «Акварин» представил 8 видов напитков, приготовленных из дикорастущих ягод и плодов этого края.

Не остаются в стороне и Вузы, так например Казанский кооперативный институт принял участие в совещании Министерства образования и науки Республики Татарстан по заготовке лекарственно-технического сырья, на котором ректор вуза выступил с докладом на тему: «Опыт Казанского кооперативного института в заготовке лекарственно-технического сырья». В этом докладе было сказано, что на сегодняшний день потребительские кооперативные союзы - это единственные структуры, которые централизованно занимается сбором дикорастущих лекарственных трав и технического сырья. Благодаря участию школьников, студентов среднего и высшего образования в год заготавливается свыше 500 тонн лекарственных трав. Сбор лекарственно – технического сырья является одним из

важных видов заготовительной деятельности системы потребительской кооперации.

Обучение студентов в этом вузе носит практикоориентированный характер. Студенты с первых дней учебы, погружены в будущую специальность, а заготовка лекарственных-технического сырья является прибыльным делом, в чем студенты убеждаются с получением первого же гонорара. Студенты старших курсов проводят маркетинговые исследования и выясняют, что растущие потребности медицинской промышленности позволяют уверенно наращивать объемы заготовок лекарственных трав, что на деле они и демонстрируют, заготавливая и проходя практику на производстве по фасовке фиточаев из лекарственных трав, которые произрастают на территории Татарстана.

Заготовка лечебных трав носит еще и воспитательный аспект. Сегодняшняя молодежь, оторваны от природы - они технологичны, интернетоориентированы. А заготовки лекарственных-технического сырья - это еще одна возможность больше узнать о родном крае, его истории. Также это - трудовое и экологическое воспитание.

Студенты и преподаватели Казанского кооперативного института занимаются сбором лекарственных-технического сырья, для этого у них определены площадки сбора. В 2012 году сформирована «Зеленая бригада» Казанского кооперативного института Российского университета кооперации, которая принимает участие в сборе лекарственных-технического сырья в рамках практик, организованных Союзом организаций потребительской кооперации Республики Татарстан (Татпотребсоюз). Студенты собирают ягоды, крапиву, лекарственные растения из которых на производственной базе потребсоюза изготавливают вкусные и полезные фито - чай. Также студенты продают это сырье на ярмарках, организованных Союзом организаций потребительской кооперации РТ. За сбор сырья студенты получают оплату.

Организация данной работы очень важна. Руководство института заинтересовано, чтобы каждый учащийся принял в этом участие. Казанский кооперативный институт готов оказывать методологическую помощь, по обучению учащихся технологиям сбора лекарственных-технического сырья.

Наша страна, как ни одна другая страна мира, располагает богатейшими природными ресурсами, позволяющими практически повсеместно заготавливать большое количество грибов, ягод, орехов, лечебных трав. Эта продукция – значительный резерв расширения ассортимента продовольственных товаров, важный источник растительного сырья различных отраслей промышленности.

У потребкооперации богатая история и крепкие традиции. В последующие годы при условии, что в государстве не будет происходить никаких социально-экономических ухудшений, ситуация может сильно поменяться в лучшую сторону и потребкооперация будет заметна всей стране. В систему придут работать современные молодые люди с новыми идеями и желанием развивать ее.

Библиографический список

1. Баймуханов, Т. С. Потребительская кооперация как механизм интеграции агропромышленного комплекса стран СНГ / Т. С. Баймуханов // Проблемы современной экономики. – 2006. - № 3/4.
2. Имяреков, С. М. Оптимизация заготовительной деятельности потребительской кооперации / С. М. Имяреков // Научные ведомости Белгородского государственного университета. – 2008. – № 5.
3. Попова С. М. 100 лет Союзу потребительских обществ Забайкалья : 1913-2013 / С. М. Попова, Т. Г. Смекалина. – Чита : Чита PR, 2013 – 200 с.
4. Сорокина, Н. Д. Организация работ по закупкам сельскохозяйственных продуктов и сырья : учеб. пособие для нач. проф. образования / Н. Д. Сорокина. – М. : Академия, 2008. – 208 с.
5. Советская потребительская кооперация // Экономика. – 1980. – № 5, 7, 9.
6. Насретдинов, И. Т. Опыт Казанского кооперативного института в заготовке лекарственно-технического сырья : . доклад / И. Т. Насретдинов. – . – Режим доступа: <http://kazan.bezformata.ru/listnews/kooperativnij-institut-prinyal-uchastie/30441316/>.

*Орлов Г. Б.
Забайкальский краевой союз
кооперативов и предпринимателей
г. Чита, Россия*

К ВОПРОСУ О ПРИНЯТИИ МЕР ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ СБЫТА И ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ЦЕНОВУЮ ПОЛИТИКУ КООПЕРАТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

*Orlov G.B
TRANS-Baikal regional Union
cooperatives and entrepreneurs
Chita, Russia*

BY THE ADOPTION OF MEASURES TO ENSURE THE SALES AND CHANGES IN THE PRICING POLICY OF COOPERATIVE ORGANIZATIONS

В настоящее время вопрос сбыта продовольственных товаров стоит очень остро. Разнообразие впечатляет. Присутствует ощущение переполненности всех сегментов рынка. В связи с этим найти «свой» сегмент кажется сложным.

Тем не менее, кооперативные организации, имеющие многолетний опыт производства продукции из натурального сырья, как конкурентное преимущество, могут выходить на новые рынки. Таковую продукцию относят к сегменту «премиум». Она всегда пользуется спросом. Но стоимость этой продукции не является достаточно демократичной, что негативно сказывается на объемах реализации.

Главная цель при ведении производственно-сбытовой деятельности – извлечение максимальной прибыли. Но, учитывая нынешнее состояние доходов большей части населения, прибыли от реализации премиум-продукции недостаточно. Исходя из этого, на производстве следует начать вырабатывать продукцию с более демократичной стоимостью. Необходимо рассмотреть два направления, которые позволят повысить доходы кооперативных организаций:

Первое направление подразделяется на две позиции:

– это недорогая продукция из натурального сырья без удешевляющих компонентов (к ней можно отнести вареники с капустой и картофелем);

– это продукция с натуральными удешевляющими компонентами. Например, мясные полуфабрикаты с соей или соевым текстуратом, выпечка с модифицированными крахмалами и патокой;

ко **второму направлению** относится качественная и безопасная продукция с пищевыми добавками, увеличивающими сроки годности и наделяющими продукты новыми качествами или улучшающими имеющиеся. К таким добавкам, которые следует начать использовать в производстве, относятся: антиокислители, загустители, влагоудерживающие агенты, антислеживатели, добавки препятствующие черствению, подавляющие развитие молочно-кислых бактерий, дрожжей и пр. Удешевленная продукция имеет ускоренную оборачиваемость, что наряду с несколько увеличившейся на производство нагрузкой позволит сохранить не только прибыль, но и стабилизировать расчеты с персоналом и поставщиками.

Два вышеупомянутых направления являются высоконкурентными. При высокой конкуренции в одной из групп товаров, действенной является работа маркетологов, максимально направленная на мотивацию к покупке.

Также следует осветить вопрос, связанный с производством «снековой» продукции.

В Забайкальском крае эта продукция актуальна в основном для школьников и студентов в течение учебного времени. В иных случаях снеки чаще употребляются при просмотре фильмов, за чашкой чая или кофе.

Снековая продукция подразделяется на обезвоженную (чаще высушенная или обжаренная), выпеченную и замороженную после выпекания.

Имея ощутимые производственные мощности в хлебопечении, большой интерес для организаций Крайпотребсоюза могут иметь последние. Заморозка позволяет долго сохранять снеки свежими и продлить время реализации.

Как показывает практика, любая продукция с названием «сnek», тем более новая, интересна покупателю. В связи с

этим необходимо осваивать технологию изготовления такой продукции.

Последнее на что необходимо обратить внимание – это экспорт. В настоящее время соотношение стоимости валют юань/рубль/доллар создает оптимальные условия для производства продукции с целью экспорта в Китай. Являясь граничащим с Китаем регионом, имея в составе организации расположенные близко к российско-китайской границе, имеется возможность наладить постоянную работу с зарубежными покупателями.

Таким образом, направления позволяющие совершенствовать работу организаций Крайпотребсоюза существуют. Им следует уделить должное внимание.

Следует поддерживать выпуск продукции, доказавшей высокую востребованность, и включать в ассортимент новую продукцию, которая является модификацией вышеупомянутой.

УДК 547.81

Степанов Н.П.,
Титова Г.М.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

ОПТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ЭКСТРАКТОВ ПОЛЕВОГО ЧЕСНОКА В РАСТИТЕЛЬНОЕ МАСЛО

В статье представлены исследования процесса экстракции веществ полевого чеснока в рафинированное растительное масло, с целью установления возможности получения продукта, который мог бы использоваться в пищевой промышленности в качестве приправы, и в медицинских целях.

Ключевые слова: полевой чеснок, экстракция, исследования, коэффициент пропускания, оптическая плотность.

Stepanov N. P.
Titova G. M.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, RUSSIA

OPTICAL PROPERTIES OF EXTRACTS OF FIELD GARLIC IN VEGETABLE OIL

The article presents a study of the process of extraction of substances of field garlic, refined vegetable oil, with the aim of establishing the possibility of obtaining a product that could be used in the food industry as seasoning and for medicinal purposes.

Key words: field garlic, extraction, research, transmittance, optical density.

Чеснок полевой - многолетнее травянистое растение с сильным, резким запахом. Высота растения 25-70 см, листья узкие (5 мм шириной), плотные, цветки мелкие, белые, стебель мясистый. Луковицы конические, длиной 3-5 см. и 3 мм шириной. Луковица чеснока состоит из нескольких зубчиков, которые стянуты вместе белой кожицей. Чеснок растет в степях, на склонах, сухих полях, в сухих светлых лесах на юге Западной и Восточной Сибири и цветет во второй половине июня – июле. Родина чеснока – Юго-Восточная Азия, где в каменном веке использовали в пищу дикорастущий чеснок, как приправу в сыром виде. Чеснок употребляли ежедневно не только ради вкуса, но и для профилактики и лечения множества недугов так как очень высоко ценили его лечебные свойства. С глубокой древности чеснок использовали в лечебных целях в Индии. Выращивание чеснока началось около 5 тысяч лет назад. Чеснок являлся важной частью ежедневной диеты многих древних народов. Упоминание этого растения в Библии и Коране свидетельствует о его использовании и в более поздние времена.

Чеснок широко используется во всём мире как приправа. Благодаря острому вкусу чеснок является важным элементом

многих блюд в различных регионах, например, в Восточной и Южной Азии, на Среднем Востоке и в Северной Африке. Из чеснока готовят приправы, его квасят при высоких температурах, получают продукт, называемый «чёрный чеснок», который имеет приторно-сладкий вкус. Стрелки чеснока так же используют для приготовления приправ, их квасят, солят, маринуют, тушат. В качестве приправы используют и сушёный молотый чеснок в виде хлопьев, муки и дроблёный. Из чеснока готовят соус Айоли, представляющий собою смесь чеснока, оливкового масла и яичного желтка, он очень популярен в Средиземноморья. Чеснок используют при изготовлении колбас и солений в свежем и консервированном виде. Из чеснока производят эфирное масло, это бесцветная или бледно-желтая текучая жидкость, обладающая сильным и резким, чесночным ароматом. Ароматическое масло получают методом дистилляции с паром. В домашних условиях из-за неприятного запаха чесночное масло не употребляют наружно. Чесночное масло нетоксично, но может вызывать раздражение желудка и аллергические реакции. Несколько капель чистого эфирного масла чеснока может заполнить помещение сильным запахом. Масло чеснока не сочетается с другими маслами, его сильный запах просто перебивает любой другой аромат. При нанесении на кожу чесночного масла ощущается легкое покалывание.

Эфирное масло чеснока содержит аллицин и другие органические соединения сульфидной группы (фитонциды). В составе эфирного масла чеснока содержится аллицин, который является сильнейшим антиоксидантом. Аллицин – это сложная смесь летучих без азотистых ароматических соединений, которые состоят из поли сульфидов которые и обладает жгучим запахом. Аллицин обладает раздражающим, отхаркивающим и стерилизующим (противомикробным) действием, также это вещество способно разрушать раковые и здоровые клетки.

Целебные свойства чеснока известны с древних времен. Смесь соли с чесноком упоминается в мифах Древнего Египта, как жаропонижающее средство. Чеснок применяется для лечения инфекции дыхательных и мочевыводящих путей, нарушений пищеварения, кожных заболеваний, болезней сердца, гипертонии, атеросклероза, лихорадки. Чесноком во

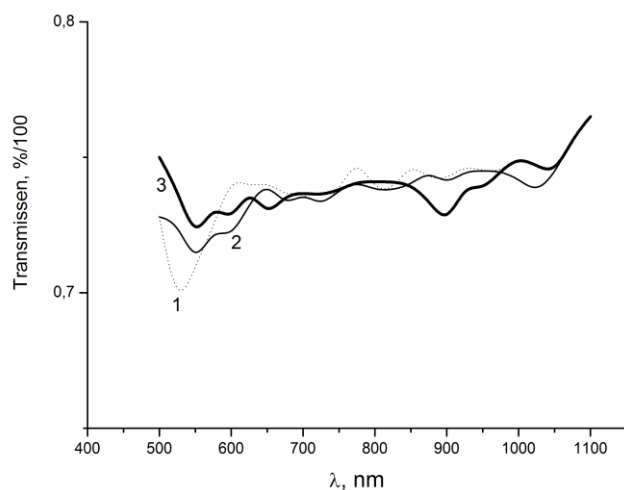
время первой мировой войны лечили гангрену и сепсис. В Китае чеснок используется при лечении дизентерии, туберкулеза, гепатита, тифа. В медицине применяют препараты из лукович чеснока. Из лукович чеснока делают настойку и спиртовую вытяжку (аллилсат). Настойку применяют по каплям для усиления двигательной и секреторной функции желудочно-кишечного тракта, что способствует развитию нормальной кишечной флоры, а также повышению сопротивляемости организма к простудным, инфекционным заболеваниям и служит средством повышения иммунитета организма, так как компоненты чеснока увеличивают активность фагоцитов и лимфоцитов. Также настойку чеснока применяют для чистки сосудов, применяют по каплям и запивают молоком.

В данной работе исследовался процесс экстракции веществ полевого чеснока в рафинированное растительное масло, с целью установления возможности получения продукта, который мог бы использоваться в пищевой промышленности в качестве приправы, и в медицинских целях. Исследуемые образцы были получены в результате помещения мелко нарезанных свежих побегов (листьев) свежего чеснока, в рафинированное подсолнечное масло. На один литр масла был добавлен один килограмм нарезанного полевого чеснока. Процесс экстракции осуществлялся в течение 150 суток при температуре 20 градусов. После чего масло было отфильтровано с помощью специальной бумаги, задерживающей взвешенные частицы размером более 50 мкм. Отфильтрованное масло было исследовано на спектрофотометре СФ-46 в диапазоне длин волн от 450 до 1100 нм. В ходе исследования были получены спектры пропускания путем сравнения интенсивности излучения прошедшего через эталонный слой рафинированного растительного масла и слой того же масла с экстрагированным в него веществом чеснока, помещенных в одинаковые стеклянные кюветы, с толщиной слоя исследуемого вещества 2 мм. При этом на определенной, фиксированной длине волны на пути луча устанавливались поочередно кюветы с эталоном и исследуемым образцом. Коэффициент пропускания определялся как отношение интенсивностей света прошедшего через образец и эталон.

Величина отношения, умноженная на 100, дает значение пропускания в процентах.

Результаты измерения спектров пропускания двух образцов представлены на рис.1, из которого видно, что наблюдается примерно одинаковый уровень пропускания. Коэффициент пропускания варьируется в пределах от 68 до 78 процентов. Увеличение пропускания в области длинных волн можно объяснить уменьшением Релеевского рассеяния света, наиболее интенсивного при высоких частотах. Обращают на себя внимание следующие закономерности.

Величина пропускания обоих образцов практически совпадает на краях исследованного диапазона.



В интервале от 550 до 900 нм наблюдаются осцилляции коэффициента пропускания, что требует дополнительного исследования, с целью установления их причины. Еще одной особенностью спектров пропускания, представленных на рис.1, является небольшое увеличение пропускания одно из образцов на длине волны 600 нм, и уменьшение пропускания другого образца на длине волны 925 нм, что может быть связано как с отличием в их химическом составе, так и с особенностями процесса экстракции.

Исходя из того, что наблюдаемое на рис.1 пропускание обусловлено поглощением электромагнитного излучения веществом, экстрагированным из вещества в масло, можно утверждать, что чем меньше концентрация экстрагированного вещества, тем больше должна быть

прозрачность. Пропускание излучения на уровне 70–75 процентов, говорит о некоторой концентрации в масле веществ содержащихся в чесноке. Таким образом, экстракция в масло является достаточно эффективной. Поскольку процесс экстракции осуществлялся при низких температурах, то можно предположить, что сохраняются сложные молекулы, входящие в состав чеснока, а это в свою очередь должно обеспечить сохранение и их полезных свойств. Отметим также, что экстракция осуществлялась при температуре 20 градусов в течении пяти месяцев, что позволяет надеяться на полное завершение самого процесса экстракции. Следовательно, наблюдаемая величина оптической плотности является предельно максимальной.

Отсюда следует, что измерение оптической плотности может быть использовано в дальнейшем в качестве параметра, по которому можно судить о завершенности процесса экстракции и рекомендовать оптимальную величину времени для осуществления данного технологического процесса, при определенной температуре.

Библиографический список

1. Павлов, С. А. Чеснок / С. А. Павлов. – СПб. : Лениздат, 2005.
2. Полевая, М. А. Чеснок – для здоровья сосудов и сердца / М. А. Полевая. - СПб. : Весь, 2005. – 127 с.
3. Ромашов, М. А. Лечение чесноком / М. А. Ромашов – М. : Вече, 2004.
4. Черепнин, В. Л. Пищевые растения Сибири / В. Л. Черепнин. – Новосибирск : Из-во «Наука» Сибирское отделение, 1987.
5. Болотских, А. С. Лук, чеснок / А. С. Болотских. – Харьков : Фолио-Плюс, 2002.

Степанов Н.П.,
Трубицына Е.Н.,
Крысанов И. А.
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации
г. Чита, Россия

**ПЛАЗМЕННЫЙ РЕЗОНАНС ВАЛЕНТНЫХ
ЭЛЕКТРОНОВ В ТЕРМОЭЛЕКТРИЧЕСКИХ
МАТЕРИАЛАХ НА ОСНОВЕ ТЕЛЛУРИДОВ ВИСМУТА
И СУРЬМЫ**

Обнаружение резонансного поглощения энергии электромагнитного излучения видимого диапазона в кристаллах термоэлектрических материалов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ представляет практический интерес для изучения его влияния на поведение диэлектрической функции в инфракрасной области спектра

Ключевые слова: диэлектрическая восприимчивость, термоэлектрического материалы, коэффициент отражения, спектр отражения, резонансная частота, аномальная дисперсия

**PLASMON RESONANCE VALENCE ELECTRONS IN
THE THERMOELECTRIC MATERIALS BASED ON
BISMUTH TELLURIDE
AND ANTIMONY**

Stepanov N.P.
Trubitsyna E.N.
Krysanov I. A.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia

Detection of resonance absorption of the energy of electromagnetic radiation in the visible range in crystals of thermoelectric materials $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ is of practical interest to study its effect on the behavior of the dielectric function in the infrared region of the spectrum.

Keywords: dielectric susceptibility, thermoelectric materials, reflectance, reflection spectrum, the resonance frequency of anomalous dispersion.

Полупроводниковые кристаллы теллурида висмута и сурьмы являются базовыми материалами термоэлектрического материаловедения, в связи с чем имеется обширная информация об их свойствах [1]. В частности, известно, что диэлектрическая восприимчивость этих полупроводников на частотах ближней инфракрасной и видимой областях спектра создает некий поляризационный фон, который при анализе экспериментальных данных, полученных в средней инфракрасной области, учитывается как высокочастотная диэлектрическая проницаемость [2]. Эта величина влияет, например, на значение плазменной частоты свободных носителей заряда, поскольку изменяет интенсивность кулоновского взаимодействия в кристалле. Обычно высокочастотная диэлектрическая проницаемость оценивается из экспериментальных данных, полученных в средней инфракрасной области спектра, с достаточно большой погрешностью, превышающей в некоторых случаях $5\div 10$ процентов. Уменьшить погрешность определения величины поляризационного фона, можно исследовав поведение оптических функций в видимой области спектра. В связи с этим, в данной работе представлены результаты исследования оптических свойств кристаллов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ в видимом диапазоне, которые также могут быть использованы для более корректного применения дисперсионных соотношений Крамерса-Кронига в ходе анализа поведения оптических функций в инфракрасной области спектра.

Поскольку кристаллы $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ обладают характерным металлическим блеском а, соответственно, и большим коэффициентом отражения R , исследование спектрального поведения оптических функций в видимом диапазоне производилось методом регистрации спектральных зависимостей $R(\nu)$. Коэффициент отражения регистрировался при помощи спектрофотометра СФ-46 в

спектральном диапазоне от 200 до 1100 нм, путем сравнения интенсивности отраженного сигнала от исследуемого полупроводникового кристалла и алюминиевого зеркала, изготовленного напылением металла на полированную подложку. Оптическая схема спектрофотометра была модернизирована таким образом, чтобы обеспечить возможность измерения коэффициента отражения при углах падения 7 до 45 градусов. В данной работе также была усовершенствована система регистрации оптического сигнала, установлены полупроводниковые приемники оптического излучения. Тестовые исследования спектральной зависимости коэффициента отражения $R(\nu)$, полученные путем сравнения интенсивности отраженного сигнала от двух идентичных зеркал, показали, что «сто процентная линия» воспроизводится с погрешностью $R = 1 \pm 0.015$. Это, в первую очередь, обусловлено возможностью точной повторной установки определенной спектральной линии на СФ - 46.

Результаты исследования спектров отражения ряда образцов кристаллов твердых растворов Bi_2Te_3 - Sb_2Te_3 при температуре $T=293\text{ K}$ представлены на рис.1. Химический состав исследованных образцов приведен в таблице.

Таблица 1

Химический состав исследованных образцов

| № образца | Химический состав |
|-----------|---|
| 2 образец | $\text{Bi}_{0.5}\text{Sb}_{1.5}\text{Te}_3$ |
| 3 образец | $\text{Bi}_{0.8}\text{Sb}_{1.2}\text{Te}_3$ |
| 5 образец | $\text{Bi}_{0.01}\text{Sb}_{1.99}\text{Te}_3$ |
| 6 образец | $\text{Bi}_{0.8}\text{Sb}_{1.2}\text{Te}_3$ |
| 7 образец | $\text{Bi}_{1.8}\text{Sb}_{0.2}\text{Te}_3$ |

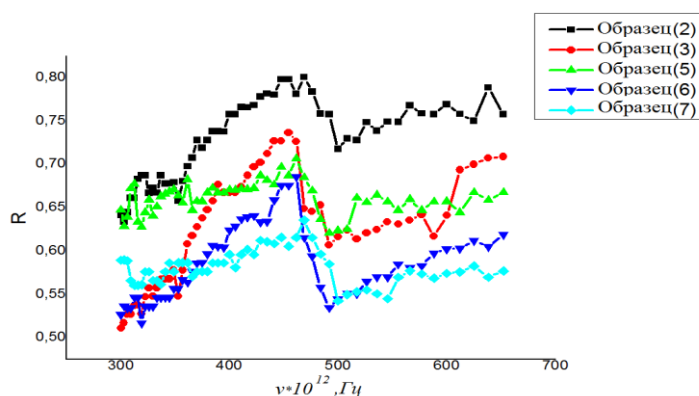


Рис. 1. Спектральная зависимость коэффициентов отражения кристаллов твердых растворов Bi_2Te_3 - Sb_2Te_3 при температуре $T=293$ К.

Как следует из данных, представленных на рис.1, в спектральных зависимостях коэффициента отражения исследованных образцов наблюдаются следующие закономерности:

1. Для всех исследованных образцов наблюдается особенность в поведении коэффициента отражения, которая заключается в чередовании максимума и минимума величины R в диапазоне частот $460 \div 500 \cdot 10^{12}$ Гц. Подобное поведение характерно для чередования участков нормальной и аномальной дисперсии при резонансном взаимодействии зондирующего электромагнитного излучения с кристаллом;

2. Коэффициент отражения всех исследованных образцов в высокочастотной области спектра больше его значения в низкочастотной. В процентном отношении увеличение R варьируется в пределах от 5 до 25%. При этом низкочастотное значение коэффициента отражения оказывается не меньше 0.5, что указывает на существование поляризационного фона, обусловленного межзонными переходами. Величина поляризационного фона увеличивается с ростом процентного содержания теллурида сурьмы в твердом растворе до 75 процентов, однако, затем несколько уменьшается. Как видно из рис.1, на частоте $300 \cdot 10^{12}$ Гц коэффициент отражения кристаллов содержащих более 75 процентов Sb_2Te_3 оказывается примерно на 0.1 больше, чем в

образцах содержащих меньшее количество теллурида сурьмы;

3. Резонансная частота, приблизительно соответствующая точке перегиба спектральной зависимости коэффициента отражения в области аномальной дисперсии (в области уменьшения R с ростом частоты), в первом приближении не зависит от соотношения компонент теллуридов висмута и сурьмы в твердом растворе и оказывается примерно равной $480 \cdot 10^{12}$ Гц (≈ 2 эВ).

Полученные экспериментальные данные указывают на существование у всех образцов в исследованном спектральном диапазоне области явно выраженной аномальной дисперсии, которая должна быть обусловлена каким-либо механизмом резонансного взаимодействия электромагнитного излучения и кристалла. Моделирование спектральных зависимостей коэффициента отражения исследованных образцов в рамках классической электронной теории дисперсии, результаты которого для образца №2 приведены на рис.2, позволяет утверждать, что действительно наблюдается резонансное взаимодействие излучения и кристалла, а также уточнить значение частоты и энергии резонанса, которые оказываются $478 \cdot 10^{12}$ Гц (≈ 1.98 эВ), соответственно.

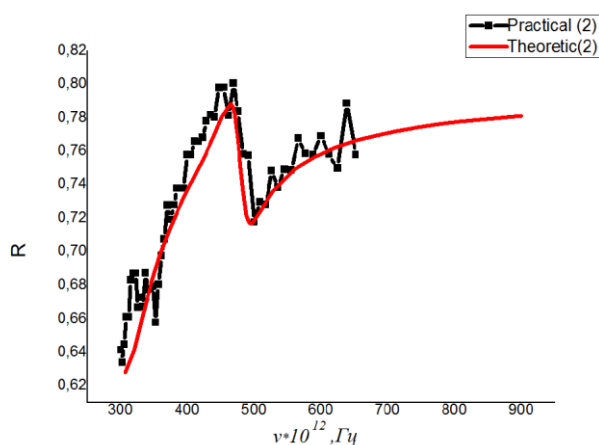


Рис. 2. Спектральная зависимость коэффициента отражения кристалла $\text{Bi}_{0.5}\text{Sb}_{1.5}\text{Te}_3$ и модельный расчет

Известно, что полупроводниковые кристаллы Bi_2Te_3 - Sb_2Te_3 являются материалами p-типа, для которых

доминирующими являются процессы, происходящие в валентной зоне. Сведения, приведенные в работе [1], позволяют утверждать, что при переходе от кристаллов Bi_2Te_3 к Sb_2Te_3 , наблюдается увеличение ширины термической и оптической запрещенной зоны, изменяется положение экстремумов легких и тяжелых дырок в валентной зоне, общая концентрация носителей заряда, а также положение уровня химического потенциала. Как следствие изменяются электрические и оптические свойства кристаллов твердых растворов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$. В полупроводниках процессы резонансного взаимодействия с электромагнитным излучением могут быть обусловлены, оптическими фононами, плазменными колебаниями носителей заряда и межзонными переходами. Они формируют ярко выраженные изменения спектральной зависимости $R(\nu)$, известные как полоса остаточных лучей, плазменный край и край фундаментального поглощения, причем последний, хорошо просматривающийся в спектрах поглощения полупроводника, в спектрах отражения, обычно, не дает ярко выраженной картины. Резонансные частоты оптических фононов в кристаллах теллуридах висмута и сурьмы наблюдаются в диапазоне от 5 до 12 мэВ, а плазменный резонанс свободных носителей заряда в диапазоне от 40 до 120 мэВ. Ширина запрещенной зоны в кристаллах $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ варьируется в пределах от 130 до 250 мэВ, в связи с чем, край фундаментального поглощения лежит в средней инфракрасной области спектра. В ближней инфракрасной области спектра в этих материалах наблюдается монотонное поведение коэффициента отражения, который слабо увеличивается в пределах от 0.5 до 0.6. Это обычная картина в полупроводниках в высокочастотной по отношению к краю фундаментального поглощения области спектра, обусловленная поляризационными процессами, происходящими с участием носителей заряда глубоко лежащих энергетических уровней. Эти процессы определяют величину диэлектрической восприимчивости в широком диапазоне энергий зондирующего кристалл

электромагнитного излучения, простирающемся вплоть до рентгеновского диапазона. Как видно из рис.1, в видимой области спектра в поведении коэффициента отражения кристаллов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ наблюдается аналогичная картина, на фоне которой проявляется резонансное изменение коэффициента отражения. Величина энергии резонанса, равная 1.98 эВ, указывает на то, что электромагнитное излучение зондирует глубину валентной зоны, в которой имеются связанные электроны. Эти электроны, как отмечено выше, дают дополнительный вклад в диэлектрическую проницаемость, вследствие межзонных переходов на свободные энергетические уровни, расположенные выше уровня Ферми. Однако, в этой же спектральной области, могут наблюдаться и плазменные частоты, описывающие колебания всех валентных электронов [3]. В отличие от плазменного резонанса свободных носителей заряда в этом процессе участвует гораздо большее количество заряженных частиц. В ковалентных кристаллах это будут все электроны атома, участвующие в образовании ковалентных связей. В кремнии, например, имеются четыре направленные тетраэдрические связывающие орбитали. При этом масса, входящая в выражение для плазменной частоты, это масса свободного электрона, но не эффективная масса, поскольку рассматриваемые носители по энергии удалены от краев зон, в области которых влияние внутрикристаллического поля особенно велико.

Исходя из вышесказанного, можно предположить, что наблюдаемый на рис.1 резонанс, связан либо с межзонными переходами носителей заряда из глубины валентной зоны, либо с плазменным резонансом валентных электронов. В пользу того, что он связан с плазменными колебаниями валентных электронов свидетельствует то обстоятельство, что в спектрах коэффициента отражения, даже в области частот характерных для края фундаментального поглощения, не наблюдается значительных и резких изменений. Это, наиболее вероятно, обусловлено индивидуальным откликом электрона на возбуждающее воздействие, который

суммируется со многими другими, случайными событиями, включающими в себя не прямые и обратные межзонные переходы, интенсивность которых плавно изменяется с ростом частоты и энергии излучения, особенно при высоких температурах. В то же время, коллективный отклик валентных электронов может сформировать ярко выраженное, резонансное поведение коэффициента отражения, аналогичное тому, которое наблюдается при плазменном резонансе свободных носителей заряда. То, что наблюдаемое на рис.1 поведение коэффициента отражения, наиболее вероятно, связано с коллективным откликом валентных электронов, подтверждается также и данными экспериментального исследования оптических свойств полуметалла висмута. В спектральных зависимостях действительной и мнимой частей диэлектрической проницаемости висмута наблюдаются ярко выраженные резонансные особенности в области энергий от 1 до 2 эВ, которые интерпретируются как плазменный резонанс валентных электронов [3]. В исследованных кристаллах $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ область аномальной дисперсии наблюдается в этом же диапазоне энергий. Все вышеизложенное дает основание утверждать, что наблюдаемое на рис.1 резонансное поведение коэффициента отражения кристаллов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ обусловлено плазменным резонансом валентных электронов.

Обнаружение резонансного поглощения энергии электромагнитного излучения видимого диапазона в кристаллах термоэлектрических материалов $\text{Bi}_2\text{Te}_3\text{-Sb}_2\text{Te}_3$ может представлять практический интерес, а также актуально для изучения его влияния на поведение диэлектрической функции в инфракрасной области спектра, в которой, как было отмечено выше, расположены главные резонансы, характеризующие физические свойства полупроводникового материала.

Библиографический список

1. Гольцман, Б. М. Полупроводниковые термоэлектрические материалы на основе Bi_2Te_3 / Б. М. Гольцман, В. А. Кудинов, И. А. Смирнов. – М., Наука, 1972. – 320 с.
2. Уханов, Ю. И. Оптические свойства полупроводников / Ю. И. Уханов. – М. : Наука, 1977. – 366 с.
3. Гроссе, П. Свободные электроны в твердых телах / П. Гроссе. – М. : Мир, 1982. – 185 с.

СЕКЦИЯ 3. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

УДК 343.631

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

ПРОБЛЕМЫ КВАЛИФИКАЦИИ В СПОРАХ О ЗАЩИТЕ ЧЕСТИ, ДОСТОИНСТВА И ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ

Статья посвящена вопросам квалификации правонарушений в области защиты чести, достоинства и деловой репутации. Практические вопросы подлежащие выяснению в судебном рассмотрении всегда вызывают интерес, поскольку связаны с такой острой, и даже щекотливой, темой рассмотрения как базовые личные неимущественные права

Ключевые слова: честь, достоинство, деловая репутация, судебная защита, личные неимущественные права, способы защиты личных неимущественных прав, юридическая квалификация, судебная оценка

*Zaborovskaya I. G.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

PROBLEMS OF QUALIFICATION IN DISPUTES ON PROTECTION OF HONOR, DIGNITY AND BUSINESS REPUTATION

Abstract: the article is devoted to the qualification of offences in the field of protection of honor, dignity and business reputation. Practical issues be clarified in the court's consideration is always of interest as are

associated with such acute, and even the Tickler, the topic of consideration as basic moral rights

Key words: honor, dignity, business reputation, judicial protection, moral rights, ways to protect personal non-property rights, legal qualifications, judicial assessment

Решением Центрального районного суда г. Читы, были частично удовлетворены исковые требования А. к Л. о защите чести, достоинства и деловой репутации, денежной компенсации морального вреда и опубликовании опровержения. В его пользу взыскана денежная компенсация морального вреда с Л. в размере 8 000 (восемь) тысяч рублей.

Суд признал недостоверными и порочащими честь, достоинство и деловую репутацию А., некоторые сведения, распространенные в статье под названием «Комиссар переводил деньги на счет частной фирмы. Кроме того коллеги обвинили его в сексуальном домогательстве».

Недостоверными и порочащими суд признал следующие сведения: «А - военный комиссар Мского района, используя служебное положение, угрожая увольнением начальнику финансово-экономического отдела военкомата, переводил деньги Министерства обороны со счета военкомата в частную фирму, занимался предпринимательской деятельностью, «отмыл» таким образом более 460000 рублей». Суд обязал опровергнуть в газете данные сведения.

В качестве источника информации, при написании оспариваемых сведений, журналистом использовались сведения предоставленные Военным комиссариатом Забайкальского края.

Так, признанные судом недостоверными сведения расположены в разделе статьи под названием «Засветили «Пресвет». При написании данного раздела журналист использовал Акт ревизии финансовой и хозяйственной деятельности, по результатам финансовой проверки проводимой Комиссариатом (далее по тексту «Акт ревизии»).

Несмотря на то, что раздел, содержащий, якобы, недостоверные и порочащие сведения начинается с указания на источник информации - на возвращение проверочной комиссии ОВК от истца, с результатами Акта ревизии, и на систематическое обращение внимания суда на Акт ревизии как источник написания оспариваемых сведений, судья по каким – то причинам сделала вид, что данного доказательства в материалах дела не имеется. В вынесенном решении ему оценка не дана.

Вышеуказанные сведения, признанные судом недостоверными и порочащими, являются достоверными, решение Центрального районного суда г. Читы, в части удовлетворяющей исковые требования А., является необоснованным и незаконным по следующим основаниям:

Суд не правильно применил норму материального права – п. 1 ст. 152 ГК РФ, указав в решении, что ответчиками не предоставлено доказательств достоверности распространенных сведений, тогда как, в отзыве ответчиков на исковое заявление, письменном объяснении ответчика, а также при личном его участии в одном судебном заседании, указывается источник информации Акт ревизии, а также указывается, что именно этот источник дословно цитируется в статье (а именно, раздел 5 «Другие расходы бюджетных средств по смете Министерства обороны РФ и использование материальных средств») и, как следствие, в оспариваемых истцом сведениях.

Так, суд признал недостоверными и порочащими оспариваемые истцом сведения: «(Истец) используя служебное положение, переводил деньги Министерства обороны со счета военкомата в частную фирму «Пресвет», являясь при этом владельцем названной фирмы и осуществляя в ней свой бизнес».

Обстоятельство «использования служебного положения и перевода денег Министерства обороны со счета военкомата в частную фирму «Пресвет» подтверждается Актом ревизии, где указывается: «Как видно из объяснений помощника во-

енного комиссара (т.е. помощника истца) – начальника финансово-хозяйственного отделения сл. РА подполковник А. используя свое служебное положение и имеющиеся на личном счете денежные средства, по ст. эк. кл. 187 0202 207 252 продолжил финансирование ЗАО «Пресвет».

Акт ревизии стр. 13; 3-ий абз.сверху: «Так, в период приема дел и должности военного комиссара М-го района, пользуясь правом принимающего должность лица, подполковник А., заключил договор на поставку материальных средств с закрытым акционерным обществом «Пересвет», офис которого расположен в п. К-ое, большая часть закупленных средств относилась к основным средствам и не могла быть оплачена с указанной статьи».

Акт ревизии стр. 16; 1-ый абз. сверху: «При заключении договоров, со слов руководителей указанных организаций, А. в категоричной форме требовал, чтобы полученные у военного комиссариата М - ского района за работу в аппарате усиления деньги они перечисляли именно в ЗАО «Пересвет» для закупки материальных средств».

Акт ревизии стр. 18; 1-ый абз. сверху: «Денежные средства, как следует из объяснений директора школы № 36 и директора школы № 9, они получали в кассе военного комиссариата наличными и в присутствии военного комиссара района, в его кабинете, передавали представителю ЗАО «Пересвет, который, в свою очередь, здесь же выдавал им кассовые документы в виде фискальных чеков». Здесь же, на стр.18 указывается о некомплектности, некачественности, б/у-шности поступавшего от ЗАО «Пересвет» товара по завышенным ценам.

Отсутствует в тексте оспариваемой статьи, т.е. не распространены ответчиками сведения: «и осуществляя в ней (фирме) свой бизнес», как указано в исковом заявлении истцом или, как указано в резолютивной части решения суда: «занимался (истец) предпринимательской деятельностью»).

Т.О. истцом и судом надуманы не существующие сведения (обстоятельства дела) и признаны недействительными

и порочащими (несоответствие выводов суда изложенных в решении обстоятельствам дела.

Дословно, в оспариваемой, публикации говорится: “...владельцами данной фирмы является сам А. и сын его гражданской жены...», во-первых, данная фраза относится к не относится у оспариваемому периоду, что прямо следует из публикации, поскольку в разделе «Засветили «Пресвет», содержащем эти оспариваемые сведения описывается, в т.ч. история возникновения фирмы ЗАО «Пресвет», и это читается в тексте. Данная фраза относится к периоду г., это прямо следует из контекста абзаца в котором фраза указана, а также следующего за ним смыслового абзаца. Кроме того, в судебном заседании сам истец признал, что на период увольнения из армии в запас –200 -г., занимался бизнесом посредством ЗАО «Пресвет» и был ее учредителем.

И, как следует из Акта ревизии стр.13-18 (частично процитированы выше) действовал истец в интересах ЗАО «Пресвет» с момента принятия должности «в период приема дел и должности военного комиссара Мского района, пользуясь правом принимающего должность лица, подполковник А. в течение декабря --г., заключил договор на поставку материальных средств с закрытым акционерным обществом «Пересвет» и «в 2--- году подполковник А. используя свое служебное положение и имеющиеся на лицевом счете денежные средства, по ст. эк. кл. 187 0202 207 252 продолжил финансирование ЗАО «Пресвет» (обревизованный период с августа на финансовое содействие фирме «Пресвет» и носили систематический характер. Из чего следует, что вывод журналиста, что «после восстановления на воинскую службу, в 200 -г., (истец) от бизнеса полностью не отошел» является обоснованным и правомерным.

Является неотнормированным и недопустимым доказательством, на основании которого вынесено решение суда, справка из УФНС о том, что А., так как в статье нет сведений о том, что истец является учредителем фирмы руководителем юри-

дического лица, частным предпринимателем (ст. ст. 59 - 60 ГК РФ).

Кроме того, быть учредителем само по себе не значит осуществлять предпринимательскую деятельность. Также можно не быть учредителем и осуществлять законно предпринимательскую деятельность, а можно быть учредителем (руководителем, ЧП) и осуществлять предпринимательскую деятельность не законно. А можно не быть ни кем из названных лиц, и осуществлять незаконно фактическую предпринимательскую деятельность, например, как А., содействовать бизнесу, «действовать в интересах частного лица» (ЗАО «Пресвет»), финансировать его.

Во-вторых, понятие «владелец» не тождественно понятию «предпринимательская деятельность», «осуществление бизнеса». Так, в соответствии с общей теорией гражданского права «владелец» – тот, кто извлекает полезные свойства из вещи, а предприниматель – тот, кто осуществляет предпринимательскую деятельность по признакам ст. 23 ГК РФ.

Т.о, слово «владеет» является общепринятой гражданско-правовой терминологией и не может порочить никого, в том числе и истца.

В связи с вышеизложенным, решение суда подлежит отмене на основании п.3 ст.362 ГК РФ (несоответствие выводов суда изложенных в решении, фактическим обстоятельствам дела), ст. 195 ГК РФ (несоответствие решения требованиям законности и обоснованности).

Так, в вышеуказанном Акте ревизии стр. 13; 4-ый абз сверху указан достоверный факт, оспариваемы истцом и признанный судом несоответствующим действительности: «...подполковник А. (истец), под угрозой увольнения, заставил начальника финансово-экономического отдела военкомата открыть расчетный счет в Мском филиале ОАО «Читапромстройбанка», обналичить денежные средства с лицевого счета открытого в территориальном органе федерального казначейства и перечислить их на лицевой счет ЗАО «Пресвет», через расчетный счет «Читапромстройбанка».

Использование А. своего служебного положения для финансирования ЗАО «Пресвет» деньгами Минобороны с л/с казначейства описано на стр. 15; 2-ой абз. снизу, Акта ревизии указывается: «Как видно из объяснений помощника военного комиссара (т.е. помощника истца) – начальника финансово-хозяйственного отделения сл. РА подполковник А. используя свое служебное положение и имеющиеся на лицевом счете денежные средства, по ст. эк. кл. 187 0202 207 252 290 продолжил финансирование ЗАО «Пересвет».

Т.е., финансирование А. своего детища – ЗАО «Пресвет» носило систематический, длящийся характер с начала принятия должности и до отстранения от нее после проведенной ревизии финансовой и хозяйственной деятельности, проводимой Комиссариатом Читинской области в период с 30.07.20--г. по 10.08. 20--г., по результатам которой был составлен Акт ревизии, на который делается ссылка по всей данной жалобе. И который (Акт ревизии) был обжалован истцом в суд, и ни одна строчка не была отменена. О чем истец тщательно скрывал в течение всего судебного разбирательства. Также по результатам данной ревизии истец был привлечен к дисциплинарной ответственности в виде предупреждения о неполном служебном соответствии и объявлен строгий выговор (стр.10-11 Решения Читинского гарнизонного суда от 22.11.200 =г.), также в отношении истца было возбуждено уголовное дело по ст. 258 ч. 1 УК РФ, о чем также скрывал истец. В настоящее время уголовное преследование продолжается.

Также в Акте ревизии имеется таблица, в ней указываются какие именно материальные средства, А., «в результате обналичивания денежных средств, пришедших на счет военкомата из Министерства обороны и зачисленных на лицевой счет ЗАО «Пресвет» через счет в «Читапромстройбанке» приобрел для ОВК Мского района. Точная стоимость, по Акту ревизии, на стр.14 (только по одному договору, заключенному в декабре 200=г., при принятии должности) , 469 460 рублей.

Из вышеуказанных финансовых нарушений А., взятых дословно из Акта ревизии, и проанализированных журналистом, является правомерным, обоснованным и соответствует действительности вывод о том, что «В целом по подобной схеме А. «отмыл» более 460 тысяч рублей».

Таким образом, сведения распространенные журналистом и оспариваемые истцом, являются достоверными и вне зависимости от того порочат они истца или нет, опровергнуты быть не могут (ст.152 ГК РФ). Сведения дословно взяты из Акта ревизии финансовой и хозяйственной деятельности, по результатам финансовой проверки проводимой Комиссариатом Ч--кой области в период с 30.07.20--г. по 10.08. 20--г.

В связи с чем, незаконным и необоснованным является признание судом данных сведений порочащими и недостоверными ссылаясь на какой-то договор на выполнение услуг от 28.11. --.

Данный договор не может ничего подтверждать или опровергать по заявленным требованиям, т.к. источником для написания оспариваемой статьи был Акт ревизии, в котором все события достоверно установлены вышестоящей, проверяющей организацией - Комиссариатом Ческой области.

Акт ревизии оспаривался А. в судебном порядке (копию решения суда и кассационного определения прилагаем) о чем А. тщательно умалчивал в процессе рассмотрения дела. Решением Ческого гарнизонного суда от 22.11.20--г. выводы Акта ревизии финансово-хозяйственной деятельности Мско-го комиссариата проводимого в период с 30 июля по 10 августа 20--г., были признаны законными и обоснованными, а также кассационным определением № 14/397-КГ, которым оставлено решение Ческого гарнизонного суда от 22.11.20--г. без изменения.

Право требовать взыскания компенсации морального вреда неразрывно связано с личностью потерпевшего и носит личный характер. Поэтому для правильной оценки индивидуальных особенностей (личности) истца, в порядке пп 2 п.2 ст. 1101 ГК РФ, предоставляем сведения, которые истец

тщательно скрывал при рассмотрении дела в первой инстанции, так в отношении А. ведется уголовное преследование по 4 преступлениям, предусмотренным ст. 133 УК РФ, и 3 преступлениям предусмотренным ст. 285 ч.1 УК РФ (сведения предоставлены следственным отделом по Ческому гарнизону).

Вышеуказанные доводы как квалификационного характера, так и оценочного характера были учтены вышестоящим судом Забайкальского края и в удовлетворении исковых требований истцу было отказано.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Конституция 1993г., в редакции 2016г. [Электронный ресурс] : // КонсультантПлюс: Законодательство с комментариями.— . — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая [Электронный ресурс] : федер. закон от 30 ноября 1994 г. // КонсультантПлюс: Законодательство с комментариями.— . — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части вторая [Электронный ресурс] : федер. закон от 30 ноября 1994 г. // КонсультантПлюс: Законодательство с комментариями.— . — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

4. Российская Федерация. Законы. О государственных и муниципальных унитарных предприятиях [Электронный ресурс] : федер. закон от 3 декабря 2002 г. (в ред. 2016 г.) // КонсультантПлюс: Законодательство с комментариями.— . — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

5. Российская Федерация. Законы. Бюджетный кодекс РФ [Электронный ресурс] : федер. закон от 3 августа 1998 г. (в ред. 2010 г.) // КонсультантПлюс: Законодательство с комментариями.— . — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

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

**ПОСТАНОВЛЕНИЯ, КАСАЮЩИЕСЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КООПЕРАЦИИ
(20-30 гг. XX в.)**

В статье рассматривается ряд постановлений, затрагивающих вопросы организации системой кооперации образовательной деятельности в 20-30 гг. XX в.

Ключевые слова: образование, кооперация

*Levchenko O.Yu.
Zabaikalsky Institute
entrepreneurship
Siberian University
consumer cooperation
Chita, Russia*

**RESOLUTIONS, CONCERNING THE EDUCATIONAL
ACTIVITIES OF COOPERATION (the 20-30 YEARS OF
XX CENTURY)**

The article deals with a number of resolutions concerning the organization by the cooperative system of educational activities in the 20-30th years of XX century.

Key words: education, cooperation

Изучение исторического опыта государственной образовательной политики в отношении отраслевого образования имеет важное теоретическое и практическое

значение для разработки стратегии и концепции образовательной деятельности кооперации на современном этапе. Исторический опыт, извлеченные из него уроки имеют несомненную значимость для повышения качества подготовки специалистов и совершенствования кооперативного образования.

Одним из ярких периодов истории отечественного кооперативного движения являются 20-30-е гг. XX в., на протяжении которых в стране интенсивно формировалась система кооперативных образовательных учреждений, не только отвечавшая потребностям кооперации, но и общегосударственным интересам. Образовательная деятельность рассматривалась как неотъемлемая часть деятельности системы кооперации и была направлена не только на приобретение определенных профессиональных навыков и умений, но и на воспитание кооператора как носителя социальной миссии. В рамках образовательных учреждений и курсов велась подготовка по различным специальностям, среди которых наиболее востребованными были счетоводы, бухгалтера, заготовители и продавцы.

Активному развитию кооперативного образования способствовал выход ряда постановлений, в которых наряду с другими вопросами, ставились и задачи, касающиеся образовательной деятельности кооперации. Одно из них называлось «Об организационной работе кооперации всех видов» и было опубликовано 13 июля 1925 г. В постановлении подчеркивается необходимость внимания центральных и местных кооперативных органов к подготовке кооперативных работников, организации переподготовки и повышения квалификации. Кроме этого, ставились задачи установления связи с вузами, имеющими кооперативные отделения, расширения сети курсов и мерах по привлечению для обучения на них крестьян, одной из которых было предложение о снижении к ним требований образовательного ценза. [1, с.176]

Другим документом, касающимся истории кооперативного образования, является постановление ЦК ВКП (б) «О практических мероприятиях по подготовке и переподготовке кооперативных работников» от 4 ноября 1927 г. В нём ставилась задача перевода существующей сети учебных заведений, ведущих подготовку кадров для кооперации в большое соответствие с существующими потребностями. В этой связи предписывалось ввести в некоторых школах соцвоса (сектор социального воспитания в отделе народного образования) повышенного типа кооперативную специализацию для подготовки работников «низовой кооперации», а также специальный курс кооперативных знаний в некоторых школах крестьянской молодежи. Для преодоления существовавшей нехватки кадров планировалось приблизить количество специальных кооперативных техникумов и отделений в промышленно-экономических техникумах к потребности кооперации в работниках среднего звена. Другой мерой, направленной на решение данной проблемы, было названо расширение количества школ конторско-торгового ученичества и организация в них подготовки работников для низовой кооперации. Кроме этого, предписывалось установить «твердую сеть средних и низших кустарно-ремесленных учебных заведений и опытно-показательных учреждений, которые обслуживали бы кустпромкооперацию». [1, с.177]

Учитывая реалии того периода, в постановлении подчеркивалась роль кооперативных организаций в комплектовании состава учащихся, а также выделялись категории населения, которые в первую очередь, должны были приниматься для обучения в учебных заведениях, готовящих кооперативных работников. В этой связи предписывалось увеличить количество крестьян-бедняков и батраков посредством организации краткосрочных курсов для «выдвиженцев из батрачества и крестьянской бедноты в учебные заведения», а также провести в 1928/1929 учебном году мероприятия по обеспечению этих категорий учащихся в вузах и техникумах стипендиями. [1, с.177] Делались акценты и на привлечении большего количества «женщин-работниц,

батрачек, крестьянок и кустарок» и коренного населения национальных областей и республик в учебные заведения, готовящие кооперативные кадры. В постановлении указывалось и на важность увеличения количества учащихся, направляемых непосредственно кооперативными организациями и предоставление им преимуществ при общих равных условиях.

Не остались без внимания и вопросы, касающиеся организации учебного процесса и качества образования. Народным комиссариатам просвещения республик совместно с кооперативными центрами предписывалось произвести проверку учебных планов и программ для приведения их в большее соответствие как задачам кооперации в целом, так и отдельных её отраслей, а также составить план издания учебников по основным кооперативным дисциплинам. Осознавая, что без соответствующих кадров решить поставленные задачи не удастся, планировалось организовать к 1928/1929 учебному году подготовку преподавателей кооперативных дисциплин на педагогических факультетах вузов и в педагогических техникумах. Важным шагом в популяризации кооперативных идей может рассматриваться запланированное в постановлении введение кооперативных дисциплин в качестве обязательных во все сельскохозяйственные вузы, техникумы, училища, а также кустарно-ремесленные школы.

Не остались без внимания и вопросы приобретения учащимися практических умений и навыков. Так, в целях улучшения практической подготовки учащихся предписывалось распределять места летней практики с участием кооперативных организаций, которые в свою очередь, должны были обязательно принимать практикантов и стажеров и использовать их в соответствии с их специальностью. Кроме этого, в постановлении подчеркивалась важность создания материальной базы и рекомендовалось начать создание «твердого фонда кооперативного просвещения», как путем отчисления в «сметном порядке», так и путем отчисления из прибылей. [1, с.177] Ряд конкретных мер был намечен и в отношении переподготовки, например, усиление её специализации по отдельным отраслям кооперативной работы, расширение сети школ и курсов, в том числе заочных.

Ещё одним документом является постановление «О потребительской кооперации» (1931 г.), в котором в разделе VI «кадры потребкооперации» предписывалось Центросоюзу развернуть в 1931 г. краткосрочные курсы по подготовке и переподготовке не менее 150 тысяч работников. В их перечень входили заведующие магазинами, продавцы, работники общественного питания, заведующие столовыми, повара, пекари, огородники, заведующие откормочными пунктами и молочными фермами, «счетные работники».

Итак, одной из задач потребительской кооперации в 20-30 гг. XX в. становится подготовка профессиональных кадров разного уровня. Вышедшие постановления способствовали развитию системы среднего и начального кооперативного профессионального образования, организации на базе образовательных учреждений курсов подготовки и переподготовки кооперативных работников. Исследование образовательной деятельности кооперации на различных ступенях исторического развития, определение её места и роли в развитии отраслевого образования заслуживает дальнейшего изучения.

Библиографический список

1. Директивы ВКП(б) по вопросам просвещения: Вопросы народного просвещения в основных директивах съездов, конференций, совещаний ЦК и ЦКК ВКП(б) / Ин-т планирования и организации нар. образования; сост. А. Я. Подземский ; под ред. И. Д. Давыдова и И.Г. Клабуновский.— 3-е изд., пересмотр. и доп. — М.; Л.: ОГИЗ: Наркомпрос РСФСР, 1931. — 495 с.

2. Исторические материалы [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://istmat.info>

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

- Аверячкина Т. С.* кандидат исторических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Заборовская И. Г.* кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права и процесса ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Кривченко В. Н.* канд. технических наук, доцент ЗИП СибУПК, г. Чита, России
- Крысанов И. А.* магистрант Забайкальского государственного университета, г. Чита, Россия
- Кушенко Л. Н.* научный сотрудник ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Левченко О. Ю.* доктор педагогических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Найданов Б. Д.* начальник отдела по коммерческим проектам Забайкальского краевого союза кооперативов и предпринимателей, г. Чита, Россия
- Орлов Г. Б.* начальник отдела маркетинга, промышленности, общественного питания и заготовок Забайкальского краевого союза кооперативов и предпринимателей, г. Чита, Россия
- Петрова Н. Е.* декан факультета технологии и управления ЗИП – филиала СибУПК, кандидат экономических наук, доцент, г. Чита, Россия
- Смекалина Т. Г.* начальник отдела кадров ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Степанов Н. П.* заместитель директора по учебно-методической и научной работе ЗИП – филиала СибУПК, д-р ф.-м. наук, профессор, г. Чита, Россия

- Титова Е. Н.* научный сотрудник ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Трубицина Е. Н.* старший преподаватель кафедры информатики и естественнонаучных дисциплин, ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия
- Шевелева О. В.* кандидат технических наук, доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП Сиб УПК, г. Чита, Россия
- Щеголев В. В.* председатель Правления Забайкальского краевого союза кооперативов и предпринимателей, г. Чита, Россия
- Яблоненко Л. А.* кандидат технических наук, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК, г. Чита, Россия

Научное издание

**ПЕРСПЕКТИВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
НАУКИ И РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА
ЭКОНОМИКИ**

**IV ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ**

**70-летию развития кооперативного образования
в Забайкалье посвящается**

(Чита, 23 ноября 2016 г.)

В АВТОРСКОЙ РЕДАКЦИИ

Компьютерная верстка Н. Ю. Слепова

Подписано в печать 16.12.2016

Бумага Business Херох. Гарнитура Times New Roman.
Формат 60×84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 7. Тираж 500 экз. Заказ № 10628.
Забайкальского института предпринимательства
Сибирского университета потребительской кооперации
672086, г. Чита, ул. Ленинградская, 16.

