

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

НАУКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Сборник научных статей
преподавателей и аспирантов

Выпуск 5



Чита
2012

УДК 001(08)
ББК 65.011.15:65.290
Н 34

Редколлегия
Т. И. Белоусова, О. А. Липич,
Е. М. Попова, С. Л. Новолодская

Главный редактор:
С. А. Городкова

Научный редактор:
Н. П. Степанов

Н 34 **Наука и предпринимательство** : сборник научных статей преподавателей и аспирантов : вып. 5. / гл. ред. С. А. Городкова ; под науч. ред. Н. П. Степанова. – Чита : ЗИП СибУПК, 2012. – 307 с.
ISBN 978-5-89807-068-7
ISBN 978-5-89807-156-1 (вып. 5)

Сборник обобщает результаты научных исследований преподавателей и аспирантов Забайкальского института предпринимательства Сибирского университета потребительской кооперации в области естественных, гуманитарных, общественных и технических наук.

УДК 001(08)
ББК 65.011.15:65.290

ISBN 978-5-89807-068-7
ISBN 978-5-89807-156-1 (вып. 5)

© Забайкальский институт предпринимательства Сибирского университета потребительской кооперации, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Аверячкина Т. С.	К вопросу истории создания газеты «Забайкальские областные ведомости»	5
Бакшеева Ю. Н.	Принцип гарантии интересов вексельного кредитора как один из принципов реализации вексельного обязательства	22
Городкова С. А.	Аналитические методы системного анализа в контексте управления затратами хозяйствующих субъектов	36
Ельшева Л. Б.	Современные подходы к ликвидации организации	46
Заборовская И. Г.	Гражданско-правовая характеристика права хозяйственного ведения как ограниченного вещного права	66
Зверев А. Ф. Алексенцева О.К.	Сущность и понятия сопутствующей деятельности предпринимательства в сельской местности	73
Зверев А. Ф. Гриценко О. Н.	Оценка экономической эффективности использования основных фондов по зонам на сельскохозяйственных предприятиях Иркутской области	82
Кривченко В. Н.	Товароведный анализ рынка творога и творожных изделий	96
Кузнецова Т. Н.	Задачи и методы инновационного обучения на современном этапе развития ВУЗа	116
Левченко О. Ю.	Социокультурный подход в современном иноязычном образовании	142
Линева Н. А. Марусик А. В.	Организация управления сбытом Забайкальского филиала ОАО «Сибирьтелеком» г. Чита	151
Линева Н. А.	Исследование спроса синтетических моющих средств в ТД «Барис»	170

Липич О. А.	Правовая природа исполнительной надписи	188
Мальцева Е. Ю.	Понятие и признаки наименования мест происхождения товара	205
Попова Е. М.	Декоративная косметика для глаз: анализ рынка и экспертиза качества	213
Рыжова Н. И.	Имидж как внешний образ туристической организации	
Силинская Т. А.	Проблемы пенсионного обеспечения граждан, уволенных с военной службы	
Степанов Н. П.	Возможности термоэлектрического охлаждения и кондиционирования	
Сутурина М. Н.	Понятие и сущность особого порядка судебного разбирательства	
Хмелюк Н. О.	Уголовно-правовая характеристика незаконного производства аборта	
Супрунов Д. В.	Исследование рынка майонезов	
Шевелева О. В.		
Шнорр Ж. П.	Проблемы идентификации торговых сетей на потребительском рынке территории	
Шоленинова Г. В.	Оценка закупочной деятельности оптового предприятия ИП «Буянов А. С.»	
Ялина Н. В.	Инновационные кластеры в промышленности и экономические основы их формирования (на примере Забайкальского края)	
Сведения об авторах		220

УДК 331.101.3
ББК 88.4

Т. С. Аверячкина

**К ВОПРОСУ ИСТОРИИ СОЗДАНИЯ ГАЗЕТЫ
«ЗАБАЙКАЛЬСКИЕ ОБЛАСТНЫЕ ВЕДОМОСТИ»**

В статье рассматривается история возникновения официальной дореволюционной газеты Забайкальской области – «Забайкальские областные ведомости», показана роль создателя и первого редактора газеты – Петра Гавриловича Савенко.

Образование Забайкальской области в 1851 году имело важное политическое, военно-стратегическое и экономическое значение для всей России. Это был акт укрепления Российской государственности. Огромные просторы от Байкала до Аргуни, Онона и Шилки получили юридический статус.

В то же время, занимая выгодное географическое положение для ведения внешней торговли, обладая несметными полезными ископаемыми, область во второй половине XIX века оставалась отсталым регионом даже в сравнении с другими в Восточной Сибири, являясь сырьевым придатком Российской империи.¹

Царская власть видела в регионе только материальную выгоду (пушнину, золото, серебро, олово и т.д.). Такое потребительско-сырьевое отношение к Забайкалью негативно сказалось на развитии края. Книгоиздание, периодическая

¹ Энциклопедия Забайкалья : в 4 т. : т.1. / СО РАН, Чит. ин-т природ. ресурсов, экологии и криологии [и др.] ; гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск : Наука, 2000. – С. 164.

печать развивались несколько позже, чем в других регионах страны.²

Власть была крайне заинтересована в печатном органе в силу необходимости публикации разного рода циркуляров и распоряжений. Первые официальные газеты появились в 1830 году в шести губерниях России, а с 1838 года их разрешалось издавать повсеместно.³ Таким официальным печатным органом в Сибири, который можно считать главным, являлись губернские ведомости.

Аналогичным изданием в Забайкалье стали «Забайкальские областные ведомости», первый номер которых вышел 1 октября 1865 года. Этому предшествовала большая подготовительная работа. На общем фоне выделяется личность Петра Гавриловича Савенко, который и обратился с ходатайством об издании газеты в г. Чите. Формулярный список П. Савенко, хранящийся в Государственном архиве Читинской области, первым ввел в научный оборот Петряев Е. Д.⁴ Материалы о П. Савенко находим и в работах Коптелова Л. Е.⁵

Происходил П. Савенко из обер-офицерской семьи. После окончания Екатеринославской гимназии, выдержав экзамены на звание учителя русского языка и прослужив пять лет

² Книга в России. 1861–1881: т. 2. – М. : Книга, 1990. – С. 184.

³ Русская периодическая печать (1702-1894) : Справочник / под ред. А. Г. Дементьева, А. В. Западова, М. С. Черепанова. – М., 1959. – С. 255.

⁴ Петряев, Е. Д. Первая книга, изданная в Забайкалье // Забайкальский рабочий. – 1962. – 11 февраля.

Петряев, Е. Д. Впереди – огни. – Иркутск: Восточно-Сибирское книжное изд-во, 1968.

Петряев, Е. Д. Исследователи и литераторы старого Забайкалья : очерки из истории культуры края / Е. Д. Петряев. – Чита : Чит. кн. изд-во, 1954. – 258 с.

Петряев, Е. Д. Краеведы и литераторы Забайкалья : библиографический указатель / Е. Д. Петряев. – Чита : Чит. кн. изд-во, 1981. – 164 с.

⁵ Коптелов, Л. Е. Газета и время. Родословная забайкальской периодики. – Иркутск : Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1978.

Коптелов, Л. Е. Забайкальская печать. – Иркутск: Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1978.

на родине, получил должность в Нерчинске, куда и приехал в 1859 году. По воспоминаниям Михаила Андреевича Зензинова⁶, это был «молодой, скромный, прекрасный человек, обращение и наружность много говорят в его похвалу..., жаль мне его, он добрый, достойный человек, но я помочь не могу - у него нет состояния».⁷ Понимая, что издавать газету в Нерчинске будет довольно сложно, П. Савенко переехал в Читу, которая, став к тому времени областным центром, все еще не имела своего печатного органа.

В апреле 1862 г. П. Савенко назначен чиновником особых поручений Забайкальского областного правления. Такому повороту в карьере он был обязан новому вице-губернатору области Александру Алексеевичу Мордвинову, в прошлом старшему коллеге по училищу.

Мотивируя необходимость издания газеты в области, П. Савенко довольно точно аргументировал свою точку зрения: «...Успехи торговли тогда только совершенствуются и делаются плодотворными, когда опираются на основательное знание богатств края: ибо, чем полнее и точнее сведения о производительных силах страны, тем вернее направление выбирает общественная деятельность. ...Забайкальская область при настоящих своих условиях требует ее изучения, а поэтому издание здесь местной газеты является главной потребностью. В таком убеждении и для содействия, по мере возможности, успехам частной деятельности в Забайкалье и заботе правительства по просвещению его и управлению, предпринимается издание статистическо-хозяйственной газеты под названием «Забайкальский листок». Она будет иметь характер местной газеты и, с одной стороны, уяснить состояние края, а с другой – способствовать промышленной в нем деятельности и просвещению».⁸

⁶ Энциклопедия Забайкалья : в 4 т. : т.2. / СО РАН, Чит. ин-т природ. ресурсов, экологии и криологии [и др.] ; гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск : Наука, 2003. – С. 402.

⁷ Дневник М. А. Зензинова. 1864. – 20 июня. ЧОКМ.

⁸ Коптелов, Л. Е. Газета и время. – Иркутск : Восточно-Сибирское кн.изд-во, 1978. – С.12-13.

В программе газеты также указывалось, что кроме официальных сообщений, правительственных распоряжений будут печататься сведения по истории, археологии, географии и естественным наукам, по отношению их к Забайкальскому краю, домашняя медицина, разные сведения из области искусств, о деятельности сельских и промышленных выставок.

Готовясь к изданию, П. Савенко работал с потенциальными подписчиками, создавал сеть корреспондентов. С предложением о сотрудничестве в газете обратился к декабристам И. И. Горбачевскому, М. А. Бестужеву, Д. И. Завалишину, юристу П. М. Любославскому, географу и врачу И. А. Толмачеву. Наконец, 15 марта 1862 г. разрешение сибирского комитета на издание «Забайкальского листка» было утверждено царем. Однако газета так и не вышла, не нашлось денег.

В 43 номере за 1862 год в иркутской газете «Амур» появилось объявление: «С 1 сентября 1862 года в Чите начнет издаваться статистическо-хозяйственная газета «Забайкальский листок». Она будет иметь характер местной газеты, и, с одной стороны, изучать край, а с другой, распространять в населении полезные сведения и знания – служить народному образованию. Кроме того, так как в Забайкальской области нет «Областных ведомостей», «Забайкальский листок» будет заменять и главные нужды в таком издании. Газета будет выходить еженедельно объемом в половину печатного листа».⁹

На издание требовалось около трех тысяч рублей, а таких денег у него не было, богатых кредиторов не нашлось, подписку организовать не удалось. По этому поводу Кропоткин в «Письмах из Восточной Сибири» писал: «Его сгубило всеобщее недоверие и несочувствие к программе. Лишь немногие мечтатели думали, что из него что-нибудь выйдет... Впрочем, те же мечтатели думали, что народ, крестьяне-казаки, станут на него подписываться, - так он будет полезен для них».¹⁰

⁹ Амур. – 1862. – №3.

¹⁰ Кропоткин, П. А. Письма из Восточной Сибири. – Иркутск, 1983. – С.65.

Мысль о выпуске газеты П. Савенко не покидала, и он нашел более реальный по тому времени путь к цели – создание официальной газеты, в чем его поддержал военный губернатор Забайкальской области Н. П. Дитмар.¹¹

Следует отметить, что с 1865 года вся периодическая печать перешла в ведение Главного управления по делам печати МВД, которое с еще большим ожесточением препятствовало на периферии созданию новых литературных и общественно-политических газет и журналов. Исключение составляли лишь официальные правительственные издания, которые оказывались под двойным надзором: Главного управления по делам печати МВД и местной цензуры. «Забайкальские областные ведомости» печаталась в типографии Войскового правления Забайкальского казачьего войска и напоминали журнал без обложки: было несколько страниц размером с машинописный лист, а текст на каждой странице размещался в две колонки.

Девятнадцать номеров П. Г. Савенко подписал «за редактора». В первом номере отмечалось, что редакция «желает придать значению областных ведомостей особый местный интерес и способствовать распространению вообще и особенно между жителями Забайкальской области полезных сведений о крае».¹² На большее рассчитывать было трудно.

Как и все другие подобные газеты, «Забайкальские областные ведомости» состояли из двух отделов: общего – предназначенного для всероссийских сведений, и местного – с информацией по области, имели официальную и неофициальную часть и выходили под наблюдением губернатора. Официальная часть наряду с редактором подписывалась губернатором, а неофициальная еще раз подписывалась редактором.

В «Отделе 1-м» печатались правительственные указы и общегосударственные сведения. «Отдел 2-ой» делился на

¹¹ Константинова, Т. А. Губернаторы Забайкалья. 1851– 1917 гг. – Чита, 2001. – С.26.

¹² Забайкальские областные ведомости. – 1865. – 1 октября.

официальную и неофициальную части и предназначался для сведений только по Забайкальской области. Здесь публиковались различные приказы, списки бежавших уголовных ссыльных, объявления о торгах, сообщения о чрезвычайных происшествиях в области, о состоянии казенных и частных фабрик и заводов, о способах улучшения сельского хозяйства и домоводства, о состоянии промыслов и торговли, сведения о ценах на продовольственные припасы, исторические сведения о крае.

Газета внесла заметный вклад в краеведение. Уже в самых первых номерах появилось несколько интересных статей, таких как: «Снегопады в Даурии» А. Эпова, «Старинные казаки в Сибири» П. Малкова.

Довольно часто «Ведомости» помещали статьи по медицинским вопросам, отчеты о спектаклях и концертах, метеорологические наблюдения. Кроме того, к отдельным номерам газет дополнительно выпускались «Приложения», «Прибавления». Подчас они были по объему больше самой газеты. В основном это материалы статистического комитета, а также изданные в виде брошюр рефераты и лекции о Забайкалье, сведения о минеральных водах, библиографические обзоры И. В. Багашева «Что пишут о Забайкалье».

Например, в 1868 г. в приложении «Штат полицейских управлений в Сибири» отмечено, что есть ставка журналиста, он же архивариус, с окладом 200 рублей, по 12 классу, X мундиру, по пенсии VIII.¹³ В 1894 году как приложение вышла брошюра Н. В. Кириллова «О климате Забайкалья», в 1895 году – брошюра В. Я. Кокосова «Дарасунские минеральные воды и грязи».

Главное управление по делам печати МВД приняло меры к тому, чтобы оградить газеты от участия в общественной жизни, и внесло распоряжение с 1865 года подвергать обязательной цензуре их официальную часть. В результате «Забайкальские областные ведомости» были ограничены рамка-

¹³ Забайкальские областные ведомости. – 1868. – 15 ноября.

ми казенной газеты и выражали только официальную точку зрения царского правительства.

Контрреформы Александра III (в частности, утверждение в августе 1882 года разработанных ведомством Победоносцева «Временных правил о печати») положили конец какому бы то ни было вольностям. Оценивая газеты этого периода, Н. М. Ядринцев писал: «В Сибири по сведениям «Военно-статистического сборника» 19 типографий и 4 литографии, но в них не печатается ничего, кроме официальных ведомостей худших во всей России».¹⁴ В 1866 году редактором газеты стал титулярный советник Сергей Петрович Бессонов. В 1875 году его сменил чиновник областного правления Михаил Иванович Орфанов, литератор и этнограф. Свои бытовые рассказы он подписывал псевдонимом Мишля, М-а.¹⁵ По мнению А. Русанова, именно он оживил газету и сделал ее популярной.¹⁶

Со временем неофициальный отдел расширился, начали публиковаться телеграммы Северного телеграфного агентства. Например, об открытии навигации в Кронштадте, о взрыве на пароходе «Екатеринбург», о молебне в честь рождения царевича (газета уделяла очень много внимания царской фамилии). Телеграммы и сообщения занимали две, три, а то и четыре полосы. Публиковались интересные материалы исследовательского характера: «Топографическое описание местностей Забайкалья», «Озеро Байкал», «Программа исследований минеральных источников Забайкалья» профессора С.И.Залесского. Появились новые рубрики: «Внутренние известия», «Хроника», «Местные известия». Все это привлекало читателей, способствовало оживлению культурной жизни области.

¹⁴ Коптелов, Л. Е. Газета и время. – Иркутск : Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1978.

¹⁵ Масанов, И.Ф. Словарь псевдонимов русских писателей, ученых и общественных деятелей : т.4. – М. : ВКП, 1960. – С. 352.

¹⁶ Русанов, А. Как рождалась первая газета в г. Чите // Забайкальский рабочий. – 2000. – 27 августа.

На годичном заседании Забайкальского областного статистического комитета под председательством военного губернатора области 31 октября 1889 года четвертым вопросом обсуждался вопрос «О начатых работах по библиографии Забайкалья». Было отмечено, что «работы по библиографии Забайкалья выразились в отчетном году помещением в неофициальной части областных ведомостей извлечений из книг, газет, журналов. Работу эту исполнял преимущественно действующий член комитета П. С. Алексеев».¹⁷

В 90-х годах «Забайкальские областные ведомости» выходили три раза в неделю, форматом большой газеты и начало XX века «Забайкальские областные ведомости» встретили на подъеме.

Газета просуществовала до 30 декабря 1916 года, являясь своеобразным показателем социально-экономического и политического развития государства и общества.

Основное содержание газет составляли правительственные сообщения, официальные документы, материалы о жизни местного населения, региона. Благодаря местным газетам, официальная связь с большой Россией стала постоянной, и забайкальцы не чувствовали себя оторванными от всего происходящего в стране. Многие публикации до сих пор представляют интерес для историков, краеведов, ученых.

Следуя традициям прошлого, с четырнадцатого октября 1998 года начала выходить еженедельная газета «Забайкальские областные ведомости».¹⁸ Свои намерения, обращаясь к читателям, редакция определила так: «Наши предшественники стремились сделать ее нужной и полезной жителям Забайкалья. Ступая на проложенную ими дорогу, мы хотим работать на вас, дорогие читатели».¹⁹

¹⁷Протокол годичного заседания Забайкальского областного статистического комитета. 31.10.1889. – Чита, изд. комитета, 1890. – С. 3.

¹⁸ Энциклопедия Забайкалья : в 4 т. : т.2. / СО РАН, Чит. ин-т природ. ресурсов, экологии и криологии [и др.] ; гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск : Наука, 2003. – С. 371.

¹⁹ Забайкальские областные ведомости. – 1998. – 14 октября.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Дневник М. А. Зензинова.** 1864. – 20 июня. ЧОКМ.
2. **Забайкальские областные ведомости.** – 1865. – 1 октября.
3. **Забайкальские областные ведомости.** – 1868. – 15 ноября.
4. **Забайкальские областные ведомости.** – 1998. – 14 октября.
5. **Книга в России.** 1861–1881 : т. 2. – М. : Книга, 1990. – С. 184.
6. **Коптелов, Л. Е.** Газета и время. Родословная забайкальской периодики. – Иркутск : Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1978.
7. **Коптелов, Л. Е.** Забайкальская печать. – Иркутск : Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1978.
8. **Коптелов, Л. Е.** Газета и время. – Иркутск : Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1978. – С.12-13.
9. **Кропоткин, П. А.** Письма из Восточной Сибири. – Иркутск, 1983. – С.65.
10. **Константинова, Т. А.** Губернаторы Забайкалья. 1851–1917 гг. – Чита. 2001. – С.26.
11. **Масанов, И. Ф.** Словарь псевдонимов русских писателей, ученых и общественных деятелей : т. 4. – М. : изд. ВКП, 1960. – С. 352.
12. **Петряев, Е. Д.** Первая книга, изданная в Забайкалье // Забайкальский рабочий. – 1962. – 11 февраля.
13. **Петряев, Е. Д.** Впереди – огни. – Иркутск: Восточно-Сибирское кн. изд-во, 1968.
14. **Петряев, Е. Д.** Исследователи и литераторы старого Забайкалья : очерки из истории культуры края / Е. Д. Петряев. – Чита : Чит. кн. изд-во, 1954.– 258 с.
15. **Петряев, Е. Д.** Краеведы и литераторы Забайкалья : библиографический указатель / Е. Д. Петряев. – Чита, 1981.
16. **Протокол годового заседания Забайкальского областного статистического комитета.** 31.10.1889. – Чита, изд. комитета, 1890. – С.3.

17. **Русская периодическая печать (1702-1894)** : Справочник / под ред. А. Г. Дементьева, А. В. Западова, М. С. Черпахова. – М., 1959. – С. 255.

18. **Русанов, А.** Как рождалась первая газета в г. Чите // Забайкальский рабочий. – 2000. – 27 августа.

19. **Энциклопедия Забайкалья** : в 4 т. : т.1. / СО РАН, Чит. ин-т природ. ресурсов, экологии и криологии [и др.] ; гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск : Наука, 2000. – С. 164.

20. **Энциклопедия Забайкалья** : в 4 т. : т.2. / СО РАН, Чит. ин-т природ. ресурсов, экологии и криологии [и др.] ; гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. – Новосибирск : Наука, 2003. – С. 371.

=====

УДК 347.451.031
ББК 67.99(2)

Ю. Н. Бакшеева

**ПРИНЦИП ГАРАНТИИ ИНТЕРЕСОВ ВЕКСЕЛЬНОГО КРЕДИТОРА
КАК ОДИН ИЗ ПРИНЦИПОВ РЕАЛИЗАЦИИ ВЕКСЕЛЬНОГО ОБЯ-
ЗАТЕЛЬСТВА**

В статье рассматривается один из принципов реализации вексельного обязательства – принцип гарантии интересов вексельного кредитора. Автор исследует роль векселедателя, индоссанта в обеспечении исполнения вексельного обязательства, объем их ответственности. Анализируется правовое положение авалиста как основного гаранта реализации вексельного обязательства. Рассматривается исполнение вексельного обязательства третьим лицом по поручению плательщика (посредником), так и без такого поручения, в случаях предусмотренных гражданским законодательством РФ. Автор исследует особенности ответственности третьих лиц за неисполнение или ненадлежащее исполнение вексельного обязательства.

В юридической литературе отсутствуют исследования, непосредственным образом направленные на выявление принципов реализации вексельного обязательства. Вместе с тем, лишь осознание основных начал правового регулирования тех или иных общественных отношений может позволить оценить достаточность такого правового регулирования.

Принципы реализации вексельного обязательства базируются на общих принципах исполнения гражданско-правовых обязательств – принципах надлежащего и реального исполнения. Надлежащее исполнение сводится к тому, что

любое гражданско-правовое обязательство должно быть исполнено надлежащими субъектами, в надлежащем месте, в надлежащее время, надлежащим предметом и надлежащим образом. Реальное исполнение, в свою очередь, предполагает исполнение обязательства в натуре. При этом необходимо учитывать, что проявление каждого из этих принципов относительно исполнения отдельных видов гражданско-правовых обязательств имеет свои особенности. Исключение не составляет и вексельное обязательство, в рамках которого реализация общих принципов исполнения гражданско-правовых обязательств позволяет сформировать группу принципов, присущих исключительно реализации вексельного обязательства. В качестве таких принципов предлагается рассматривать принцип гарантии интересов вексельного кредитора; принцип стабильности вексельных отношений; принцип абсолютной исполнимости вексельного обязательства; принцип обеспечительной способности вексельного обязательства. Данные принципы в полной мере проявляют себя на всех стадиях механизма реализации вексельного обязательства.

Оказывая воздействие на формирование норм вексельного права, регламентирующих положение субъектов в вексельном обязательстве, их отношения с третьими лицами, пределы реализации прав, принципы реализации вексельного обязательства обуславливают особенности построения механизма реализации векселедержателем своего права по векселю и исполнения обязанностей вексельными должниками. Таким образом, принципы реализации вексельного обязательства являются теми основополагающими руководящими началами, которые посредством норм вексельного права характеризуют и моделируют процесс достижения субъектами вексельного правоотношения правовой цели в ходе реализации ими своих прав и исполнения обязанностей.

Не вызывает сомнения, что принципы исполнения вексельного обязательства относятся к разряду правовых принципов, являющихся выражением государственной воли, в ре-

зультате чего они приобретают общеобязательный характер требований, соблюдение которых обеспечивается государством.¹ Следовательно, они должны найти свое выражение в праве посредством закрепления в различных формах: в качестве самостоятельной правовой нормы общего характера; основной идеи, пронизывающей группу норм, институт; правового предписания ненормативного характера, например, при формулировании правового принципа в преамбуле закона.

Принцип гарантии интересов вексельного кредитора выражается в том, что требование вексельного кредитора обеспечено принудительной реализацией обязанности вексельного должника по совершению платежа. При этом гарантиями такого интереса кредитора выступает весь круг лиц, правовой статус которых можно свести к статусу вексельного должника.

Данный принцип находит свое выражение, в первую очередь, в норме ст. 9 Положения о переводном и простом векселе², согласно которой векселедатель в переводном векселе отвечает за акцепт и за платеж, то есть обязуется обеспечить акцепт переводного векселя и платеж по нему. В тоже время векселедатель может не принимать на себя обязанность по акцепту векселя, однако не вправе сложить с себя ответственность за платеж: всякое условие, по которому векселедатель освобождает себя от ответственности за платеж, считается ничтожным. Более того, векселедатель не только обеспечивает акцепт переводного векселя и его оплату, но несет ответственность за эксцессы обращения векселя³, что в

¹ Грибанов, В. П. Осуществление и защита гражданских прав. – С. 220-221.

² Положение о переводном и простом векселе, утвержденное Постановлением ЦИК И СНК СССР от 7 августа 1937 г. № 104/1341// СЗ СССР. 1937. № 52. отд. первый. Ст. 221.

³ Согласно сложившейся арбитражной практике ст. 9 Положения о векселях означает, что если со стороны лица, указанного в векселе плательщиком, не последовало акцепта и (или) платежа, то векселе-

полной мере отражает существо рассматриваемого принципа.

Так, в случае эксцесса обращения переводного векселя у векселедателя возникает обязанность по досрочному удовлетворению требований векселедержателя. Данное право возникнет и при наступлении иных обстоятельств, отличных от эксцесса, в частности: в случае несостоятельности плательщика, прекращения выплаты им платежей, безрезультатного обращения взыскания на его имущество, а также при несостоятельности самого векселедателя по векселю, не подлежащему акцепту.

На стороне вексельного должника могут оказаться и иные лица (индоссант, авалист), определение правового статуса которых при реализации вексельного обязательства позволяет всецело гарантировать удовлетворение интереса вексельного кредитора.

Так, роль индоссанта в обеспечении интересов кредитора сводится к тому, что он обязан обеспечить совершение акцепта и оплату векселя плательщиком. В случае невыполнения плательщиком своих обязательств либо при наступлении иных обстоятельств, указанных в законе, индоссант обязан произвести платеж по векселю в размере и в порядке, предусмотренных законодательством.

Вместе с тем, в отношении объема обязанности индоссанта по совершению акцепта и оплате векселя реализация принципа гарантии интересов кредитора имеет известные границы.

Так, индоссант может запретить новый индоссамент, включив в передаточную надпись оговорку «без оборота на меня». В таком случае он не несет ответственности перед третьими лицами, в пользу которых вексель был после этого

держатель вправе предъявить регрессный вексельный иск к векселедателю. – См.: Постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда РФ № 9411/98 от 12 сентября 2000 г.; № 13760/06 от 6 февраля 2007 г. № 3182/07 от 19 июня 2007 г.// СПС «КонсультантПлюс».

индоссирован. Как разъясняют высшие судебные органы, возможность включения в индоссамент оговорки «без оборота на меня» или какой-либо иной оговорки, имеющей в виду освобождение индоссанта от ответственности за платеж по векселю, вытекает из ст. 15 Положения о переводном и простом векселе. В случае сложения ответственности за акцепт и за платеж индоссант не является лицом, обязанным по векселю, и векселедержатель не имеет по отношению к нему никаких прав из этого векселя. Индоссант отвечает лишь за действительность переданного по векселю требования. Такая оговорка означает, что при неакцепте или неплатеже к данному индоссанту не могут быть предъявлены требования, связанные с неисполнением обязательств по векселю⁴.

При этом необходимо учитывать, что посредством безоборотной оговорки снимается только вексельная ответственность. В свое время В. Д. Катков отмечал, что «индоссат согласился не требовать платежа ни от кого, кроме главного должника и прочих надписателей векселя, но он, конечно, полагал, что имеет право обратиться к этим лицам за платежом и что они ответственны по векселю. Требование полагается действительным, существующим. Устраняется лишь ответственность за *non en bonum, non en exegibile*, а не за *non en verum*»⁵.

Иначе говоря, если индоссант по полному индоссаменту отвечает за акцепт и за платеж по векселю, то индоссант по безоборотной надписи отвечает лишь за действительность переданного требования. Механизм действия безоборотной надписи предполагает, что такая оговорка освобождает индоссанта от ответственности по векселю в случае отказа

⁴ Постановления Пленума Верховного Суда РФ и Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 4 декабря 2000 г. № 33/14 «О некоторых вопросах практики рассмотрения споров, связанных с обращением векселей» // СПС «Гарант».

⁵ Катков, В. Д. Передача векселя по надписи (индоссамент). – / В. Д. Катков. – Одесса : Типография Техникъ, 1909. – С. 184-185.

главного должника от платежа, а также в случае отказа трассанта в акцепте переводного векселя.

Специфичной является и роль авалиста в реализации принципа гарантии интересов кредитора. Авалист либо непосредственно гарантирует совершение плательщиком платежа по векселю в срок (в случаях, когда аваль дается за векселедателя простого векселя или акцептанта векселя переводного), либо гарантирует исполнение другим обязанным лицом его обязательства обеспечить совершение плательщиком платежа по векселю в срок (в случаях, когда аваль дается за другого вексельного должника). Обязательство авалиста действительно даже в том случае, если то обязательство, которое он гарантировал, окажется недействительным по какому бы то ни было основанию, иному, чем дефект формы. Векселедержатель вправе требовать от авалиста исполнения обязательства из вексельного поручительства с момента эксцесса вексельного обращения.

Таким образом, принцип гарантии интересов кредитора направлен на установление обязанного по вексельному обязательству круга лиц, что находит свое подтверждение в ст. 47 Положения о переводном и простом векселе: все лица, выдавшие, акцептовавшие, индоссировавшие переводный вексель или поставившие на нем аваль являются солидарно обязанными перед векселедержателем. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения вексельного обязательства векселедержатель имеет право предъявить иск ко всем этим лицам, к каждому в отдельности и ко всем вместе, не будучи принужден соблюдать при этом последовательность, в которой они обязались. Такое же право принадлежит каждому, подписавшему переводный вексель, после того как он его оплатил.

Вместе с тем, на наш взгляд, содержание исследуемого принципа не сводится лишь к наделению вексельного должника правом требования относительно векселедателя, индоссанта и авалиста. Как нам представляется, принцип гарантии

интересов кредитора проявляет себя и через общие нормы обязательственного права, что позволяет расширить круг лиц, обеспечивающих достижение интереса вексельного кредитора, за счет третьих лиц. Такие третьи лица могут исполнить вексельное обязательство, во-первых, в силу возложения исполнения на них обязательства должником; во-вторых, в силу их собственного побуждения при отсутствии акта возложения со стороны должника, и, в-третьих, в силу закона.

Право акцептанта назначить третье лицо (домицилиата), которое произведет платеж по векселю, вытекает из содержания ст. 27 Положения о переводном и простом векселе. В переводном векселе назначение лица для платежа может быть произведено как векселедателем, так и плательщиком при совершении акцепта. При этом назначение домицилиата не означает назначение нового плательщика, которому адресован приказ о платеже. Плательщиком его можно назвать, только имея в виду, что он не включается в число лиц, участвующих в вексельном обязательстве⁶. При отказе или уклонении назначенного лица от платежа по предъявленному ему векселю протест должен быть совершен в отношении назначившего его должника. Повторное предъявление требования об оплате векселя в месте нахождения самого должника не требуется.

Действующее законодательство предоставляет возможность исполнения вексельного обязательства через третьих лиц также регрессным должникам. Так, в соответствии со ст. 55 Положения векселедатель, индоссант или авалист могут указать какое-либо лицо для акцепта или платежа на случай надобности.

Посредник вступает в обязательство по просьбе вексельного должника. Однако правоотношение вексельного посредничества возникает на основании соглашения только

⁶ Новоселова, Л. А. Вексель в хозяйственном обороте : Комментарий практики рассмотрения споров / Л. А. Новоселова. – М. : Статут, 2003. – С. 79.

двух субъектов: посредника и векселедержателя. Лицо, за которое выступает посредник, субъектом названного правоотношения не является⁷. Кроме того, при исполнении вексельного обязательства третьим лицом за должника у вексельного кредитора сохраняются все юридические возможности по защите своих прав на получение надлежащего исполнения от должника. В силу ст. 63 Положения лицо, произведшее платеж в порядке посредничества, приобретает права, вытекающие из переводного векселя.

Механизм действия вексельного посредничества заключается в том, что на основании особого соглашения заинтересованных сторон происходит замена регрессного обязательства обязательством посредничества, в силу которого посредник обязуется оплатить вексель. Действующее законодательство предусматривает два вида посредничества: посредничество в акцепте и посредничество в платеже. В свою очередь каждое из них можно рассматривать как посредничество по назначению (на случай надобности) – игнорирование или как добровольное посредничество (посредничество за честь) – интервенция.

Существенные особенности посредничества по назначению связаны с тем обстоятельством, что в вексель заранее, то есть до возникновения у векселедержателя права на регресс, включается оговорка о посредничестве и, соответственно, посреднике⁸. В этом случае, векселедержатель при возникновении права на регресс, обязан предложить посреднику акцептовать или оплатить вексель. При получении согласия совершить одно из указанных действий возникает обязатель-

⁷ Токарев, Е. Сущность вексельного посредничества по законодательству РФ // Хозяйство и право. – 2008. – № 7. – С. 75; См. также: Белов, В. Вексельное посредничество // Эж-Юрист. – 2003. – № 42. – С. 3.

⁸ Журко, О. В. Исполнение вексельных обязательств в Российской Федерации : автореф. дис... канд. юрид. наук / О. В. Журко; – М., 2004. – С. 9.

ственное правоотношение вексельного посредничества.

Любое лицо может предложить свои услуги по акцепту или платежу векселя по собственному усмотрению за вексельного должника. Такое лицо называется добровольным посредником. В случае добровольного посредничества векселедержатель не связан какими-либо обязанностями и вправе либо допустить, либо отклонить посредничество. Если посредничество допускается, то условия о времени, сумме и последствиях платежа по векселю определяются аналогично условиям, установленным для необходимого посредничества. Посредник должен в течение двух рабочих дней известить о своем посредничестве того, за кого он выступил.

Векселедержатель вправе отклонить добровольное посредничество. В этом случае добровольный посредник вправе требовать, чтобы о его намерении было упомянуто в векселе или акте о протесте. В силу этого упоминания векселедержатель лишается права выдвигать свои требования лицам, которые были бы освобождены таким вмешательством от ответственности по векселю.

Посредником может быть третье лицо, в том числе плательщик, или какое-либо, уже обязанное в силу переводного векселя лицо, за исключением акцептанта и векселедателя в простом векселе. Посредничество акцептанта и векселедателя простого векселя исключено в виду заранее известной его безрезультатности, поскольку необходимость в посредничестве возникла вследствие невозможности получить платеж по векселю именно от этих лиц.

Платеж в порядке посредничества влечет прекращение вексельного обязательства. Соответственно, удостоверенные векселем права не могут перейти к посреднику в порядке правопреемства. Он может удовлетворить свои притязания к должнику, за которого уплатил, и к обязанным перед ним лицам только в рамках нового, регрессного правоотношения. В этом случае он будет выступать в качестве кредитора, а указанные лица – в качестве должников. Из этого можно сделать вывод о том, что посредник не является самостоятельной сто-

роной в вексельном обязательстве, а лишь выполняет отдельные функции плательщика, возложенные на него по соглашению между ним и плательщиком.

Исполнение вексельного обязательства третьим лицом может быть совершено и без поручения плательщика. Положение о переводном и простом векселе не регулирует данную возможность, но и не содержит прямого запрета. В этой связи представляется возможным обратиться к нормам ГК РФ, регулирующим исполнение обязательства третьим лицом без поручения кредитора. Так, в соответствии с частью 2 ст. 313 ГК РФ третье лицо, подвергающееся опасности утратить свое право на имущество должника вследствие обращения кредитором взыскания на это имущество, может за свой счет удовлетворить требование кредитора без согласия должника. Кроме того, права кредитора по обязательству могут перейти к другим лицам вследствие исполнения обязательства должника его поручителем или залогодателем, не являющимся должником по этому обязательству (ст. 387 ГК РФ). В этом случае к третьему лицу переходят права кредитора по обязательству по правилам гражданского законодательства об уступке права требования.

Представляется, что приведенные положения в полной мере могут быть реализованы в рамках исполнения вексельного обязательства. При этом важно учесть, что исполнение вексельного обязательства третьим лицом без поручения вексельного должника не прекращает обязательства. Оно влечет переход требования, составляющего содержание вексельного обязательства, к лицу, которое произвело платеж по векселю. Это позволяет заключить, что третье лицо, исполнившее вексельное обязательство за должника без его согласия не приобретает самостоятельного права требования. Некоторые правоведы объясняют это тем, что плательщик сам согласился исполнить обязательство другого лица, что исключает

возникновение у плательщика нового требования⁹.

Допуская возможность исполнения вексельного обязательства без поручения, считаем, что подобные действия третьего лица должны квалифицироваться как действия в чужом интересе без поручения. Третье лицо, исполнившее обязательство за вексельного должника без его поручения, приобретает права требования к последнему в объеме, в котором это обязательство было им удовлетворено. И лишь отказ вексельного должника от возмещения уплаченной третьим лицом денежной суммы в разумный срок влечет возникновение у третьего лица права предъявления требования о взыскании процентов за пользование чужими денежными средствами на основании ст. 395 ГК РФ.

Однако в результате совершения третьим лицом, не уполномоченным должником действий по исполнению вексельного обязательства, последнему может быть причинен значительный ущерб. В данном случае речь идет о ненадлежащем исполнении вексельного обязательства. В связи с этим актуальным становится вопрос об ответственности третьего лица перед вексельным должником за вред, причиненный таким ненадлежащим исполнением.

Исходя из целей института возложения исполнения обязательства на третье лицо, представляется целесообразным исходить из презумпции отсутствия у добросовестного кредитора обязанности по проверке факта возложения исполнения обязательства на третье лицо¹⁰. Если кредитор не знал и не должен был знать об отсутствии факта возложения исполнения обязательства на третье лицо, то принятое им исполнение не может повлечь для него негативных последствий, а его интерес в принятии исполнения должен быть защищен

⁹ Белов, В. А. Денежное обязательство. / В. А. Белов. – М. : ООО Новая правовая культура, 2007. – СПС «Гарант».

¹⁰ Сарбаш, С. В. Общее учение об исполнении договорных обязательств : автореф. дис... д-ра. юрид. наук / С. В.Сарбаш. – М., 2005. – С.25.

нормами гражданского права.

Согласно с абз. 4 ст. 55 Положения о переводном и простом векселе в случае несоблюдения двухдневного срока для уведомления должника об исполнении за него вексельного обязательства, третье лицо несет ответственность за ущерб, причиненный его небрежностью, с тем, однако, что убытки подлежат возмещению в размере не свыше вексельной суммы.

В случае же ненадлежащего исполнения вексельного обязательства третьим лицом в силу ст. ч. 2 с. 313 ГК РФ размер ответственности должен устанавливаться на основании норм ГК РФ об ответственности за ненадлежащее исполнение обязательств. Так, третье лицо, ненадлежащим образом исполнившее обязательство за должника обязано возместить кредитору причиненные таким исполнением убытки (ст. 393 ГК РФ). При этом третье лицо не получает прав требования к должнику (п. 4 ст. 1109 ГК РФ) и несет ответственность за неправомерное вторжение в частную сферу должника. Это, во-первых, позволит учесть имущественные интересы кредитора; во-вторых, даст должнику возможность доказать неправомерность такого исполнения и защитить свои интересы, и в-третьих, возложить риск неблагоприятных последствий на третье лицо в связи с совершением действий по исполнению без учета воли должника.

При исполнении вексельного обязательства третьими лицами в рассмотренных выше случаях речь идет о фактическом исполнении, под которым понимаются особые случаи, когда в реализации обязательства участвуют должник и лица, привлеченные им по договору или на основании административных полномочий, и когда, следовательно, исполнителем является не тот, кому противостоит право требования кредитора, а лицо, которое фактически производит исполнение¹¹.

Таким образом, в рассмотренных выше ситуациях тре-

¹¹ Толстой, В. С. Исполнение обязательства / В. С. Толстой. – М. : Юрид. лит., 1973. – С. 25.

тьи лица не выступают в качестве самостоятельных участников вексельного обязательства, так как производят платеж за обязанное по векселю лицо. Своими действиями они лишь прекращают обязанность вексельного должника перед векселедержателем.

Привлечение третьих лиц к исполнению вексельного обязательства в силу закона производится в случае эксцесса вексельного обращения. Так, в случае отказа акцептанта оплатить вексель в установленный срок, при полном или частичном отказе в акцепте, в случае несостоятельности плательщика (независимо от того, акцептовал ли он вексель или нет), в случае прекращения им платежа (даже если это обстоятельство не было установлено судом), или в случае безрезультатного обращения взыскания на его имущество векселедержатель может предъявить требование об оплате векселя другим обязанным по векселю лицам – индоссантам, векселедателю, авалистам. Однако для привлечения указанных лиц к исполнению вексельного обязательства, одного лишь эксцесса вексельного обращения не достаточно: необходимо, чтобы он был подтвержден протестом, то есть удостоверен актом, составленным в публичном порядке.

Итак, содержание принципа гарантии интересов кредитора раскрывается через наличие определенного круга обязанных по векселю лиц, исключающих возможность недостижения интереса вексельного кредитора в получении платежа по векселю. К таким лицам, помимо векселедателя, индоссанта, авалиста, следует относить третьих лиц, способных обеспечить интерес кредитора посредством совершения действий по оплате векселя на основании возложения должника, без такового возложения, или на основании закона.

Ключевые слова: вексель, механизм реализации вексельного обязательства, принципы реализации вексельного обязательства, участники вексельного обязательства.

© Городкова С. А., 2012

УДК 378.77
ББК 74.58

С. А. Городкова

**АНАЛИТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА
В КОНТЕКСТЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ
СУБЪЕКТОВ**

В данной статье рассмотрены активные методы обучения, дана их характеристика. Особое внимание уделено таким методам, как мастер-класс и тренинг, показана возможность их практического применения при изучении темы «Психологические аспекты продаж».

В настоящее время актуальным является внедрение активных методов обучения как в процесс усвоения теоретического материала, так и при приобретении практических навыков.

Использование в учебном процессе активных методов обучения позволяет привести профессиональное образование в соответствие с потребностями рынка труда, способствует формированию и развитию у специалиста ключевых компетенций, обеспечивающих его полноценное функционирование в обществе и самореализацию в различных сферах жизнедеятельности, в первую очередь – профессиональной.

Использование преподавателями активных методов способствует выработке новых подходов к профессиональным ситуациям, развитию творческих способностей, что повышает достижение определенных целей, одной из которых является усвоение теоретического материала и приобретение практиче-

ских навыков. Поэтому преподавателями используются активные методы как при проведении лекционных, так и практических занятий.

Существуют разнообразные формы проведения таких занятий. К лекционным занятиям относят проблемные, бинарные лекции, лекции пресс-конференции, дискуссии, лекции с разбором конкретных производственных ситуаций, с элементами визуализации.

Среди практических занятий распространены такие как семинар-беседы, «мозговой штурм», междисциплинарный семинар, метод «Дельфи», занятие с применением компьютерных программ, тренинги, мастер-классы, кейс методы, методы делегирования полномочий, занятия-конкурсы, деловые игры, конференции, занятия-аукционы.

Из вышеперечисленных форм при повышении квалификации торговых работников являются актуальными:

➤ **проблемные лекции** – материал излагается с использованием проблемных вопросов разных сфер торговой деятельности (размещение и выкладка товаров, обслуживание потребителей, оказание дополнительных услуг, определение мотивации при приобретении товаров и т. д.) в зависимости от тематики проведения;

➤ **лекция–дискуссия** – при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на его вопросы, но и организуется свободный обмен мнениями. Это позволяет управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения и формирования мотивации при совместной работе в коллективе;

➤ **лекция с разбором конкретных производственных ситуаций** – данная лекция по форме похожа на лекцию дискуссию, однако, на обсуждение преподаватель ставит не вопросы, а конкретную ситуацию. Обычно такая ситуация представляется устно или в очень короткой видеозаписи. Поэтому изложение ее должно быть очень кратким, но содержать дос-

таточную информацию для оценки характерного явления и обсуждения;

➤ **мозговой штурм** – творческая (креативная) дискуссия, проводящаяся для того, чтобы получить как можно больше идей решения какой-либо проблемы. Группа слушателей делится на две подгруппы. Преподаватель ставит исходную задачу, указывая требования, которым должно отвечать решение. Одна подгруппа предлагает варианты, вторая выступает в роли фильтра, отсеивающего решения, не отвечающие предъявленным требованиям. Ценность этого метода заключается в том, что он способствует развитию творческого мышления слушателей, формированию навыков принятия решений, необходимых для профессиональной деятельности;

➤ **межотраслевой семинар** – на занятия выносятся тема, которую необходимо рассмотреть в различных аспектах: коммерческом, экономическом, юридическом, и психологическом. На него могут быть приглашены специалисты данных областей и педагоги данных дисциплин. Между слушателями распределяются тематика сообщений. Метод позволяет рассмотреть комплексную оценку проблемы, мотивирует к дальнейшему самообразованию;

➤ **метод «Дельфи» (синдикат)** – группа распределяется на две подгруппы. Каждой из них предлагается разработать несколько вариантов решения какого-либо задания. Затем одна подгруппа представляет свои разработки. Вторая подгруппа – находит слабые места каждого варианта и предлагает пути их устранения. Впоследствии подгруппы поменяются ролями. Метод формирует навыки нестандартного мышления при решении проблемы.

➤ **тренинги** – тренинги проводятся с целью систематической тренировки или совершенствования определенных профессиональных умений и навыков, развития необходимых профессионально важных личностных качеств специалистов;

➤ **мастер-класс** – мастер-класс предусматривает, прежде всего, демонстрацию профессиональных умений и навыков

известным специалистом в конкретной сфере деятельности. Ознакомление обучаемых с последними достижениями в определенной сфере будущей профессиональной деятельности способствует развитию мотивации обучения, становлению компетентного специалиста;

➤ **кейс-метод** – использует описание реальных экономических и социальных ситуаций. Слушатели анализируют ситуацию, разбираются в сути проблем, предлагают возможные решения, защищают свое решение, оппонируют и выбирают из них лучшее;

➤ **занятия – конкурсы** – разрабатывается сценарий конкурса. Разные задания позволяют выявить степень усвоения материала. Нестандартный подход к проведению занятия, дух соревнования активизируют познавательную деятельность слушателей, создают условия для формирования и закрепления профессиональных знаний, умений и навыков, способствуют развитию творческих способностей;

➤ **деловые игры** – имитируют определенные ситуации, которые возникают в профессиональной деятельности. Заставляют слушателей самостоятельно решать поставленную задачу, используя при этом знания разных аспектов. В игре формируются профессиональные навыки и умения, слушатели учатся применять теоретические знания, полученные в ходе изучения, а послеигровое обсуждение способствует закреплению знаний.

Данные методы не только способствуют усвоению слушателями теоретического материала, формируют навыки по его применению, но и мотивируют к дальнейшему самообразованию (проводится профориентационная деятельность).

В зависимости от поставленных целей возможно использование как одного из методов обучения, так и их комбинация. При этом необходимо учитывать единство стиля и дополнение одного метода другим.

Такое сочетание методов активного обучения рассмотрим на примере мастер-класса и тренинга.

Организация мастер-классов достаточно актуальна в настоящее время, особенно когда происходит ознакомление с различными достижениями, разработками, новыми тенденциями и технологиями в различных сферах деятельности. Мастер-классы проводят не только для студентов высшей школы, но и для практикующих работников или слушателей курсов повышения квалификации, т. е. людей имеющих какой-либо практический навык в области деятельности. Помимо этого, использование данного метода эффективно, если проведение занятий ограничивается во времени (т. е. за небольшой промежуток времени необходимо изучить объемный курс материала).

Задача специалиста (профессионала в определенной области) – довести до сведения слушателей новую для них информацию, сориентировать в определенном направлении дальнейшей работы или изучить определенную методику путем демонстрации. Пословица «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» в данном методе отражается наиболее полно, и усвоение теоретического материала происходит на 80 %.

С педагогической точки зрения теория неотделима от практики, поэтому информирование слушателей является важной, но не первоочередной задачей. Основная задача – формирование практических навыков, для чего необходимо использование дополнительного метода обучения. Одним из таких методов является создание производственной (практической) ситуации. С этой целью возможно использование таких методов как деловая игра или тренинг.

Для проведения деловой игры необходимо имитирование определенной ситуации, в которых слушатели могут решить самостоятельно поставленную задачу, используя знания различных дисциплин.

При проведении мастер-класса определяется не более двух направлений работы и использование комплексных знаний нескольких дисциплин трудновыполнимо, так как это займет слишком много времени.

Для достижения поставленной цели рекомендуется использование какого метода как тренинг.

Использование тренинга для повышения квалификации работников считается одним из наиболее эффективных.

Но в связи с тем, что тренинг основан на блокадем изучении материала, где материал преподносится в виде «пирамиды», т. е. постепенно одни навыки формируются на базе других, использование данного метода часто невозможно в педагогической деятельности в силу различных причин, таких как большие временные промежутки между занятиями (например, если занятие проводится два раза в месяц), необходимость уже в сформированных знаниях, навыках и умениях (базовых), преподнесении теоретического материала в кратком изложении, что является недостаточным для высшей школы.

Но все это не отрицает использование отдельных элементов данного метода, таких как преподнесение информации с использованием наглядных пособий, групповое обсуждение (фокус-группа), использование имитационных методов, поддерживаемых раздаточными материалами и практикой на рабочем месте.

Особенностью проведения тренинга является сочетание практической деятельности и обратной связи. Без обратной связи нет тренинга.

Таким образом, в процессе тренинга приобретаются практические навыки еще на 20 %, что приводит к усвоению материала занятия на 100 %.

Данное сочетание рекомендуется в качестве проведения занятий не только со студентами высшей школы, но и при повышении квалификации, т. е. в работе с людьми, уже обладающими начальными профессиональными навыками.

Преимущества проведения таких мероприятий – одновременное приобретение практических навыков на основе изучения теоретического материала.

В качестве примера предлагается методика сочетания данных методов – мастер-класс с элементами тренинга «Психологические аспекты продаж».

Мастер-класс разработан и проведен для торговых работников, принимавших участие в областном конкурсе «Лучший по профессии», проводимый при поддержке Областной администрацией г. Читы.

Аудитория: *торговые работники*

Цель проведения: *повышение квалификации*

Длительность проведения: *40 минут*

Программой предусмотрено: *выступление преподавателей с использованием слайд-презентации и элементов тренинга, обеспечение обучающихся раздаточным материалом.*

Занятия, которые проводятся с работниками, имеющими опыт практической деятельности, отличаются от стандартной структуры проведения занятий со студентами высшей школы.

В таких занятиях приобретению практических навыков отводится больше времени, чем на процесс изучения теоретического материала.

Следует отметить, что при использовании такого метода обучения как мастер-класс важно создание определенного психологического настроя в группе.

С этой целью, при проведении мастер-класса были использованы такие элементы тренинга, как индивидуальная встреча каждого участника группы, представление программы проведения занятия, создание музыкального фона, использование мультимедийного оборудования, проведение игр с решением ситуационных задач.

Данное сочетание классической структуры мастер-класса и элементов тренинга повысило внимание, активность обучаемой группы и, как следствие, эффективность восприятия материала в целом.

Перед началом занятия используются такие элементы тренинга, как личная встреча участника, вручение ему программы занятия, проведение на место. Во время встречи участников мастер-класса создается специальный музыкальный фон, который формирует на подсознательном уровне положительные эмоции и чувство праздника.

В начале занятия необходимо дать общее представление о профессии, определить навыки и знания необходимые для работы, сделать акцент на области консультирования потребителей и таким образом определить актуальность проведения мастер-класса.

Далее четко формулируют цель проведения и озвучивают план мероприятия.

В данном мастер-классе предложена следующая структура:

Вступление.

1. Теоретическая часть «Основные модели поведения продавцов и покупателей».

2. Тест–разминка.

3. Игра «Узнай меня».

Заключение.

Во вступлении обосновывается необходимость получения теоретических знаний и практических навыков по психологическим аспектам продажи товаров.

Далее излагается теоретический материал (модели поведения продавца и покупателей, их основные характеристики, положительные и отрицательные стороны, правила поведения в зависимости от модели), сопровождающийся слайд-презентацией.

По окончании теоретической части подводится итог и перечисляются изученные модели поведения продавцов и покупателей.

Перед закреплением теоретического материала используется такой элемент тренинга, как разминочный тест. Данный элемент используется для того, чтобы настроить участников на дальнейшую работу, где необходимо быть предельно внимательным. Помимо этого тест снимает общее напряжение группы и располагает к дальнейшей игре (кроме тестов, могут использоваться различные виды игр-разминок).

Далее участникам группы предлагается игра «Узнай меня». Группа условно делится на 2 команды из каждой определяется 3 человека для демонстрации ситуаций. Данные ситуации моделируются самостоятельно участниками команды и демонстрируются всем участникам мастер-класса. Слушателям необходимо определить модель поведения продавца и покупателя, аргументировав свое решение. Команда, набравшая большее количество призов, объявляется победителем. Пока организаторы мастер-класса работают с участниками ситуаций, группе предлагается повторить теорию, используя раздаточный материал.

В конце проведения мероприятия подводится общий итог, в котором отражается недостаточность полученных знаний в ходе данного мастер-класса (ограничен во времени – 40 минут). Участники приглашаются для дальнейшего обучения в образовательном учреждении (ЗИП СибУПК) или повышении квалификации, в результате чего одновременно проводится и профориентационная работа.

Таким образом, сочетание элементов мастер-класса и тренинга повышает эффективность восприятия теоретического материала, активизирует участников на приобретении практических навыков и мотивирует их к дальнейшему обучению.

Считаем целесообразным разработку подобных мероприятий на различные тематики с привлечением к проведению не только преподавателей таких дисциплин как «Маркетинг», «Товароведение продовольственных товаров», «Товароведение непродовольственных товаров», но и специалистов в области психологии и делового общения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Столяренко, В. П.** Основы психологии и педагогики : учебник / В. П. Столяренко. – М. : Экономика, 2004. – 343 с.
2. **Ребрик, С. Е.** Тренинг для тренеров : учебник / С. Е. Ребрик. – СПб. : Питер, 2007. – 143 с.

УДК 001.89
ББК 74.58

Л. Б. Елышева

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ЛИКВИДНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются современные подходы к определению ликвидности. По мнению автора, обоснование современной социально-экономической концепции ликвидности необходимо как в аналитических, так и в управленческих целях.

В современной отечественной и зарубежной экономической литературе сформировались различные подходы к определению категории ликвидности. Многоаспектный характер категории ликвидности (исторический, информационный, экономический, финансовый, социальный и маркетинговый) определяет её возрастающее значение.

Так, наиболее распространенной является точка зрения (Л. А. Бернштейна, О. В. Ефимовой, А. Д. Шеремета), в соответствии с которой под ликвидностью активов понимается способность организации обеспечить в любой период времени выполнение в денежной форме своих краткосрочных обязательств. Это типичное определение, в котором свойство изучаемой категории описывается с помощью имеющихся платежных ресурсов и платежных обязательств, но которое не учитывает возможную ликвидность организации в будущем. Этот признак ликвидности отражает только её финансовый аспект, который в настоящее время получил наибольшее распространение.

Если же требуется оценить уровень ликвидности с точки зрения будущего времени, то следует принять во внимание воздействие не только уже принятых решений, но и учитывать финансовые влияния тех решений, которые будут приняты организацией в будущем.

Если ликвидность приравнять к способности и готовности обмениваться, становится очевидным, что ограничение свойства ликвидности только на основе обладания деньгами (финансовый аспект) слишком узко. Хотя деньги и представляют собой высоколиквидное средство, они не являются единственным носителем ликвидности. Особенно это важно для организаций потребительской кооперации, учитывая занимаемый ею сегмент и характер реализации товаров.

Товары должны и могут обеспечивать организациям ликвидность в той степени, в какой они способны к обмену, - они действительно увеличивают платежные ресурсы организаций. Развивая этот подход, следует рассматривать ликвидность в неразрывной связи с оборачиваемостью оборотных активов в целом и по отдельным их видам. При этом ликвидность выступает как качественная характеристика уровня мобильности или подвижности активов (Л. А. Бернштейн, И. А. Бланк, Р. П. Валевич, Дж. Ван Хорн, Т. Р. Карлин, Н. П. Кондраков, Н. А. Русак, В. А. Русак, Г. В. Савицкая, Е. С. Стоянова). Ценной для авторской позиции углубления анализа является выявленная в ряде работ взаимосвязь ликвидности и экономического результата. При этом учитывается степень обесценивания текущих активов в результате их быстрой реализации (И. А. Бланк, В. Г. Белолипецкий, Т. Р. Карлин), особенно заметная в ходе осуществления процедур банкротства.

Таким образом, по мнению автора, преобладающими являются две концепции ликвидности: финансовая и экономическая. Обе концепции имеют право на существование, но мы считаем, что наиболее важна общая по характеру экономиче-

ская концепция. Она основана на системном подходе, раскрывает многогранность исследуемой категории и дает более объективную информацию для оценки экономической устойчивости кооперативной организации и использования материальных ресурсов при принятии управленческих решений.

Именно в соответствии с этой концепцией должны разрабатываться конкретные методы и стратегия эффективной деятельности организаций, отражающие специфику их деятельности, в том числе организаций потребительской кооперации (социальная миссия, многоотраслевая структура деятельности, организационное единство и т.д.).

Кроме того, имеются и другие важные аспекты, определяющие значение ликвидности. Маркетинговый аспект ликвидности выражается в качественной полезности товарно-материальных ценностей. Если представить экономику без упорядоченного денежного обращения, то есть натуральное хозяйство, то в нем ликвидность связана с владением товарными запасами, которые пригодны для обмена. Ликвиден тот, кто владеет достаточно большим количеством товаров, пригодных для обмена, кто готов и способен к обмену [4, с. 786].

По мнению автора, товарная ликвидность играет существенную роль при оценке конкурентоспособности и определении общей ликвидности организации в момент погашения текущих обязательств, так как платежные ресурсы тем больше, чем выше ликвидность конкретных товаров.

Таким образом, автор предлагает использовать в организациях потребительской кооперации новое понятие ликвидности - товарная ликвидность. Товарная ликвидность – это способность товаров быть реализованными с учетом наименьшего периода времени, снижения потерь стоимости и издержек и с учетом особенностей спроса пайщиков и сельского населения.

Социальный аспект ликвидности выражается в стремлении рыночного субъекта к безопасности, стабильности, т.е. его лик-

видность - это не только надежность, гарантия для контрагентов, учредителей, банков, бюджета, но и сохранение трудовых коллективов и рабочих мест в связи с усилением риска потери ликвидности и несостоятельности (банкротства) организации. Как не раз отмечал Б. Коласс, в ликвидности отражаются монетарные и немонетарные цели организации [2, с. 46].

Рассмотренные концепции, автор считает, актуальны для организаций потребительской кооперации, в которых первоочередного решения требуют проблемы реализации социальной миссии при увеличении объемов деятельности и достижении безубыточной работы. Они напрямую зависят от оптимизации показателей, рассматриваемых в настоящем исследовании.

Интеграция финансового и социально-экономического подходов позволяет углубить исследование и перейти от известных направлений анализа к действительно глубокой диагностике причин замедления оборачиваемости текущих активов или их избыточности, иммобилизации средств в неликвидах, нарушения расчетной дисциплины.

В условиях депрессивного состояния кооперативной экономики и нестабильности рыночной среды значение современной оценки ликвидности резко возрастает, чему должен соответствовать уровень организации её мониторинга, анализа и управления. С этой позиции для более глубокой оценки экономических пропорций, складывающихся в организации, необходима детальная классификация категорий ликвидности по различным признакам: по степени риска, отношению к рекомендуемому уровню, характеру показателей, периодичности, степени близости к банкротству, предмету исследования, и т.д. (рис. 1).



Рис. 1. Классификация категорий ликвидности

Поскольку одни виды активов обращаются в деньги быстрее, а другие медленнее, необходимо сгруппировать активы организации по степени их риска, т.е. по возможности обращения в денежные средства. По степени риска ликвидности все оборотные активы мы разделяем на четыре группы. Чем больше вложено средств в активы высокого риска, тем ниже общая ликвидность.

Риск ликвидности определяют, как риск, который заставляет организацию в определенный момент вкладывать средства в долгосрочные активы или терять стоимость своих активов. При этом активы организации считаются ликвидными лишь в том случае, если их можно быстро реализовать, причем, без потери их стоимости.

По степени риска мы выделяем следующие группы ликвидных активов:

- с минимальным риском (денежные средства, легко реализуемые краткосрочные финансовые вложения);
- с малым риском (нормальная дебиторская задолженность, запасы, исключая неликвиды);
- со средним риском (малоценный инвентарь, незавершенное производство);
- с высоким риском (сомнительная и долгосрочная дебиторская задолженность, запасы готовой продукции и товаров, не пользующихся спросом).

По отношению к рекомендуемому уровню ликвидность может быть:

- недостаточная – означает, что организация не способна оплатить свои текущие долги и обязательства. Для собственников хозяйствующего субъекта недостаточная ликвидность может означать снижение прибыльности и частичную или полную потерю вложений капитала. Для кредиторов недостаточная ликвидность у должника может означать задержку в уплате процентов и основной суммы долга. Недостаточная ликвидность организации может повлиять на ее отношения с поставщиками товаров. Это может выразиться в неспособности данного субъекта хозяйствования выполнить усло-

вия контрактов и привести к потере связей с партнерами и поставщиками, а при усугублении финансового состояния – и к банкротству;

➤ нормальная ликвидность – означает сбалансированное состояние между платежными средствами и обязательствами;

➤ избыточная ликвидность - ставит препятствия на пути развития хозяйствующего субъекта, отягощая его затраты и активы излишними запасами и резервами, говорит о неумелом управлении активами.

По периодичности выделяют следующие категории ликвидности:

➤ моментная ликвидность (как запас). Запас характеризует ликвидность организации на определенный момент, его способность ответить по своим текущим обязательствам только на определенную дату и с точки зрения запаса отражает ограниченный, узкий подход к ликвидности. Хозяйствующий субъект, имеющий достаточный запас ликвидных активов для поддержания моментной ликвидности, может ее утратить даже в течение ближайшего времени в связи с превышением потока обязательств над потоком ликвидных активов;

➤ текущая ликвидность (как поток). Как поток ликвидность оценивается за определенный период либо на перспективу в ходе её постоянного мониторинга. При рассмотрении ликвидности как потока повышенное внимание уделяется возможности обеспечения обращения менее ликвидных активов в более ликвидные;

➤ перспективная ликвидность (прогноз). Сравнение медленно реализуемых активов с долгосрочными пассивами определяет перспективную ликвидность, представляющую собой прогноз платежеспособности на основе сопоставления будущих поступлений и платежей. При подобном подходе характеристика ликвидности должна учитывать не только данные балансов об остатках по активу и пассиву, но и другую многообразную информацию долгосрочного характера.

По характеру показателей ликвидность может быть охарактеризована:

➤ общепринятыми показателями – коэффициентами: текущей ликвидности (покрытия), быстрой ликвидности (промежуточной, уточненной, критической оценки), абсолютной ликвидности (срочности);

➤ дополнительными характеристиками (комплексными, частными) - коэффициентами: соотношения чистых активов и заемных средств, ликвидности при мобилизации средств, соотношения кредиторской и дебиторской задолженности, ликвидности по степени близости к банкротству; показателем ликвидности, скорректированным по срокам, комплексным показателем ликвидности, обеспеченности ликвидностью в днях, индексом ликвидности.

По степени близости к банкротству различают:

➤ устойчивую ликвидность, если денежных средств и текущих поступлений от дебиторов со сроком до одного месяца будет достаточно для погашения срочной задолженности организации;

➤ неустойчивую ликвидность, когда в расчет включается дебиторская задолженность с большим сроком погашения (на данный момент) до тех пор, пока четко не определятся реальные условия, при которых становится возможным погасить долги. Одновременно с этим нарастает риск банкротства;

➤ дефицит ликвидности. Если общая величина платежных средств с учетом дебиторской задолженности до трех месяцев в целом не покрывает текущие потребности в расчетах, то организация неплатежеспособна (с точки зрения закона о банкротстве) и является банкротом.

Подробная классификация категорий ликвидности позволяет более глубоко изучить динамику и факторы, определяющие уровень ликвидности, повысить эффективность анализа в целом.

Важно иметь в виду, что анализ ликвидности необходимо проводить одновременно с оценками риска и экономических результатов деятельности. Ликвидность тесно связана с доходностью. В большинстве случаев достижение высокой лик-

видности противоречит обеспечению более высокой прибыльности [1].

Достижение равновесия между надежным получением дохода и риском экономических потерь может быть достигнуто на основе взаимоувязанного анализа ликвидности, издержек обращения, части денежных расходов и объема реализации организации. При данном подходе издержки обращения организации подразделяются на денежные расходы и те, которые с ними связаны (например, амортизация). Точка пересечения кривой части стоимости, соответствующей денежным расходам, с кривой оборота показывает величину минимального оборота, необходимую для сохранения ликвидности [3, с. 355] (рис. 2).

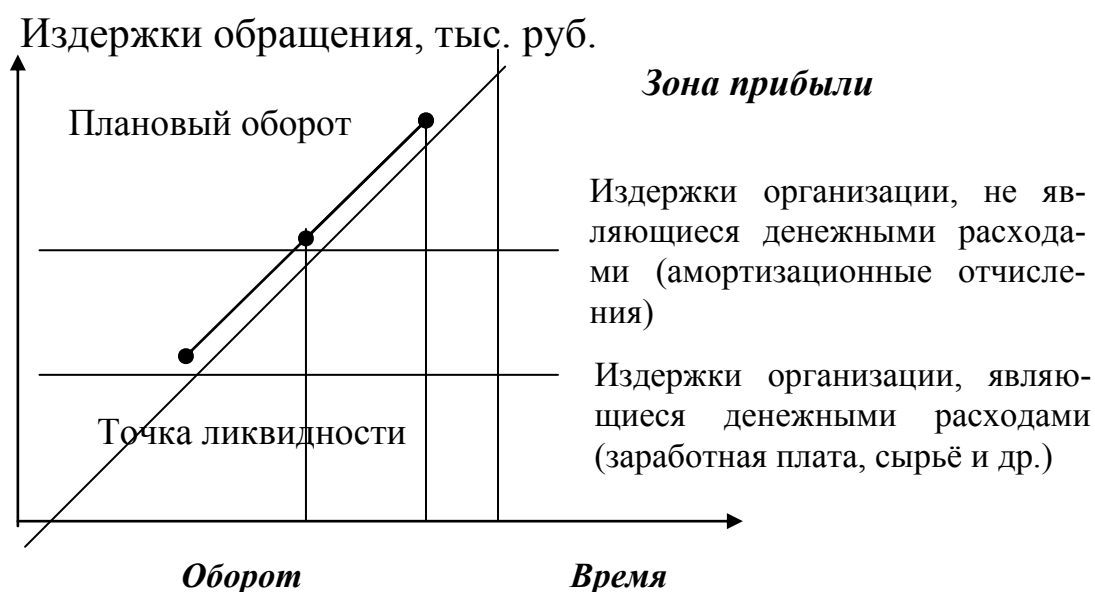


Рис. 2. Минимальный оборот, необходимый для сохранения ликвидности

Сопоставив фактическую структуру оптимальной, менеджер может оценить масштабы недоиспользования их, вскрыть имеющиеся внутренние резервы, которые могут быть направлены в основную доходную деятельность без риска снижения ликвидности. В долгосрочном плане ставится задача выбора и реализации стратегии поддержания ликвидности при сохранении нормальной прибыльности. Графически можно



Рис. 4. Направления управленческого и финансового анализа хозяйственной деятельности организаций

Таким образом, в скрытом, часто не явном виде ликвидность активов во взаимосвязи с их оборачиваемостью присутствует в подходах многих авторов. При этом они сосредотачивают внимание на изучении ликвидности собственно баланса без детальной проработки характера, количественных параметров выше указанной взаимосвязи.

Автор считает, что зависимость между этими категориями выражена следующим образом (рис. 5).

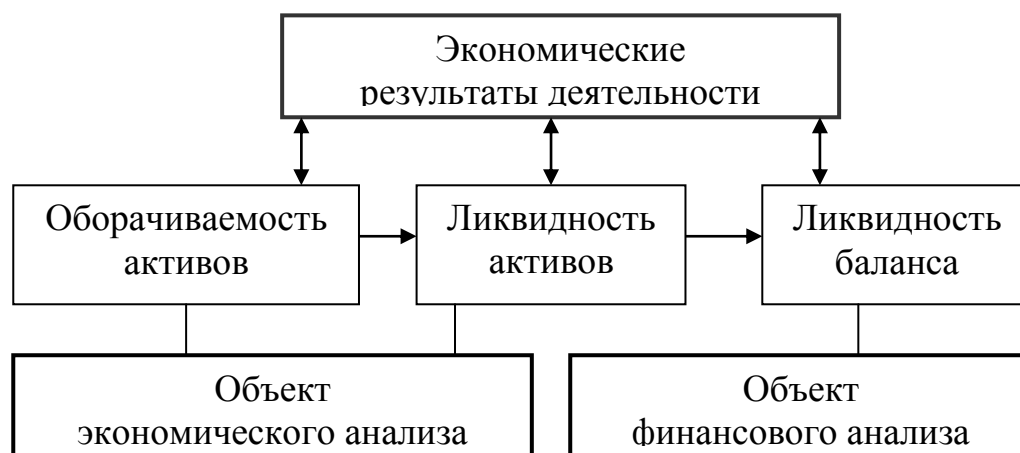


Рис. 5. Взаимосвязь ликвидности, оборачиваемости активов и экономических результатов деятельности субъекта хозяйствования

Учитывая вышеизложенное, можно сделать вывод, что обоснование современной социально-экономической концепции ликвидности необходимо как в аналитических, так и в управленческих целях. В потребительской кооперации, учитывая её самобытность и возрастающее социальное влияние, необходимо управлять не только ликвидностью в целом для сохранения и устойчивого развития кооперативной организации, но и отдельными видами ликвидных активов, в первую очередь теми из них, которые связаны с обслуживанием пайщиков.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Белолипецкий, В. Г.** Финансы фирмы : курс лекций / под ред. И. П. Мерзлякова. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 298 с.

2. **Коласс, Б.** Управление финансовой деятельностью предприятия : проблемы, концепции и методы : учеб. пособие / пер. с франц. под ред. проф. Я. В. Соколова. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 576 с.

3. **Портфель конкуренции и управления финансами : книга конкурента.** Книга финансового менеджера. Книга антикризисного управляющего / отв. ред. Рубин Ю. Б. – М. : СОМИНТЕК, 1996. – 734 с.

4. **Экономика предприятия** : учебник для вузов / пер. с нем. под ред. Ф.К. Беа, Э. Дитхла, М. Швайтцера. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 928 с.

УДК 347
ББК 67.99(2)3

И. Г. Заборовская

**ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАВА
ХОЗЯЙСТВЕННОГО ВЕДЕНИЯ КАК ОГРАНИЧЕННОГО ВЕЩНОГО
ПРАВА**

Статья посвящена ограниченному вещному праву – хозяйственному ведению, которое является одним из самых актуальных и обсуждаемых прав в российском гражданском праве.

Имущество государственному унитарному предприятию принадлежит на праве хозяйственного ведения (ст. 294 ГК РФ, ст. 11 ФЗ РФ “О государственных и муниципальных унитарных предприятиях”), поэтому для определения правового режима его имущества необходимо выявить юридическую природу права хозяйственного ведения как субъективного гражданского права, а также следует определить его место в системе вещных прав, установленных Гражданским кодексом РФ, указать специфические признаки, позволяющие отграничить право хозяйственного ведения от иных вещных прав.

В юридической литературе субъективные гражданские права (соответственно-гражданские правоотношения) классифицируются по разным основаниям.

Субъективные гражданские права принято подразделять на имущественные и неимущественные. Имущественные права включают в себя вещные права (право собственности и права на чужие вещи, в т.ч. право хозяйственного ведения) и права, связанные с передачей материальных благ (например, обязательственные права). Неимущественные права возникают в связи с нематериальными благами, принадлежащими

гражданину от рождения или в силу закона (например, право на имя, честь и достоинство, право авторства).

По числу обязанных лиц, противостоящих управомоченному лицу, субъективные гражданские права принято делить на абсолютные и относительные. В абсолютных субъективных правах управомоченному лицу противостоит в качестве обязанных неопределенное число лиц, тогда как в относительных субъективных правах - строго определенные лица. К числу абсолютных прав принято относить имущественные права, а также личные неимущественные права. Наиболее типичным примером относительных субъективных прав являются обязательственные права.

Относительно природы абсолютных прав Д. М. Генкиным¹ было высказано утверждение, что "...субъективное абсолютное право осуществляется самим носителем права самостоятельно, вне правоотношений с другими лицами, не является элементом этих правоотношений".

По мнению ученого, обладатель абсолютного права не связан правоотношениями с конкретными обязанными лицами, поскольку его правомочия и обязанность третьих лиц определены непосредственно законом². Однако, как правильно заметил О. С. Иоффе, недостаток позиции Д. М. Генкина по данному вопросу состоит в том, что он смешивает численность обязанных субъектов с их конкретностью, ибо в правоотношениях собственности обязанными субъектами являются все третьи лица³.

¹ Генкин, Д. М. Право собственности в СССР. – М., 1961. – С. 43.

² Там же. С. 42; Генкин, Д. М. Право собственности как абсолютное субъективное право // Советское государство и право. 1958, – № 6. – С. 93-99.

³ Иоффе, О. С. Советское гражданское право. – М., 1967. – С. 367-366; Аналогичное мнение было высказано Флейшиц Е. А. "Абсолютная" природа права собственности // Проблемы гражданского и административного права. – Л., 1962. – С. 226-233.

⁴ Тархов, В. А. Гражданское право : общая часть. – Уфа, 1998. – С. 138; Ранее аналогичную позицию занимал Н. Г. Александров. За-

По мнению ряда авторов, представленная Д. М. Генкиным конструкция отношения собственности нуждается в уточнении круга обязанных лиц. В частности, В. А. Тархов предложил считать пассивными участниками правоотношения собственности не всех лиц, а лишь тех, "...которые имеют фактическую возможность нарушения прав собственника и обязаны воздерживаться от этих нарушений"⁴. Существенный недостаток данной точки зрения заключается в неопределенности момента возникновения и прекращения правоотношения между собственником и иными лицами.

Специфика абсолютных субъектных прав выражается также в том, что при их осуществлении на первое место выступают действия самого управомоченного лица.

При этом на всех остальных лиц возлагается пассивная обязанность воздерживаться от каких - либо действий, нарушающих его право. Относительные права, наоборот, реализуются преимущественно действиями обязанного лица.

Абсолютные субъективные гражданские права могут быть нарушены со стороны любого лица. Напротив, относительные права могут быть нарушены со стороны определенных лиц, участвующих в данном правоотношении в качестве обязанных.

Раскрывая содержание права хозяйственного ведения, закон устанавливает лишь границы его осуществления, в связи с чем на первое место выступают действия самого носителя права хозяйственного ведения (ст. 294 ГК РФ). Особый характер защиты также присущ праву хозяйственного ведения, ибо оно защищается против нарушений со стороны всех третьих лиц, в том числе собственника имущества (ст. 305 ГК РФ).

Конструкция права хозяйственного ведения строится таким образом, что его носителю противостоит в качестве обязанных неопределенное число лиц. Вместе с тем, субъект права хозяйственного ведения находится в относительном право-

конность и правоотношения в советском обществе. – М., 1955. – С. 114.

отношении с собственником имущества, который обладает рядом правомочий в отношении государственного унитарного предприятия (п. 1 ст. 295 ГК РФ). О существовании таких отношений можно было сделать вывод из анализа абз. 2 п. 2 ст. 5 Закона РСФСР "О собственности в РСФСР"⁵, согласно которому осуществление права полного хозяйственного ведения ограничивалось законодательными актами или договором предприятия с собственником имущества.

В ряде случаев данная формулировка Закона РСФСР "О собственности в РСФСР" позволяла рассматривать право полного хозяйственного ведения в качестве относительного (обязательственного) права, что в практической деятельности приводило к абсурдным ситуациям.

Существование относительного правоотношения между субъектом права хозяйственного ведения и собственником имущества позволило некоторым ученым сделать вывод о том, что отношения, связанные с осуществлением права хозяйственного ведения, относятся к числу абсолютно-относительных вещных правоотношений⁶ или вещных относительных отношений⁷.

Таким образом, анализ природы права хозяйственного ведения позволяет выделить элементы, присущие как абсолютным, так и относительным правоотношениям. Однако, в целом, по ряду характерных признаков право хозяйственного ведения относится к числу абсолютных прав.

Среди абсолютных прав выделяют группу прав на вещи (вещные права). Большинство цивилистов характеризует вещное право как право, которым управомоченному лицу в целях удовлетворения его интереса предоставляется возможность

⁵ Ведомости Съезда народных депутатов РСФСР и Верховного Совета РСФСР, 1990. – № 30. – С. 416.

⁶ Мартемьянов, В. С. Хозяйственное право. – М., 1994. т. 1. – С. 41; Круглова, Н. Ю. Хозяйственное право. М., 1997. – С. 85.

⁷ Грозов, М. В. Обязательственное право // Правоведение. 1992. – № 1. – С.122.

непосредственного воздействия на вещь без какого-либо посредничества иных лиц.

По замечанию Ю. С. Гамбарова: "...качество права иметь вещь своим непосредственным предметом, и воздействовать на нее всеми дозволенными средствами составляет основной признак вещного права...". Напротив, в обязательственных правах интерес управомоченного лица удовлетворяется преимущественно за счет определенных действий обязанного лица по представлению ему соответствующих материальных благ⁸.

Относительно трактовки данного признака вещных прав в цивилистической науке существуют два направления. Сторонники одного из них характеризуют вещные права, в частности право собственности, как отношение человека к вещи, выражающееся в его полном господстве над вещью. Другая группа ученых справедливо указывала, что вещные правоотношения есть отношения между людьми по поводу вещей, на основании которых управомоченное лицо осуществляет в отношении вещи определенные законом правомочия, а третьи лица воздерживаются от действий, нарушающих его право⁹.

Гражданский кодекс РФ не содержит определения самого понятия вещного права, а также полного (закрытого) перечня вещных прав. В ст. 216 ГК РФ, посвященной определению вещных прав, выделены следующие два признака: "право следования", означающее сохранение вещных прав на имущество при переходе права собственности на данное имущество (п. 3 ст. 216 ГК РФ), и особый характер защиты вещных прав от их нарушений любым лицом (п. 4 ст. 216 ГК РФ).

⁸ Гамбаров, Ю.С. Курс гражданского права. – Спб., 1911. т. 1. – С. 428; Гражданское право / под ред. Ю. К. Толстого, А. П. Сергеева. – Спб., 1996. ч. 1.– С. 80-81.

⁹ Васильковский, Е. В. Вещное право : учебник гражданского права. – Спб., 1896. – С. 60-61; Гуляев, А. М. Русское гражданское право. Спб., 1913. – С. 155; Пухта, Г. Ф. Курс гражданского права. – М., 1874. т. 1.– С. 386; Меиер, Д. И. Русское гражданское право. – Спб., 1894. – С. 235; Чиларж, К. Учебник Конституций римского права. – М., 1901. – С. 94; Иванов, А.А. Вещное право // Правоведение. 1992. – № 1. – С. 116.

В цивилистической науке для отграничения вещных прав от обязательственных принято выделять следующие признаки:

а) вещные права носят абсолютный характер;

б) перечень вещных прав и их содержание определены законом;

в) вещные права имеют преимущество в случае возникновения коллизии по сравнению с обязательственными правами¹⁰.

В юридической литературе было высказано мнение о том, что деление субъективных гражданских прав на вещные и обязательственные носит весьма условный характер¹¹. Наряду с данной точкой зрения, рядом ученых была выделена смешанная группа правоотношений, обладающая вещными и обязательственными признаками¹².

¹⁰ См: Победоносцев, К. Курс гражданского права . – Спб., 1883. – С 113-118; Шершеневич, Г.Ф. Учебник русского гражданского права, (по изданию 1907 г.).– М., 1995. – С. 140-142; Щенникова, Л. В. Вещные права в гражданском праве России. – М., 1996. – С. 16; Ефимова, Л. Г. О соотношении вещных и обязательственных прав // Государство и право., 1998. – № 10. – С. 35-44.

¹¹ Покровский, И. А. Основные проблемы гражданского права. – Петроград, 1917. – С. 228-235; Раихер, В. К. Абсолютные и относительные права // Известия экономического факультета Ленинградского политехнического института. – Л., 1928. Вып. 1. – С. 273- 306; Иоффе, О. С. Указ. соч. – С. 94; Гражданское право / под ред. Ю. К. Толстого, А. П. Сергеева. ч. 1. – С. 286-287.

¹² Кавелин, К. Права и обязанности по имуществам и обязательствам в применении к русскому законодательству. Опыт систематического обозрения. – СПб., 1879. – С. 64-67; Брагинский, М. И., Витрянский, В. В. Договорное право : общие положения. – М., 1997. – С. 223-224; Брагинский, М. И. К вопросу о соотношении вещных и обязательственных правоотношений // Гражданский кодекс России. Проблемы. Теория. Практика. – М., 1998. – С. 115-116; Ефимова, Л. Г. Указ. соч. – С. 37-44.

¹³ Гражданское право / под ред. Ю. К. Толстого, А. П. Сергеева. ч. 1. – С. 295-296.

¹⁴ Крашенинников, Е.А. К вопросу о структуре субъективного права // Актуальные философские проблемы современной науки и техники. – Ярославль, 1986. – С. 27-30.

Право хозяйственного ведения обладает рядом признаков, присущих вещным правам: абсолютный характер данного права, содержание указанного права определено законом (ст. 294 ГК РФ), объектом рассматриваемого права является индивидуально определенное имущество, указанному праву присуще право следования (ст. 300 ГК РФ). Это позволяет сделать вывод о том, что право хозяйственного ведения относится к числу вещных прав.

Закрепленные в ГК РФ вещные права составляют две группы: право собственности (ст. 209 ГК РФ) и вещные права лиц, не являющихся собственниками (ст. 216 ГК РФ). В юридической науке последнюю группу вещных прав нередко именуют ограниченными вещными правами или правами на чужие вещи.

В отечественной науке содержание субъективного права собственности традиционно раскрывается через юридически обеспеченные возможности по владению, пользованию и распоряжению вещью, именуемые правомочиями¹³. Особую позицию в данном вопросе занимает Е. А. Крашенинников, который обосновал вывод о двухэлементной структуре субъективного гражданского права¹⁴.

С этой точки зрения субъективное право собственности предоставляет его обладателю два правомочия: 1) правомочие на совершение определенных действий самим управомоченным, слагающееся из юридических возможностей по владению, пользованию и распоряжению вещью; 2) правомочие требования, которое обязывает третьих лиц воздерживаться от совершения действий, которые бы мешали собственнику владеть, пользоваться и распоряжаться принадлежащей ему вещью. Основываясь на данном определении, каждую из юри-

¹³ Крашенинников, Е. А. Там же. – С. 3-7

¹⁴ Крашенинников, Е. А. Структура субъективного права // Построение правового государства: вопросы теории и практики. – Ярославль, 1990.

дических возможностей, входящих в состав первого правомочия, следует именовать субправомочием¹⁵.

В ряде случаев собственник может быть ограничен в осуществлении своего права путем частичного лишения возможности осуществлять одно или несколько субправомочий (например, при передаче вещи хранителю, комиссионеру) либо возможности осуществлять сразу все три субправомочия в полном объеме (например, при передаче имущества на праве хозяйственного ведения, оперативного управления). В указанных случаях у управомоченного лица в отношении переданного собственником имущества возникают субправомочия, аналогичные субправомочиям собственника. По вопросу о субправомочиях собственника в отношении переданного имущества высказано два мнения.

С точки зрения одних авторов, право собственности включает в себе совокупность юридических возможностей по владению, пользованию и распоряжению имуществом. При передаче имущества собственник одновременно передает другим лицам указанные юридические возможности (субправомочия) в отношении этого имущества. При этом у собственника остается так называемое право консолидации, т.е. возможность восстановления временно выделенных из права собственности субправомочий при отпадении соответствующих ограничений¹⁶. Некоторые авторы именовали указанную возможность свойством упругости (эластичности) права собственности¹⁷.

Однако более обоснованной представляется иная точка зрения, согласно которой при передаче имущества другому лицу собственник не лишается субправомочий владения, пользования и распоряжения имуществом, а лишь временно ограничивается в возможности их реализации. При прекраще-

¹⁶ Крашенников, Е. А. Структура субъективного права // Построение правового государства: вопросы теории и практики. – Ярославль, 1990. – С. 3-7; Власова, А. В. Структура субъективного гражданского права. – Ярославль, 1998. – С. 64.

¹⁷ Суханов, Е. А. Лекции о праве собственности. – М., 1991. – С. 53.

нии прав иных лиц на имущество соответственно отпадают ограничения собственника в осуществлении его субправомочий в полном объеме¹⁸.

При передаче собственником имущества унитарному предприятию на праве хозяйственного ведения, у последнего возникают субправомочия владения, пользования и распоряжения в отношении указанного имущества (ст. 294 ГК РФ). При этом собственник имущества временно ограничивается в возможности реализации своих субправомочий и осуществляет их в ограниченном объеме, установленном законом (ст. 295 ГК РФ).

Как было указано выше, субправомочия владения, пользования и распоряжения могут в предусмотренных законом случаях находиться и у иных¹⁹ лиц, в том числе обладателей вещных прав (например, права хозяйственного ведения, права оперативного управления). Однако даже в этом случае существует коренное отличие субправомочий собственника от аналогичных субправомочий других лиц, не являющихся собственниками. Вещные права не собственников имеют ограниченный характер, в силу чего они осуществляются не только в рамках закона, но также в соответствии с требованиями собственника, основанными на законе или договоре²⁰. В юридической литературе указанный признак права собственности был охарактеризован понятием "своей властью"²¹ либо аналогич-

¹⁸ Генкин, Д. М. Право собственности в СССР. – С. 48-50;

Толстой, Ю. К. Понятие права собственности // Проблемы гражданского и административного права. – Л., 1962. – С. 186.

¹⁹ Генкин, Д. М. Там же. – С. 48-50; Толстой, Ю. К. Там же. – С. 187.

²⁰ Венедиктов, А. В. Государственная социалистическая собственность. – Л., 1948. – С. 32-39; Иоффе, О. С. Указ. соч. – С. 360-361; Д. М. Генкин для обозначения данного признака права собственности указывал на независимость правомочий собственника от прав других лиц на эту вещь (См. : Генкин Д. М. Право собственности в СССР. – С. 56-57).

²¹ Толстой, Ю.К. Содержание и гражданско-правовая защита права собственности в СССР. – Л., 1955. – С. 59.

ным по содержанию – "по своему усмотрению"²². Кроме того, собственник владеет, пользуется и распоряжается вещью только в своих интересах, тогда как иные лица осуществляют аналогичные субправомочия не только в своих интересах, но и в интересах собственника²³. В итоге, от аналогичных субправомочий, входящих в содержание иных вещных прав, право собственности отличается тем, что предоставляет управомоченному лицу возможность владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом по своему усмотрению и в своем интересе. Таким образом, по своей структуре вещные права включают два правомочия. Первое правомочие, на совершение определенных действий самим управомоченным лицом, состоит из части (или всех) юридических возможностей по владению, пользованию и распоряжению имуществом (субправомочий). Второе правомочие заключается в возможности требования от всех лиц воздержания от совершения действий, которые мешали бы обладателю вещного права осуществлять свои субправомочия.

Право собственности отличается от иных вещных прав по своему юридическому содержанию, включающему в себя в любом случае юридические возможности по владению, пользованию и распоряжению имуществом, а также по характеру указанных юридических возможностей, которые осуществляются собственником по своему усмотрению и в своих интересах.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Российская Федерация. Конституция (1993). Конституция Российской Федерации // Российская газета. – 1993. – 25 декабря.

²² Там же. Понятие права собственности. – С. 192; Гражданское право / под ред. Ю. К. Толстого, А. П. Сергеева. ч. 1. – С. 298-299.

²³ Венедиктов, А. В. Указ. соч. – С. 32-39; Иоффе, О. С. Указ. соч. – С. 360; Гражданское право / под ред. Ю.К. Толстого, А. П. Сергеева. ч. 1. – С.299.

2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 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. Часть 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. 2009 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>.

УДК 338.26.002
ББК 65.053

© Зверев А. Ф., 2012
© Алексеенцева О. К., 2012

А. Ф. Зверев
О. К. Алексеенцев

**СУЩНОСТЬ И ПОНЯТИЕ СОПУТСТВУЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ**

В статье рассмотрена основная сущность сопутствующей деятельности в сельской местности России и за рубежом.

В результате кризиса в России произошло существенное падение уровня материального благосостояния значительной части населения, что обусловило интенсивное экономическое расслоение общества.

В настоящее время на рынке труда в сельской местности России избыток рабочей силы сосуществует с дефицитом квалифицированных работников. Одновременно растет относительная сельская бедность. Работоспособное и энергичное сельское население мигрирует в города, что приводит к обезлюдению многих сельских территорий, утрате традиционного образа жизни, культуры и традиций. Все эти проблемы - следствие неразвитости сельской экономики, в первую очередь отсутствия перспектив сопутствующей деятельности сельского населения.

Как показывает мировой опыт, сельскохозяйственная занятость будет сокращаться и далее, и только расширение не сельскохозяйственного сектора в сельской местности позволит снизить безработицу, диверсифицировать источники дохода сельских жителей, способствуя росту их благосостояния и сохранению сельских населенных пунктов. В свою очередь, это

послужит стимулом для притока квалифицированных кадров, и в частности в аграрное производство, что повысит его эффективность.

Для раскрытия сущности сопутствующей деятельности в сельской местности проведем анализ понятий в зарубежной и отечественной литературе.

В неаграрной деятельности, в мире увеличиваются доходы сельских домохозяйств [Start, 2000; Davis, 1993]. Несельскохозяйственные источники занимают около 40-50 % в странах Центральной и Восточной Европы. В странах ОЭСР (Организации экономического сотрудничества и развития) несельскохозяйственные доходы фермера значительно выше сельскохозяйственных доходов.

Источниками нефермерских доходов могут служить доходные бумаги и других не сельские источники. Вместе с тем исследования показывают, основная доля несельскохозяйственного дохода происходит как раз из местных сельских источников.

По данным Lanjouw and Feder несельскохозяйственный сектор включает в себя все другие виды деятельности в сельской местности, кроме занятия в сельском хозяйстве, рыболовства и охоты.

Несельскохозяйственная занятость в мировой литературе определяется как занятость вне собственной фермы. Различия в подходе к определению в литературе – это включение или не включение в это определение занятости в сельском хозяйстве вне собственной фермы, а также отнесение или не отнесение к сельскому хозяйству таких видов экономической деятельности как рыболовство и охота.

В зарубежных источниках литературы несельскохозяйственная и альтернативная занятость рассматриваются как синонимы. Однако Звягинцев Д. В. выделяет отличие этих понятий, определяя альтернативную занятость как занятость сельского населения в трудоспособном возрасте несельскохозяй-

ственными видами экономической деятельности за исключением социальных услуг и государственного и муниципального управления. Такая занятость может быть постоянной и временной, основной и дополнительной, формальной и неформальной.

Понятие агротуризм является новым видом сельских подсобных производств, возникший в процессе их реформирования.

По данным Ассоциации Мирового экономического развития: «агротуризм – это сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта».

Агротуризм предполагает экономические отношения трех субъектов: туристической фирмы, хозяйствующего субъекта, предоставляющего агротуристические услуги, и самого туриста. Спецификой агротуризма, выделяющего его среди других сельских подсобных производств, является то, что это прежде услуга, требующая наличия сельскохозяйственных животных, птиц и растений, а целью путешествия для туриста является отдых, знакомство с сельской жизнью, сельскохозяйственным производством.

Сельский туризм (в зарубежной литературе чаще используются понятия «агротуризм», «фермерский туризм», в российских источниках – «сельский», или «деревенский») – это одна из альтернативных форм туризма, являющаяся составной частью понятия «экологический туризм»

Сельский туризм подразумевает под собой отдых в сельской местности, при котором набор предоставляемых услуг может включать такие компоненты, как размещение туристов, питание, организация познавательных и развлекательных мероприятий, другие услуги, перечень которых зависит от возможностей фермеров и пожеланий клиентов.

В современном виде сельский туризм в Европе появился в начале 70-х годов XX столетия. В это время во многих крупных городах остро встала проблема ухудшения окружающей среды, у людей возникла потребность в общении с природой, в чистом воздухе, природной тишине, натуральных продуктах питания [3].

В научной литературе встречаются разные подходы и термины для определения понятия отдыха в сельской местности.

Так, Л. С. Колосова определяет агротуризм, агроэко-туризм как туризм в сельской местности, при котором туристы во время своего отдыха ведут сельский образ жизни на фермах и хуторах[4].

В работе М. Б. Биржакова деревенский туризм трактуется как отдых в сельской местности туристов-индивидуалов, организованный посредством туроператоров и туристических агентств [1].

Термин «зеленый туризм» различными авторами понимается по-разному. Ряд исследователей определяют его как понятие, близкое к сельскому туризму: отдых семей горожан за городом, в деревне, непосредственно в семьях местного населения в самом живописном месте [2].

Десятникова Н. Н. определяет сельский туризм – как ориентированный на ознакомление со спецификой (с особенностями) местного сельскохозяйственного природопользования, традиционным деревенским бытом и создающий экономические предпосылки для развития дружественных природе методов ведения сельского хозяйства [3].

Для развития сельского туризма необходим определенный набор условий. Основные факторы, способствующие развитию агротуризм:

➤ благоприятные природно-климатические условия и ресурсы; привлекательный агроландшафт.

➤ малые и средние хозяйства, способные, при сравнительно небольших инвестициях, принимать туристов; наличие необходимой инфраструктуры.

➤ благоприятная экологическая обстановка.

➤ традиции русского гостеприимства.

Н. Б. Биржаков рассматривает следующие основные мотивы для выбора такого вида отдыха, как агротуризм:

➤ отсутствие средств для отдыха на дорогом фешенебельном курорте;

➤ устоявшийся образ отдыха в сельской местности у определенной категории людей независимо от достатка средств, например, в силу семейных или иных традиций;

➤ необходимость оздоровления в данных климатических условиях, рекомендованных врачом;

➤ близость к естественной природе и возможность большее время проводить на свежем воздухе в лесу, на озере и др;

➤ возможность питаться экологически чистыми и дешевыми продуктами;

➤ реальная возможность приобщиться к сельскохозяйственным работам в свое удовольствие;

➤ насущная необходимость в спокойной размеренной обстановке жизни, чем отличается деревенская жизнь в цивилизованных странах;

➤ возможностью приобщения к другой культуре и обычаям, участия в местных праздниках и развлечениях, общения с людьми иной общественной формации.

Развитие сельского туризма способно содействовать решению широкого спектра проблем, характерных для сельской местности. Основные проблемы, существование которых обуславливает актуальность развития сельского туризма, представлены в последовательности.

Актуальность развития сельского туризма:

➤ низкий уровень социально-экономического развития в сельской местности; продолжающийся отток жителей из села.

➤ малые и средние хозяйства, не способные к модернизации или к объединению в крупные единицы, очень маленькие и несостоятельные хозяйства, не производящие никакой продукции на рынок и не имеющие возможности заняться другим видом деятельности.

➤ удаленность внутренних сельских территорий от центров обслуживания; низкий уровень развития организованного внутреннего туризма.

➤ спрос на недорогой отдых.

Развитие сельского туризма опирается на выявление и эффективное освоение местных ресурсов и способствует максимальному использованию существующей и развитию новой инфраструктуры. Сельский туризм, организованный на базе собственных ресурсов и создающий свою специфику, может стать одним из факторов оживления местной экономики и многофункционального сельских территорий.

Туризм – это одна из самых трудоемких отраслей. С появлением туриста на селе увеличится занятость населения, и сельчане могут получать доход от:

➤ предоставления в аренду площадок;
➤ предоставления услуг питания;
➤ аренды инвентаря (спортивного, рыболовного, охотничьего);

➤ продажи сельхозпродукции;
➤ продажи мясо-молочной продукции;
➤ реализации ремесленных и художественных изделий;
➤ предоставлении услуг: проката, прачечной, автостоянки, пекарни, коптильни, кофейни, кондитерской и т.д.;

➤ организации экскурсионных услуг, мест отдыха, спорт-площадок.

Предоставление дополнительных услуг ведет к естественному развитию всей инфраструктуры села, улучшению уровня благосостояния его жителей, что соответственно стимулирует развитие местной экономики и благоприятно сказыв-

вается на социальной обстановке. При этом сельчане учатся предприимчивости, изменяется их поведение и менталитет, они приобретают опыт общения с туристами [3].

Преимущества от развития туризма на местном уровне:

- новые рабочие места и предприятия;
- новые возможности для капиталовложений;
- дополнительные доходы и поступления;
- новые рынки для местных товаров;
- модернизация инфраструктуры, а также коммунальных объектов и служб, включая водоснабжение, переработку отходов, дорожную сеть, здравоохранение, безопасность и правопорядок;
- новые профессии и технологии;
- более глубокое осознание обществом проблем окружающей среды, культурного наследия и необходимости их защиты;
- новые подходы к земледелию.

Одним из главных условий успешного развития туризма является состояние окружающей среды. Туризм не может существовать без естественной основы - природной среды - и представляет особые требования к состоянию ландшафта. Природа - главный ресурс туризма. Сегодня секрет успеха большинства популярных туристических центров основывается на чистоте окружающей среды, эффективных мерах по её защите и самобытности местной культуры.

Лидером по сельскому туризму в Европе является Италия. В 1999 году доходы от данного вида туризма в этой стране превысили 350 млн.долларов США при существующих 10 тыс. хозяйствах, представляющих такие услуги (ВТО, 2009). Первоначально итальянское правительство предполагало, что размещение туристов станет непрофильной деятельностью фермеров, позволяющей несколько укрепить их финансово-экономическое положение без необходимости больших инвестиций. Однако сегодня спрос на данный туристический про-

дукт изменил саму концепцию сельского туризма, который превращается для многих сельских жителей не в побочный, а основной вид деятельности [5].

Раздел rural tourism (агротуризм) можно встретить в крупных туристических каталогах европейских туроператоров в различных регионах и странах. В каталогах турфирм Дании туристам предлагается организованный отдых на датских фермах. Специализированное агентство готово подобрать предложение на такой отдых в сельской местности [1].

Рост популярности фермерского туризма может быть проиллюстрирован на примерах Австрии и Великобритании.

В Австрии фермы обеспечивают 109000 мест для проживания и примерно 1/6 запаса всех туристических мест; 7,5 % всех фермеров предлагают места для туристов, но данная пропорция гораздо выше в горных районах.

На Западе Великобритании 23 % ферм вовлечено в фермерское туристическое предпринимательство.

Еще в 1971 году во Франции была создана ассоциация «Туризм в сельской местности», координирующая организацию сельского туризма в национальном масштабе. В 1986 году 8 млн. французов предпочли отдых в сельской местности, а в 1987 году таким способом отдохнули уже 9,2 млн. французов плюс 5,2 млн. иностранцев. Сельским туризмом охвачены практически все провинции Франции (сельская местность занимает 80 % площади страны), хотя в общем доходе от туризма его доля составляет менее 10 %.

Анализ литературных источников и мировой практики показывает, что сопутствующая деятельность в сельской местности включает в себя определенный перечень (рисунок 1).

Таким образом, исследовав ряд понятия несельскохозяйственной и альтернативной занятости можно сформулировать понятие сопутствующей деятельности – как деятельности, не исключаящую аграрную занятость, вместе с тем, основная

часть дохода которой приходится на цели не связанные с сельским хозяйством.



Рисунок 1 – Виды сопутствующей деятельности в сельской местности

Любая человеческая деятельность имеет определенный смысл и значение для общества и оценивается им. Результаты ее либо признаются обществом, либо отвергаются. Это зависит от того, с удовлетворением каких потребностей связана деятельность, в каком объеме выполняется и какова ее ценность для общества в целом и для конкретного человека в частности. Данные взаимоотношения выражаются в понятиях «эффект» и «эффективность».

Доктор экономических наук Рогатнев Ю. М. [6] эффективность определяет как соотношение величины эффекта с затратами человека на его получение, представленное в одних единицах измерения. Также он выделяет три вида эффективности: экономическую, экологическую и социальную. Эколо-

гическая эффективность – это соотношение экологического эффекта и затрат на его получение, экономическая – экономического эффекта и затрат производства, социальная – соотношение социального эффекта и затрат человеческого труда.

Социальный эффект [6] – это положительный результат, способствующий всестороннему развитию общества.

В понятие «социальный эффект» входят такие составляющие, как прирост заработной платы, снижение заболеваемости, снижение затрат рабочего времени, обеспеченность предметами потребления, улучшение экологической ситуации.

Качество уровня жизни может выражаться в затратах свободного и рабочего времени на получение необходимого количества благ. Это связано с тем, что прирост зарплаты может быть представлен как увеличение условного рабочего времени при неизменной величине реального. Экологическая ситуация проявляется в уровне заболеваемости и потерях рабочего времени $\Delta T_{раб}$ и свободного $\Delta T_{св}$ времени на оздоровление. Поэтому можно согласиться, что «всякая экономия - в конечном счете экономия труда», т.е. времени.

Прирост времени активной жизнедеятельности $\Delta T_{ж}$ определяется по формуле:

$$\Delta T_{ж} = \Delta T_{св} + \Delta T_{раб}, \quad (1.1)$$

Формула выражает абсолютный социальный эффект. Важное значение имеет установление цены возрастания социальных условий. Здесь проявляется принцип социальной окупаемости. Социальный результат состоит в увеличении времени активной жизнедеятельности $\Delta T_{ж}$, но на его получение затрачивается время, необходимое для осуществления живого и овеществленного труда ΔT_3 общества. По аналогии с экономической эффективностью социальная эффективность отражается сроком окупаемости затрат на реализацию мероприятий T_c :

$$T_c = \frac{\Delta T_3}{\Delta T_{ж}}, \quad (1.2)$$

Срок окупаемости затрат позволяет определить нижний допустимый предел прироста времени активной жизнедеятельности $T_{жс}$. Срок обновления социальных потребностей (нормативный) $\Delta T_{жсн}$ - не более 10 лет, нормативная величина $T_c = 10$, значит, $\Delta T_{жс} = 0,1T_c$. Эффективность социальная \mathcal{E}_c обратно пропорциональна сроку окупаемости затрат на реализацию мероприятий T_c .

Рассмотрение сущности экологической, экономической и социальной эффективности показывает степень удовлетворения разных потребностей человека в чистом виде. Однако мероприятия по организации использования земли (вследствие ее многогранного влияния на человека), как правило, удовлетворяют одновременно и экологические, и социальные, и экономические потребности. Поэтому возникает вопрос об установлении эффективности в таких аспектах: эколого-социальная, эколого-экономическая, социально-экономическая эффективность.

Взаимодействие человека с природным комплексом может иметь два направления. Первое связано непосредственно с непосредственными контактами (рекреационное использование) и опосредованно - с производством. Непосредственное взаимодействие человека и природы отражается в социально-экологической эффективности. Затраты вещества природы определяют степень удовлетворения потребностей человека. Чем больше величина условного рабочего времени, тем выше благосостояние человека. Но чем больше вещества потребляется, тем больше времени необходимо для этого процесса, потому что вещество природы редко концентрируется в одном месте, а так как оно связано с живой природой, то распределено по поверхности земли.

Конкретное выражение эффекта и затрат будет зависеть от главной цели организации использования земли. Если главной экологической проблемой будет расход и затраты на возобновление вещества и энергии, то экономической - денеж-

ная оценка эффекта и затрат производства, а социальной - выражение эффекта и затрат через время жизнедеятельности.

Доходы по своей природе – это результаты, а издержки и ресурсы – это затраты. В данной связи Козырев В.М. считает, что, в основе отношения доходов от туризма к издержкам или ресурсам туристских организаций лежит общий принцип экономической эффективности, который выражается формулой:

$$\mathcal{E} = \frac{\max P}{\min Z}, \quad \text{или} \quad \mathcal{E} = \frac{\max P}{\min \text{ресурсы}}, \quad (1.3)$$

т.е. эффективность туристкой деятельности \mathcal{E} на микроэкономическом уровне – это максимизация результата P при минимизации затрат Z . Из этого также следует, что основу процесса образования туристской ренты образует повышенная эффективность хозяйствования в сфере туризма.

По данным Хромова Ю. Б. [7] для определения общей экономической эффективности проведения мероприятий по организации зон массового отдыха и туризма рекомендуется использовать следующую формулу:

$$\mathcal{E} = \mathcal{E}_1 - \mathcal{E}_2, \quad (1.4)$$

где: \mathcal{E}_1 – экономическая эффективность организации зоны отдыха с проведением комплекса мероприятий по благоустройству;

\mathcal{E}_2 – то же, без проведения широкого круга мероприятий по благоустройству.

$$\mathcal{E}_{1,2} = \frac{K_{1,2}}{D_{1,2} - C_{1,2}}, \quad (1.5)$$

где: $K_{1,2}$ – капитальные затраты на организацию зоны массового отдыха;

$D_{1,2}$ – общие доходы за год; $C_{1,2}$ – общие расходы на содержание зоны за год.

Капитальные затраты на организацию зоны массового отдыха и туризма могут включать затраты на благоустройство территории, инженерное оборудование, строительство летних и зимних зданий и сооружений и т. д.

Доходы включают денежные поступления от реализации путевок, от предоставления дополнительных услуг отдыхающим (транспортное обслуживание, предприятия питания и т. д.). В общие расходы входят затраты на питание и проживание отдыхающих, на обслуживающий персонал и т. п.

Также для определения общей экономической эффективности Хромов Ю. Б. считает необходимым учитывать социальный эффект от развития индустрии отдыха и туризма и эколого-экономический эффект.

Создание условий для диверсификации хозяйственной деятельности сельских семей, создание единой системы «рациональная рекреационная деятельность - сохранение уникальной природы - поддержка самобытности сельского населения» должно стать стратегической целью аграрной политики. Формирование такой системы станет важнейшим фактором устойчивого развития сельской местности и эффективным средством для решения социально-экономических проблем российского села.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Биржаков, М. Б.** Введение в туризм / М. Б. Биржаков. – СПб. : Герда, 1999. – С. 145.
2. **Боронтова, Е.** «Зеленый туризм» получает развитие в Горном Алтае / Е.Боронтова // Туристский вестник. – 1998. – №7 (47). – С. 6.

3. **Десятникова, Н. Н.** Организация сельского туризма : практическое пособие / Н. Н. Десятникова, В. С. Корнеевец, Е. Г. Кропинова. – Калининград : КГУ, 2003. – 116 с.

4. **Орлова, М.** Уставшим от цивилизации – экологический туризм / М. Орлова // Сибирская туристическая газета. – 1998. – № 6 (35).

5. **Платонова, Ю. В.** Сельское гостеприимство – дополнительный доход в сельской местности [Электронный ресурс] / Ю. В. Платонова. – . – Режим доступа: <http://www.agroportal.ru/agrotour/guest.htm>.

6. **Рогатнев, Ю. М.** Теоретические и методологические основы землеустройства в условиях формирования рыночных отношений в Западной Сибири : учеб. пособие / Ю. М. Рогатнев. – 3-е изд. – Омск : ОмГАУ, 2003. – 208 с.

7. **Хромов, Ю. Б.** Организация зон отдыха и туризма на побережье Байкала / Ю. Б. Хромов, В. А. Ключин. – М. : Стройиздат, 1976. – 135 с.

УДК 343.156
ББК 67.410

© Зверев А. Ф., 2012
© Гриценко О. Н., 2012

**А. Ф. Зверев
О. Н. Гриценко**

**ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПО ЗОНАМ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ**

В статье рассмотрена оценка экономической эффективности использования основных фондов на сельскохозяйственных предприятиях региона по следующим результативным удельным показателям: объем валовой продукции, выручка от ее реализации, прибыль – в расчете на 1 га используемых сельхозугодий; получено валовой продукции, выручки от реализации продукции, прибыли – в расчете на одного среднегодового работника.

Агропромышленный комплекс России является одним из основных (базовых) комплексов в экономике страны. В настоящее время в АПК занято около 35 % всех работающих в сфере материального производства, сосредоточено более четверти всех производственных фондов и создается почти 15 % ВВП. Из сельскохозяйственного сырья производится более половины всего набора производимых в стране предметов потребления. Около 30 % отраслей народнохозяйственного комплекса напрямую включено в воспроизводственные связи с аграрным сектором, включая такие, как - электроэнергетика, железнодорожный и автомобильный транспорт, дорожное строительство, лесная промышленность, машиностроение и металлургия, химическая, угольная промышленность, строительство и производство строительных материалов, предприятия связи и научно-инновационного комплекса, текстильное производство, комплекс предприятий пищевой

промышленности, сфера туризма и отдыха и т.д. При этом нужно отметить, что АПК по своей структуре, является "базовой" отраслью, формирующей внутренний спрос для большинства основных отраслей экономики.

Сельскохозяйственная отрасль Иркутской области, особенно, если рассматривать АПК в целом, имеет крайне низкий уровень развития. А отсутствие современных инновационных технологий не позволяет рассматривать ее в качестве конкурентного экспортера по большинству экономических параметров. Среднегодовая численность занятых в сельскохозяйственном производстве региона в настоящее время составляет 2.1 % (табл. 1), от всей численности работников занятых в сфере экономики.

Таблица 1

Среднегодовая численность работников занятых в экономике Иркутской области по видам экономической деятельности

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	В процентах к итогу						
Всего по области	100	100	100	100	100	100	100
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	8.5	8.2	6.5	5.7	5.0	4.9	4.8
в т.ч. сельское хозяйство	3.9	3.8	2.9	2.6	2.4	2.2	2.1

Однако, ее текущий вклад в ВРП Иркутской области составляет около 7.7 % (табл. 2). При этом природные возможности нашего региона позволяют многократно превзойти существующие объемы производства данной отрасли.

Таблица 2

Производство валового регионального продукта по видам
экономической деятельности

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	В процентах к итогу						
Всего по Иркутской области	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:							
сельское хозяйство	8.7	8.7	8.0	6.6	7.5	7.7	7.7

Агропромышленный комплекс региона, обладает рядом, свойственных только ему, социально-экономических преимуществ:

1. Одной из ключевых особенностей АПК, является его способность к тотальному вовлечению ресурсов для большинства базовых отраслей, поэтому его развитие значительно усилит общеотраслевой рост, причем происходить это будет, посредством рыночных механизмов и посредством постоянной государственной поддержки. Данное обстоятельство является крайне важным для экономики области, т.к. уникальной особенностью нашего региона, является наличие практически всех базовых отраслей народного хозяйства. Следовательно, развитие АПК создаст мультипликативный эффект по отношению к другим отраслям, за счет возникновения новых финансовых потоков в форме размещения заказов на производство ресурсов, включая сферу услуг и социальную сферу. Таким образом, можно отметить, что инновационное развитие АПК является базовым фактором тотального развития экономического потенциала нашего региона.

2. Следующая полезная особенность АПК проявляется в реализации геополитических интересов региона. Аграрная сфера обладает эффектом точечного закрепления и воспроизводства населения в регионе, при относительно небольшой последующей инвестиционной нагрузке, по отношению к другим отраслям, обладающим тем же эффектом. Сельскохозяйственное производство, в качестве доминирующей отрасли в

сельскохозяйственных районах области, является основой для поддержки жизнеобеспечения сельских населенных пунктов, предоставляя рабочие места, доступность сельскохозяйственных ресурсов для личных подсобных хозяйств и соответственно, поддерживает как занятость, так и самозанятость населения на обширных территориях.

3. Важнейшей доминантой в регионе, является обеспечение продовольственной безопасности. Данная проблема имеет наивысшую степень актуальности не только для Иркутской области, но и Российской Федерации в целом.

4. Увеличение объемов производства сельскохозяйственной продукции создаст устойчивые тенденции к снижению стоимости конечного продукта, за счет увеличения конкуренции и снижения себестоимости. Это позволит увеличить объемы потребления продукции сельского хозяйства, в натуральном выражении, на одного человека. Рост потребления создаст дополнительные финансовые потоки не только в АПК, но и в других отраслях, а, учитывая, большую емкость рынка сельскохозяйственных товаров эти потоки будут иметь значительные величины. Развитие активности и высокий рост производства на региональном рынке увеличит финансовые потоки, за счет повышения инвестиционной активности, а это еще более увеличит рост производства. Наполнение экономики области инновационными финансами и продуктами конечного потребления приведет к усилению конкуренции производителей, что дополнительно усилит инновационную деятельность и приведет к снижению уровня общих цен.

Развитие агропромышленного комплекса региона ориентирует все его отрасли на эффективное использование факторов производства. В современный период, важнейшая роль отводится улучшению использования основных средств, как одному из главных направлений повышения экономической эффективности сельскохозяйственного производства.

Воспроизводство основных фондов в сельском хозяйстве является одной из главных проблем АПК региона в современных условиях. На воспроизводственные процессы в отрасли влияют специфические факторы, в частности: неравно-

мерность развития отрасли сельского хозяйства по зонам, обусловленная природно-климатическими условиями; технологические особенности производства, переработки, транспортировки и хранения сельскохозяйственной продукции; перекосы в развитии подотраслей сельского хозяйства, являющиеся следствием субъективной экономической политики государства. Воспроизводство основных средств тесно связано с эффективностью производства и экономическими возможностями предприятия в финансовом и ресурсном обеспечении, поскольку выступает не только следствием эффективности работы предприятия, но и важнейшей причиной этой эффективности. Проблему воспроизводства и эффективного использования основных производственных фондов необходимо рассматривать с учетом региональных особенностей и условий производства сельскохозяйственного продукта на территории области, с учетом его зонирования.

В условиях рынка ресурсы для динамического развития сельскохозяйственных отраслей необходимо концентрировать там, где от них можно получить наибольшую отдачу.

По исследованиям Шоцкого В. П., на основе данных о строении поверхности, степени увлажнённости, характера почвенного и растительного покрова, суммах тепла за вегетационный период, а также "с учётом преобразующей роли хозяйственной деятельности человека", в регионе выделены следующие сельскохозяйственные естественноисторические зоны: Иркутско-Черемховская, Усть-Ордынская, Зиминско-Куйтунская, Чуно-Бирюсинская, Ийско-Удинская, Аларско-Нукутская, Осинско-Идинская, Верхне-Ленская, Ангаро-Илимская, Лено-Киренская [3].

В соответствии с зональным принципом территория области подразделяется на три сельскохозяйственных зоны:

1. Припромышленная - пригородная, овощемолочная с промышленным птицеводством и с развитым свиноводством. В неё входят следующие районы: Иркутский, Усольский, Черемховский, Заларинский, Зиминский, Куйтунский, Тулунский, Нижнеудинский, Ангарский, Шелеховский, Тайшетский, Аларский, Боханский.

2. Агроадаптивная - скотоводческо-овощеводческая-зерновая. В неё входят следующие районы Братский, Осинский, Эхирит-Булагатский, Нукутский, Баяндаевский, Качугский, Балаганский, Усть-Удинский, Ольхонский.

3. Периферийная - охотничье-промысловая, скотоводческая с производством зерна. В неё входят следующие районы: Киренский, Усть-Кутский, Нижнеилимский, Усть-Илимский, Чунский, Жигаловский, Казаченско-Ленский. Бодайбинский, Слюдянский, Мамско-Чуйский, Катанский (Постановление губернатора Иркутской области от 10.03.2000 г. № 137-П).

Припромышленная зона объединяет в себя основные сельскохозяйственные районы по производству продуктов земледелия и животноводства. Здесь размещается Иркутско-Черемховский территориально-производственный комплекс, формируется Иркутская агломерация (город Иркутск со всеми поселениями, находящимися от него в зоне двухчасовой транспортной доступности), достигнута наивысшая плотность населения и интенсивная его рекреационная деятельность. Сельское хозяйство зоны имеет ярко выраженное пригородное направление и отличается более выраженной специализацией на производстве молока, картофеля и овощей по сравнению с другими зонами. Население зоны насчитывает 1774.4 тыс. человек (из них городского 83.18 %) или 56.57 % населения области [2].

Агроадаптивная зона занимает западную часть Балаганской и южную часть Усть-Ордынской лесостепей. Данная остепененная зона характеризуется неблагоприятным климатом - резкой континентальностью, когда годовая амплитуда температуры воздуха может составлять 50-60 С, а суточная 18-20 С, при небольшом количестве осадков (250-350 мм). В данной зоне проживает 495.5 тыс. человек (34.91 % сельского населения) или 18.03 % населения области [3].

Периферийная зона по занимаемой площади превосходит другие зоны. Однако, большая часть земель не используется в сельском хозяйстве. Для сельскохозяйственных земель этой зоны характерна значительная протяжённость небольших по ширине землепользования, расположение угодий на обоих бе-

регах рек. Нередко хозяйства состоят из нескольких чересполосных участков. Сельскохозяйственное производство ведется в условиях относительной малолюдности, плохо развита дорожная сеть, надежные дороги отсутствуют, недостаточно плавучих и нет стационарных переправ. В сравнении с хозяйствами лесостепи зона имеет низкий процент распаханности сельскохозяйственных угодий [2].

Наличие значительного количества подсобных хозяйств в зоне объясняет сравнительно высокий удельный вес продуктов огородничества во всех категориях сельскохозяйственных предприятий, которые имеют овоще-картофельно-свиноводческое направление. Население преобладает городское (81.88 % всей численности), и связи с чем подсобные хозяйства носят интенсивный пригородный характер и имеют молочно-овощное направление.

Основные средства (фонды) – один из важнейших факторов любого производства. Рациональное использование основных фондов и производственных мощностей организации способствует улучшению всех технико-экономических показателей, в том числе увеличению выпуска продукции, снижению ее себестоимости, трудоемкости производства и, в конечном счете, на конечные результаты производства.

Проведенные нами исследования (данные 2010 г.) свидетельствуют о наличии взаимосвязей и взаимовлиянии на результативность сельскохозяйственного производства в регионе таких показателей, как фондообеспеченность, фондовооруженность и фондоотдача. Данные показатели нами проанализированы по природно-экономическим зонам, административным районам и сельскохозяйственным организациям региона, с учетом их производственного направления (специализации).

В припромышленной зоне размещено 13 административных районов и функционирует 137 сельхозпредприятия. В агроадаптивной зоне размещено 9 районов, включающих 54 предприятия. В периферийной зоне – 11 район и 20 сельхозпредприятий.

Величина основных производственных фондов значительно варьирует по экономическим зонам (табл. 3). Наибольшая часть основных производственных фондов расположена в припромышленной экономической зоне – 81.6 %, и лишь 18.4 % – в агроадаптивной и периферийной зонах.

Удельный вес активной части фондов наибольший в припромышленной зоне – 16.9 %, против 14.5 % и 10.2 % – в агроадаптивной и периферийной, что говорит о ее большей технико-технологической мобильности.

Таблица 3

Структура основных производственных фондов сельхозорганизаций по природно-экономическим зонам Иркутской области в 2010 году

	Сельскохозяйственные зоны						Итого по области	
	Припромышленная		Агроадаптивная		Периферийная			
	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Всего основных производственных фондов	6806.8	81.4	806.7	9.7	746.4	8.9	8360.0	100
в т.ч. машины и оборудование	1150.3	16.9	117.0	14.5	76.2	10.2	1343.5	16.1

Наиболее эффективно основные производственные фонды используются в периферийной и агроадаптивных зонах. В сельхозорганизациях данных зон самая высокая фондоотдача труда (табл. 4).

Хотя в хозяйствах периферийной природно-экономической зоны более высокая фондооворуженность труда, чем в хозяйствах припромышленной и агроадаптивных зон, но это объясняется сравнительно небольшой численно-

стью работников, занятых в сельскохозяйственном производстве данной зоны и в связи с этим недоиспользованием основных производственных фондов.

Таблица 4

Оснащенность основными производственными фондами сельхозорганизаций по природно-экономическим зонам Иркутской области в и эффективность их использования в 2010 году

Природно-экономическая зона	Фондообеспеченность, тыс. руб./га	Фондовооруженность, тыс. руб./чел.	Фондоотдача, руб.	Фондоёмкость, руб.
Припромышленная	14.64	549.3	1.33	0.82
Агроадаптивная	4.44	278.5	1.04	0.96
Периферийная	38.5	1350.2	0.3	3.35
Итого по региону	12.56	527.9	1.21	0.82

Используя аналитический метод группировок, сельхозорганизации, сгруппированные по сельскохозяйственным районам региона по уровню фондообеспеченности были разбиты на три группы (данные 2010 г.). В I группу вошли районы с уровнем фондообеспеченности до 5.1 тыс. руб. на 1 га используемых сельхозугодий (периферийная зона, II - от 5,11 до 16.61 тыс., III - от 16.62 до 25.38 тыс. руб. и IV - от 25.4 тыс. руб. и более.

Анализ показал, что с повышением значений группировочного признака от I группы к последующей группе, значительно увеличились результативные показатели. В I группу вошли 6 сельскохозяйственных районов, из них 2 оказались убыточными, в том числе Качугский (агроадаптивная зона) и Жигаловский (периферийная зона) районы области.

Таблица 5

Влияние фондообеспеченности на результативные показатели эффективности сельскохозяйственного производства Иркутской области

Группы районов по уровню фондообеспеченности на 1 га, тыс.руб.	Число районов в группе	Средняя фондообеспеченность, руб.	Приходится на 1 га сельхозугодий, тыс. руб.			Получено на одного среднегодового работника, тыс. руб.			Рентабельность реализации, %
			валовой продукции	выручки от реализации	прибыли	валовой продукции	выручки от реализации	прибыли	
I. До 5.1	6	0,79	3.3	1.8	0.2	388.3	208.5	19.2	11.1
I.5.11-16.61	9	15.82	3.9	3.9	0.5	118.4	100.4	28.8	12.8
III.16.62-25.38	5	16.62	4.6	15.4	15	137.4	464.3	46.1	10.0
IV. 25.4 и более	4	82.75	6.4	67.6	8.0	212.8	90.1	106.4	7.2

При средней фондообеспеченности во II группе 15.82 тыс. руб. и фондовооруженности труда 414,91 тыс. руб., выручка от ее реализации и прибыль в расчете на 1 га используемых сельхозугодий возросли, по сравнению с I группой и составили соответственно 3,9 и 0,5 тыс. руб. В расчете на 1 работника прибыль увеличилась в 1.5 раза.

Для достижения результатов эффективности, зафиксированных в III и IV группах, сельхозорганизациям первых двух групп необходимо повысить свою фондообеспеченность за счет приобретения высокопроизводительной техники и оборудования, а также внедрить интенсивные технологии возделывания сельскохозяйственных культур и выращивания сельскохозяйственных животных.

В III группе при средней фондообеспеченности 16,62 тыс. руб., фондовооруженности труда 500.38 тыс. руб. произведено валовой продукции в расчете на 1 га сельхозугодий на сумму 4.6 тыс. руб., выручка от ее реализации поднялась до 15.4 тыс. руб., а прибыль – до 1.5 тыс. руб. По сравнению со II

группой эти показатели увеличились соответственно в 2.4, 8.1 и 3 раза.

Вместе с тем на одного среднегодового работника получено валовой продукции 137.1 тыс. руб., выручки от реализации 463.4 тыс., прибыли 46.1 тыс. руб. Таким образом, эти показатели увеличились по сравнению со II группой соответственно в 1.16, 3.84 и 1.6 раза.

В IV группе (средняя фондообеспеченность 82.75 тыс. руб.) в расчете на 1 га сельхозугодий произведено валовой продукции 6.4 тыс. руб. выручка от ее реализации составила 67.6 тыс. руб., прибыль – 8.0 тыс. руб.

По сравнению с III группой эти показатели увеличились соответственно в 1.4, 4.4 и 5.3 раза. В расчете на одного среднегодового работника получено валовой продукции на сумму 212.8 тыс. руб., выручка от ее реализации достигла 90.1 тыс. руб., а прибыль – 106.4 тыс. руб.

Средний темп роста валовой продукции увеличился, таким образом, в 1,35 раза, выручка от ее реализации – в 1.94, прибыль - в 1.12 раза.

Особо важным фактором повышения эффективности сельскохозяйственного производства является рост фондоотдачи, поскольку этот показатель обеспечивает эффективность расширенного воспроизводства. Воздействие на данный экономический показатель оказывают и отраслевая структура производства, и его специализация, и размещение, и степень пользования земель сельскохозяйственного назначения (смотри таблица 6).

Рассмотрим теперь более подробно влияние фондоотдачи на эффективность сельскохозяйственного производства. Группировка сельскохозяйственных районов региона по уровню фондоотдачи (по данным 2010г.) позволила выявить следующие тенденции развития производства и роста эффективности (см. табл.6) с повышением значений группировочного признака увеличиваются все результативные показатели.

Таблица 6

Влияние фондоотдачи на результативные показатели
эффективности сельскохозяйственного производства
Иркутской области

Группы районов по зонам по уровню фондоотдачи на 1 га, руб.	Число районов в	Средняя фондоотдача, руб.	Приходится на 1 га сельхозугодий, тыс. руб.			Получено на одного среднегодового работника, тыс. руб.			Рентабельность реализации, %
			валовой продукции	выручки от реализации	прибыли	валовой продукции	выручки от реализации	прибыли	
Периферийная	6	0.3	11.5	11.5	1.0	402.4	403.5	33.9	8.7
Агроадаптивная	9	1.04	3.6	4.6	0.3	226.8	288.9	20.9	6.5
Припромышленная	13	1.33	23.4	19.5	3.6	429.4	333.1	134.8	18.4
В среднем по региону	28	1.21	3.7	15.2	1.6	356.8	340.3	110.5	10.5

Факторы первого порядка, обуславливающие изменение фондоотдачи, – это прирост объема валовой, товарной продукции, прибыли и среднегодовая стоимость основных производственных фондов, что обеспечивается за счет оптимальной структуры и размера последних, а также других комплексных показателей.

Как показывает анализ данных таблицы 6, в I группе при средней фондоотдаче 0.3 руб. и фондообеспеченности 38.5 тыс. руб. в расчете на 1 га сельхозугодий было получено 11.5 тыс. руб. валовой продукции, 11.5 тыс. руб. выручки от реализации продукции, 1.0 тыс. руб. прибыли.

Во II группе при средней фондоотдаче 1,04 руб. и фондообеспеченности 4.44 тыс. руб. объем валовой продукции в расчете на 1 га используемых сельхозугодий составил 3.6 тыс. руб., выручка от ее реализации – 4.6 тыс., прибыль – 0.3 тыс. руб. В расчете на одного среднегодового работника получено валовой продукции на сумму 226.8 тыс. руб., выручка от реализации продукции достигла 226.8тыс., прибыли – 20.9 тыс. руб.

Во III группе при средней фондоотдаче 1,33 руб. и фондообеспеченности 14,64 тыс. руб. объем валовой продукции в расчете на 1 га используемых сельхозугодий составил 23,4 тыс. руб., выручка от ее реализации – 19,5 тыс., прибыль – 3.6 тыс. руб. В расчете на одного среднегодового работника получено валовой продукции на сумму 429.4 тыс. руб., выручка от реализации продукции достигла 333.3 тыс. руб., прибыли – 134.8 тыс. руб.

Как показал анализ данных, наибольшая степень фондоотдачи наблюдается в сельхозорганизациях припромышленной зоны.

Для развития производства необходимы инвестиции в основной капитал предприятий. Данные об инвестициях в основной капитал, направленные на развитие сельского хозяйства Иркутской области, за период 2004-2010гг представлены в таблице 7.

Таблица 7

Инвестиции в основной капитал по виду экономической деятельности «Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство»

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Миллионов рублей (в фактически действовавших ценах)						
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство - всего	969.1	930.1	1757.1	2240,9	3907,8	1866,6	1662,3
в том числе:							
сельское хозяйство	646.0	677.9	1243.7	1817.6	1751.9	1460.4	1414.1
растениеводство	329.8	343.4	476.4	670.2	772.3	334.6	416.9
животноводство	305.0	.3201	731.5	1024.3	926.9	1014.2	941.0
	В процентах к итогу						
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство - всего	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:							
сельское хозяйство	66.7	72.9	70.8	81.1	44.8	78.2	85.1
растениеводство	34.0	36.9	27.1	29.9	19.8	17.9	25.1
животноводство	31.5	34.4	41.6	45.7	23.7	54.3	56.6

Данные о влиянии роста инвестиций на показатели эффективности сельскохозяйственного производства представлены в таблице 8.

Как видно из таблицы 8, в 2010 г. по сравнению с 2009 г. производство валовой продукции (в текущих ценах) возросло на 18.9 %, выручка от ее реализации увеличилась на 10.6 %, прибыль – на 4.9 %. Валовой продукции (в денежном выражении) в расчете на одного среднегодового работника получено на 30.1% больше, выручка от реализации продукции повысилась на 33.3, прибыль – на 26.5 %.

Таблица 8

Влияние роста инвестиций на показатели эффективности
сельскохозяйственного производства

Результативные показатели	Приходится на 1 га сельхозугодий			Получено на одного среднегодового работника		
	2009	2010	рост, %	2009	2010	рост, %
Валовая продукция (в текущих ценах) - всего	16.2	17.7	108.9	723.1	941.1	131.1
Выручка от реализации продукции	11.3	12.5	110.6	502.9	670.5	133.3
Прибыль от реализации	2.0	2.1	104.9	90.9	114.9	126.5

Цель проведенного исследования заключалась в том, чтобы установить, в каком соотношении находятся результативные обобщающие показатели в условно-паритетной аналитической модели и как в связи с этим изменяются фондообеспеченность и фондоотдача сельхозпредприятий в регионах. При достижении оптимальных пропорций между накоплением и потреблением основных средств, основными и оборотными

материальными фондами, введении в оборот неиспользуемых сельхозугодий могут быть достигнуты положительные результаты.

В результате проведенного исследования и анализа уровня фондообеспеченности в сельском хозяйстве установлено следующее.

Во-первых, полученные результативные показатели свидетельствуют о необходимости повышения фондообеспеченности в I и II группах региона до средневзвешенной достигнутой величины – 22.76 тыс. руб. в расчете на 1 га сельхозугодий.

Во-вторых, достигнутый в настоящее время уровень рентабельности (11-16 %) в большинстве отечественных сельхозорганизаций не может обеспечить расширенного воспроизводства их материально-технической базы. Сельхозтоваропроизводителям I и II групп для обеспечения этой цели нужно увеличить объем выпуска продукции не менее чем в 2 раза. В этом случае станет возможным повысить фондовооруженность сельскохозяйственного труда и фондоотдачу в отрасли, а соответственно и уровень рентабельности до 20-25 %.

В-третьих, главный резерв повышения эффективности в аграрном секторе – снижение затрат и увеличение объемов производства сельхозпродукции за счет внедрения ресурсосберегающей техники и прогрессивных технологий. Необходимо совершенствовать экономические отношения через регулирование рынков, использование критериев и факторов, ориентирующих на развитие сельхозпроизводства. Все это будет способствовать максимальному использованию технико-технологического потенциала отрасли.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Зинченко, А. П.** Тенденции и проблемы использования производственного потенциала крестьянских (фермер-

ских) хозяйств / А. П. Зинченко // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2001. – №10. – С. 17-20.

2. **Природно-экономический потенциал сельского хозяйства Иркутской области и концепция его развития в период экономических реформ.** / Б.М. Ишмуратов [и др.]. – Новосибирск : ИГ СО РАН, 2000. – 180 с.

3. **Шоцкий, В. П.** Природные условия сельскохозяйственного производства и естественно-исторические районы Иркутской области / В. П. Шоцкий. – Иркутск, 1956. – 202 с.

© Кривченко В. Н., 2012

УДК 338.487 : 659.1
ББК 65.433

В. Н. Кривченко

**ТОВАРОВЕДНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТВОРОГА И ТВОРОЖНЫХ
ИЗДЕЛИЙ**

В данной статье рассмотрены вопросы обеспечения потребителей кисломолочными продуктами. Представлены результаты исследований ассортимента, качества и спроса потребителей на творог и творожные изделия.

Молоко, как и хлеб, люди начали использовать в пищу более пяти тысячелетий назад. «Молоко, - писал академик И. П. Павлов, - это изумительная пища, приготовленная самой природой». Установлено, что молоко содержит свыше ста ценнейших компонентов. В него входят все необходимые для жизнедеятельности организма вещества – белки, жиры, углеводы, минеральные соли, витамины. Все эти компоненты молока хорошо сбалансированы, благодаря чему легко и полностью усваиваются

Творог – кисломолочный продукт, изготовленный путем сквашивания молока молочнокислыми бактериями и удаления сыворотки. Он – один из древнейших кисломолочных продуктов, известных человечеству. Приготовлением творога занимались еще жители Древнего Рима. Римляне употребляли его в пищу соленым, или смешивали с медом и молоком. В России творог также появился очень давно. У древних славян творог был одним из основных продуктов питания, которые употребляли его в пищу практически ежедневно.

В современном мире творожные изделия пользуются особой «популярностью». Их ассортимент постоянно расширяется. Они выпускаются с разными наполнителями: сахаром, медом, какао, изюмом, орехами.

Следует отметить, что производители, расширяя их ассортимент, ни всегда уделяют должного внимания качеству, особо не акцентируя внимание на специфику потребительских свойств, что создает некоторую диспропорцию. Такое состояние рынка определило актуальность данной научной работы.

Целью работы является исследование рынка творожных изделий, производимых Иркутским масложировым комбинатом и реализуемых в городе Чите.

Современное развитие цельномолочной отрасли нашей страны при высокой конкуренции молочных продуктов на российском рынке неразрывно связано с разработкой технологий, улучшающих качество вырабатываемой продукции, с увеличением сроков годности и гарантированным обеспечением ее безопасности для потребителя.

До недавнего времени в России сроки хранения скоропортящихся молочных продуктов, в частности популярных кефира, ряженки, простокваши, йогурта, варенца, ацидофильных напитков, составляли 36 ч, сметаны – 72 ч.

Стремление обеспечить потребителя широким ассортиментом молочных продуктов с длительными сроками годности является экономически целесообразным, актуальным и может быть реализовано на основе совершенствования технологических процессов производства национальных молочных и кисломолочных продуктов.

За последние десять лет значительно возросла конкурентоспособность ассортимента отечественных продуктов, что объясняется в первую очередь увеличенными сроками их годности (от 3 до 14 суток) вследствие повышения качества и упаковки в герметичную тару. В частности, срок годности кефира, ацидофильных напитков, ряженки, простокваши,

«Снежка», йогурта (без стабилизаторов) согласно технической документации, разработанной ГНУ ВНИМИ – 5 суток, молока пастеризованного – 5, сливок – 3, молока топленого – 5, творога и творожных изделий – 3, сметаны – 7, 14 и 30 суток в зависимости от температуры хранения и микробиологических показателей.

Мировые тенденции в области питания связаны с созданием продуктов, способствующих сохранению и улучшению здоровья населения, т.е. обогащенных функциональными ингредиентами. Правильное рациональное питание – непременное условие здоровья и благополучия человека. Под рациональным понимается питание, обеспечивающее потребности человека в энергии и всех основных пищевых веществах – белках, жирах, углеводах, пищевых волокнах, витаминах, минеральных солях, микроэлементах и других биологически активных компонентах пищи.

С целью максимального и рационального использования поступающего на предприятия сырья, ускорения рационализации структуры белкового питания, обеспечения населения продуктами функционального назначения (для больных диабетом, вегетарианцев, лиц, страдающих ожирением, и т.д.) институтом разработано свыше 60 базовых и более 150 частных технологий новых продуктов, обладающих функциональными свойствами. Для этого совместно с институтом Минздрава России проведены научные изыскания, направленные на изучение реологических, технологических, физико-химических и функциональных свойств различных пищевкусовых добавок, обеспечивающих в готовом продукте необходимую консистенцию, вкус, стабилизацию белка, взбитость и т.д. Изучены принципы действия ингредиентов, проведена их апробация, подобраны дозы, разработаны режимы внесения в молочные продукты.

Перечисленные продукты можно выпускать: со стабилизирующими добавками; витаминами и поливитаминными премиксами; бескалорийными подсластителями; растительными (соевыми) белками; растительными жирами; фруктовыми и овощными натуральными наполнителями; пребиотиками в виде лактулозы и экстракта амаранта; злаковыми культурами; йодказеином, концентрированными фруктовыми соками и т.д.

В то же время институт продолжает работать над созданием новых продуктов, и за последние годы разработаны технологии и утверждена техническая документация на продукты с новыми потребительскими свойствами.

Данная техническая документация оформлена в соответствии с современными требованиями содержит необходимые термины и нормативы. Сроки годности согласованы с Федеральным центром Госсанэпиднадзора, так как последнему Департамент Госсанэпиднадзора Минздрава России передал функции по проведению экспертизы продуктов с увеличенными сроками годности.

С целью улучшения сохранности продуктов необходимо продолжать поиск естественных антиоксидантов, получаемых из растительного сырья. Перспективными направлениями станут пути изыскания новых источников пищевых веществ, создание широкой гаммы продуктов модифицированного химического состава, обогащенных эссенциальными пищевыми веществами, использование продуктов смешанного состава - комплексов пробиотиков с различными пребиотиками.

Использование растительных, в частности, соевых белков будет уже недостаточным. Увеличение объемов продуктов питания необходимо будет решать за счет интродукции новых овощных и зерновых культур, богатых как антиоксидантами (флавоноидами), так и незаменимыми аминокислотами, липидами, витаминами и другими биологически активными компонентами .

Таковы основные направления в производстве цельномолочной отрасли, которыми будут руководствоваться научные институты и производственные предприятия в перспективе.

Кисломолочные продукты – это продукты, вырабатываемые сквашиванием молока или сливок чистыми культурами молочнокислых бактерий с добавлением или без добавления дрожжей или уксуснокислых бактерий. Некоторые кисломолочные продукты получают в результате только молочнокислого брожения; при этом образуется достаточно плотный, однородный сгусток с выраженным кисломолочным вкусом. Другие же продукты получают в результате смешенного брожения – молочнокислого и спиртового.

Продукты, полученные сквашиванием молока, имеют большое значение в питании человека благодаря лечебным и диетическим свойствам, приятному вкусу, легкой усвояемости.

Творог – это белковый кисломолочный продукт, получаемый из цельного, нормализованного или обезжиренного пастеризованного молока путем сквашивания закваской приготовленной на чистых культурах молочнокислых бактерий, и отделением сыворотки от сгустка. В нем имеется значительное содержание жира (14-18 %). Благодаря наличию танина и лизина творог используется для диетического и лечебного питания, он ценен также богатым набором минеральных веществ и их соотношением (кальций, фосфор, железо, магний и др.). Творог применяется непосредственно в пищу, для получения творожных изделий и кулинарных блюд.

Творог из непастеризованного молока можно использовать только для выработки изделий, подвергающихся обязательной термической обработке (вареники, сырники и др.), а также для производств плавленых сыров. В состав творога входит 14-17 % белков, до 18 % жира, 2,4-2,8 % молочного сахара. Он богат кальцием, фосфором, железом, магнием – ве-

ществами, необходимыми для роста и правильного развития молодого организма.

Обезжиренный творог рекомендуется при ожирении, болезнях печени, атеросклерозе, гипертонической болезни, инфаркте миокарда. При подагре и других заболеваниях, когда белки мяса и рыбы противопоказаны, их заменяют белком творога. Особенно полезен ацидофильно-дрожжевой творог, который обогащается дрожжами и чистой культурой ацидофильной палочки. Такой творог полезно давать ослабленным детям, при желудочно-кишечных заболеваниях, малокровии и туберкулезе.

Употребление творога и творожных изделий способствует правильному обмену веществ в организме, поддержанию на определенном уровне осмотического давления. Творог классифицируют по разным признакам: по виду молочного сырья, массовой доли жира, методу образования сгустка.

По виду молочного сырья творог различают творог из натурального молока, нормализованного молока, восстановленного молока, рекомбинированного молока, их смесей. По массовой доли жира творог (кроме «из натурального молока») подразделяют на: обезжиренный, нежирный, классический, жирный. По методу образования сгустка различают два способа получения творога: кислотно-сычужный и кислотный. Кислотно-сычужным способом вырабатывают жирный, полужирный и нежирный творог. Кислотным способом нежирный творог готовят из обезжиренного пастеризованного молока.

Наиболее распространенным является отдельный способ приготовления творога. Он состоит в том, что вначале вырабатывают нежирный творог кислотно-сычужным способом, затем его смешивают со свежими сливками (в соответствии с жирностью творога). Классификация творога представлена в таблице 1.

Таблица 1

Классификация творога и показатели качества

Вид творога	Массовая доля, %		Кислотность в °Т не более
	жира, не менее	влаги, не более	
18%-й жирности	18	65	210
9%-й жирности	9	73	220
нежирный	–	80	240
мягкий диетический			
нежирный	–	79	220
4%-й жирности	4	77	200
9%-й жирности	9	66	180
11%-й жирности	11	73	210
Мягкий диетический с плодово-ягодными наполнителями			
нежирный	–	72	200
4%-й жирности	4	69	190
9%-й жирности	9	66	180
11%-й жирности	11	64	180
Столовый	2	76	220
Крестьянский	5	74,5	200

Для детского питания готовят специальные продукты. Например, творог ДМ (для малышей) предназначен для питания детей с 6 – месячного возраста. Он вырабатывается из нормализованного гомогенизированного молока, подвергнутого высокотемпературной обработке, сквашенного закваской чистых культур молочнокислых стрептококков, с последующим отделением сыворотки путем ультрафильтрации сквашенного сгустка. В отличие от творога, приготовленного тра-

диционным способом, творог - ДМ обогащен наиболее ценными белками молока - сывороточными в максимальной степени соответствующим потребностям детского организма.

Продукт обладает нежной, мягкой консистенцией, чистым кисломолочным вкусом. Содержит жира 10 %, 8 – 10 %, кислотность не более 150°Т, влаги не более 77 %. Срок хранения творога ДМ – 3 суток. Из творога ДМ с последующим смешиванием его с плодово-ягодными наполнителями, желатином и другими добавками вырабатываются кисломолочные белковые продукты, предназначенные для непосредственного употребления в пищу детьми и взрослыми.

Творожные изделия включают творожную массу, сырки, пасты, торты, кремы, творожные полуфабрикаты. Все большее распространение получают кисломолочные продукты с новыми потребительскими свойствами: сырные пасты на основе творога, десерты на основе сметаны и сливок, соусы на сметане и сыворотки, взбитые десерты. Основным сырьем для их приготовления служит творог разной жирности из пастеризованного молока, сметана, сыворотка. В качестве наполнителей используют сливки, масло сливочное, сахар, плодово-ягодные добавки, мед, какао кофе, шоколад, орехи, изюм, поваренную соль, пряности (ванилин, корица, перец и др.).

Творожные изделия готовят с повышенным содержанием жира (20-26 %), жирные (15 %), полужирные (7 %) и нежирные. Они могут быть сладкие с содержанием сахара 13-26 % и соленые с содержанием соли 1,5-2,5 %.

К творожным изделиям относят творожную массу сладкую разной жирности, сладкую с изюмом, курагой, сладкую ванильную, соленую разной жирности с тмином, анисом, кориандром, томатную, морковную и т. п.; сырки глазированные, детские, особые и т. п.; торты творожные, крем творожный и др. К творожным полуфабрикатам относятся тесто сырников домашних, вареники, ленивые вареники, блинчики с творогом, полуфабрикат для запеканки.

Объектом нашего исследования является розничное торговое предприятие, расположенного по адресу город Чита, улица Промышленная, дом 5.

Исследуемое нами предприятие входит в общество с ограниченной ответственностью «Янта – Чита – розница». Данное предприятие реализует продукцию Иркутского молочного завода. В 2000 году Иркутский молочный завод вошел в состав группы предприятий «Янта». Мощности завода позволяют перерабатывать до 200 тонн молока ежедневно. В ассортименте выпускаемой продукции – более 90 наименований, под торговыми марками «Байкальские молочные продукты», «Капитан Милк», «Молочная лавка».

Уникальный для региона продукт - молоко длительного хранения «Байкальское» жирностью от 1,5 % до 6 % , молоко пастеризованное, сметана, йогурты, варенец, ряженка, бифидок, напиток «Целебный», кефир, масло «Крестьянское», масло шоколадное, творог, творожные изделия, сырки глазированные, десерт, крем творожный, пудинг, сывороточные напитки. Это – продукты профилактического направления, обогащенные лакто - бифидобактериями, полезными добавками и витаминами, известные покупателям как вкусные, высококачественные и доступные по цене. Особой популярностью пользуются йодированные молочные продукты. Продукция молочного завода вырабатывается из натурального сырья, поступающего из экологически чистых районов Иркутской области, Бурятии и пяти собственных хозяйств.

Розничный товароборот представляет собой реализацию товаров населению. Основная цель анализа торговой деятельности магазина – выявление, изучение и мобилизация резервов развития товарооборота, улучшение обслуживания покупателей, совершенствование товародвижения.

В исследуемом предприятии реализуется продукция, производимая Иркутским молочным комбинатом. Факторы, влияющие на положительное отношение потребителей к данному предприятию: внешняя и внутренняя реклама; режим работы; качество товаров; доступность; обслуживающий персонал.

С переходом на рыночные отношения формированию торгового ассортимента предприятия уделяют большое внимание, так как от его состава и своевременного обновления зависит степень удовлетворения спроса населения. В ассорти-

менте торгового предприятия представлено 22 наименования творога и творожных изделий. Рациональность ассортимента характеризуется способностью набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей. Для определения коэффициента рациональности следует рассчитать показатели широты, полноты, устойчивости и новизны ассортимента. Исходя из расчетов показателей и коэффициентов широты, можно сделать вывод, что в исследуемом нами магазине спрос на творожные изделия удовлетворяется на 79 %. Это говорит о том, что предприятие предлагает покупателям достаточно широкий ассортимент творога и творожных изделий.

Устойчивым спросом пользуется 59 % изделий, то есть руководству данного предприятия следует совершенствовать ассортиментную политику в данном направлении. Согласно расчетам коэффициент новизны составил 0,15, то есть данный показатель очень низок и не может в полной мере удовлетворить потребности населения в товарах – новинках. Коэффициент рациональности составил 0,53, то есть ниже нормы. Полученный результат говорит о том, что потребности населения в творожных изделиях, реализуемых ООО «Янта - Чита – розница» удовлетворяются только на 53 %. С целью совершенствования ассортиментной политики торгового предприятия необходимо разработать план мероприятий по формированию устойчивого ассортимента. В исследуемом нами предприятии представлен достаточно широкий ассортимент творога и творожных изделий, изготавливаемых Иркутским масложировым комбинатом. Среди данного ассортимента для проведения контроля качества нами было выбрано десять образцов. Ассортимент творога и творожных изделий, выбранных для контроля качества, представлен в таблице 2.

Таблица 2

Ассортимент творога и творожных изделий

№ п/п	Наименование продукции	Производитель	Жирность, %	Масса упаковки, г
1	Творог Байкальский	ОАО Иркутский молочный комбинат	5	200
2	Творог Байкальский	ОАО Иркутский молочный комбинат	1,8	200
3	Творог Байкальский	ОАО Иркутский молочный комбинат	3	200
4	Байкальский сырок творожный с изюмом и сахаром	ОАО Иркутский молочный комбинат	4,5	100
5	Сырок глазированный «Капитан Милк»	ОАО Иркутский молочный комбинат	4	40
6	Творожок Абрикосовый	ОАО Иркутский молочный комбинат	6	150
7	Байкальский сырок творожный с сахаром и ванилином	ОАО Иркутский молочный комбинат	4,5	100
8	Масса творожная	ОАО Иркутский молочный комбинат	18	90
9	Масса творожная брусника	ОАО Иркутский молочный комбинат	18	90
10	Творог классический «Молочный остров»	ОАО «Читинский молокозавод»	5	200

Контроль качества проводился по следующим показателям: упаковка и маркировка товара; органолептические показатели, кислотность.

Порядок проведения контроля качества заключался в следующих процессах: вначале был проведен внешний осмотр упаковки, ее целостности, и заполнена таблица по требованиям ГОСТ Р 52096-2003.

Таблица 3

Исследование маркировки творога и творожных изделий

Наименование показателя	№ образца									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Наименование продукта	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Товарный знак	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Наименование и место нахождения предприятия изготовителя	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Срок годности	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Дата выработки	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Состав	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Масса	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Пищевая ценность	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Энергетическая ценность	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Температура хранения	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Обозначение настоящего стандарта	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Изучение маркировки показало, что во всех образцах информация, заявленная на упаковке, соответствует требованиям ГОСТ.

Следующим этапом исследовали качество вышеуказанных образцов. Контроль качества творога и творожных изде-

лий проводили по органолептическим показателям: внешний вид и консистенция, вкус, запах и цвет. Пример результатов контроля качества представлен в таблице 4.

Таблица 4

Контроль качества творога Байкальского классического

Наименование показателя	По ГОСТ	Фактически	Вывод
Внешний вид и консистенция	Мягкая, мажущая или рассыпчатая, с наличием или без ощутимых частиц молочного белка	Мягкая, мажущая	Соответствует
Вкус и запах	Чистые, кисломолочные, без посторонних привкусов и запахов	Чистые кисломолочные, без посторонних привкусов и запахов	Соответствует
Цвет	Белый или с кремовым оттенком, равномерный по всей массе	Белый с кремовым оттенком по всей массе	Соответствует

Таким образом, из десяти исследуемых образцов соответствуют требованиям нормативных документов восемь, у продукции, производимой Иркутским масложиркомбинатом – массы творожной и Читинским молочным комбинатом – творога классического, обнаружены отклонения по качеству.

На следующем этапе нами определена кислотность творога, вырабатываемого Иркутским молочным комбинатом и Читинским молочным комбинатом. Результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5

Определение кислотности творога

Наименование творога	По ГОСТ	Фактически	Вывод
Байкальский обезжиренный	170-240	190	Соответствует
Байкальский не- жирный	170-230	210	Соответствует
Байкальский классический	170-220	200	Соответствует
Классический ОАО Читинский	170-220	210	Соответствует

Таким образом, при определении кислотности образцов творога установлено, что по данному показателю отклонений от нормативных документов нет.

Одной из задач научно - исследовательской работы является изучение потребительского спроса на творог и творожные изделия, реализуемые ООО «Янта – Чита – розница». Для изучения спроса нами был проведен анкетный опрос. Он проводился с целью выявления предпочтений творожных изделий жителями г. Чита. В процессе исследования получили следующие результаты.

При выявлении предпочтений кисломолочных продуктов потребителями отмечено, что большая часть респондентов покупает творог и творожные изделия (38 %), наименьшее – йогурты – 16 %.

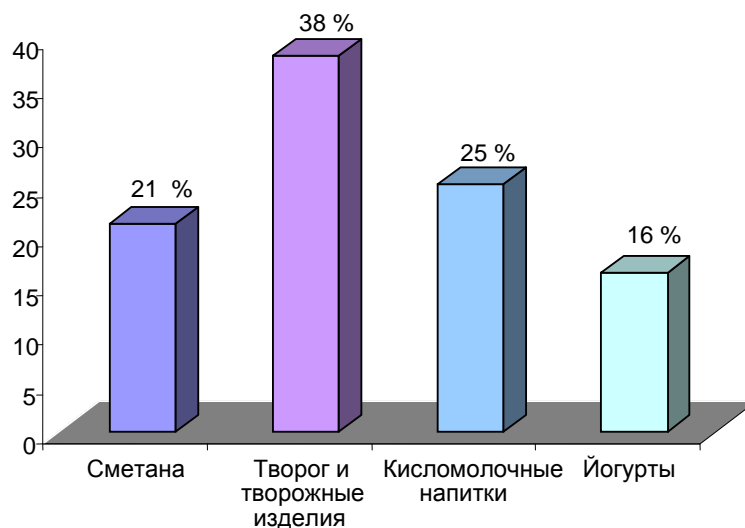


Рис. 1. Выбор потребителями кисломолочных продуктов

На вопрос как часто Вы покупаете творог и творожные изделия:

- 21 % – каждый день;
- 57 % – несколько раз в неделю;
- 22 % – несколько раз в месяц.

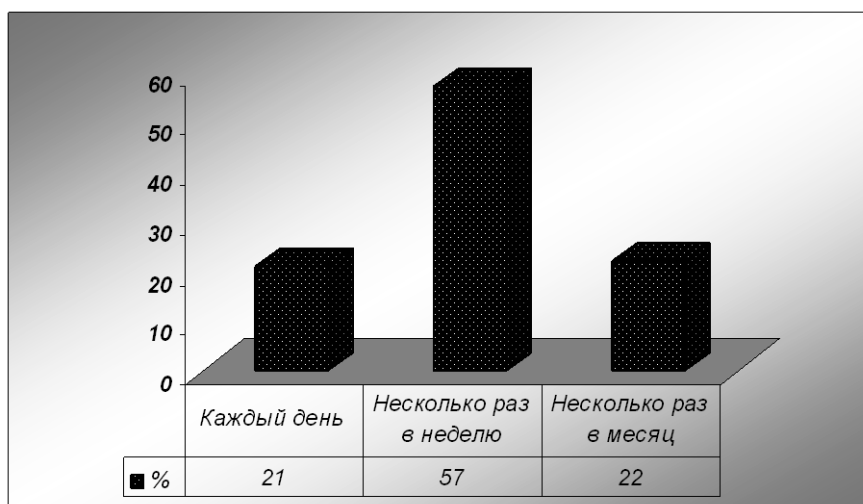


Рис. 2. Частота покупки творожных изделий

На вопрос считаете ли Вы ассортимент творога и творожных изделий полноценным (широким):

34 % – ответили «Да»;
66 % – ответили «Нет».

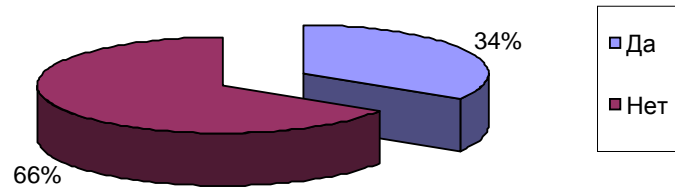


Рис. 3. Отношение потребителей к ассортименту творога

При опросе респондентов на вопрос, устраивает ли их качество реализуемой продукции 80 % ответили положительно.

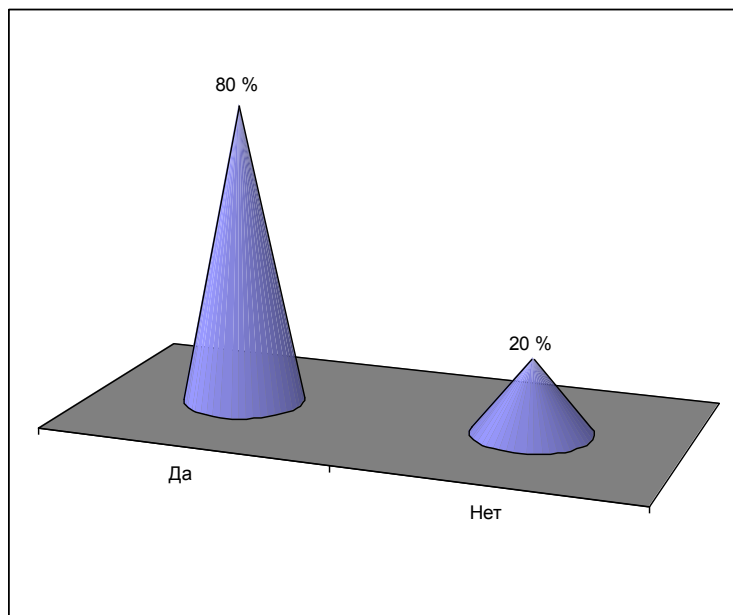


Рис. 4. Отношение потребителей к качеству творога и творожных изделий

Обращаете ли Вы внимание на массовую долю жира при покупке творога и творожных изделий:

57 % – ответили «Да»;
43 % – ответили «Нет».

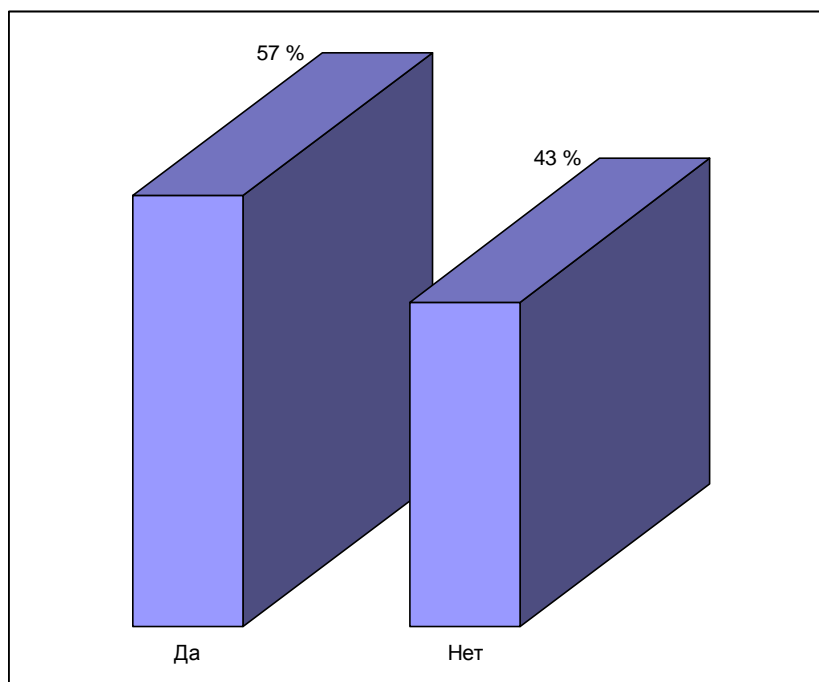


Рис. 5. Отношение потребителей к массовой доле жира в творожных изделиях

На вопрос какие творожные изделия Вы предпочитаете, респонденты ответили следующим образом:

- 6 % – творожные сырки;
- 25 % – глазированные творожные сырки;
- 3 % – творожные кремы;
- 6 % – творожные массы;
- 8 % – творожные п/ф;
- 42 % – творог в чистом виде;
- 10 % – творожки.

Среди опрошенных респондентов свои предпочтения по производителям творожных изделий: 30 % – отдают «Читинскому молокозаводу»; 40 % – отдают ОАО Иркутский масложиркомбинат; 10 % – отдают «Вимм-Билль-Данн» г. Новосибирск; 8 % – молочный завод «Преображенский»; 12 % – другой производитель.

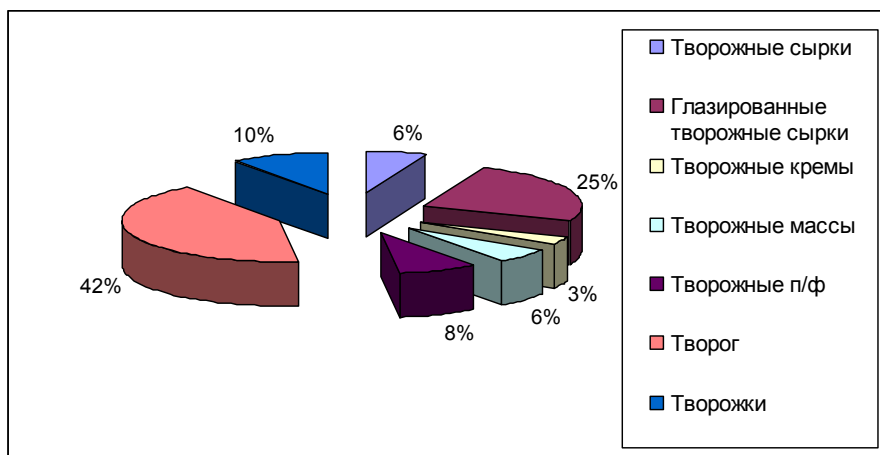


Рис. 6. Видовая классификация творожных изделий

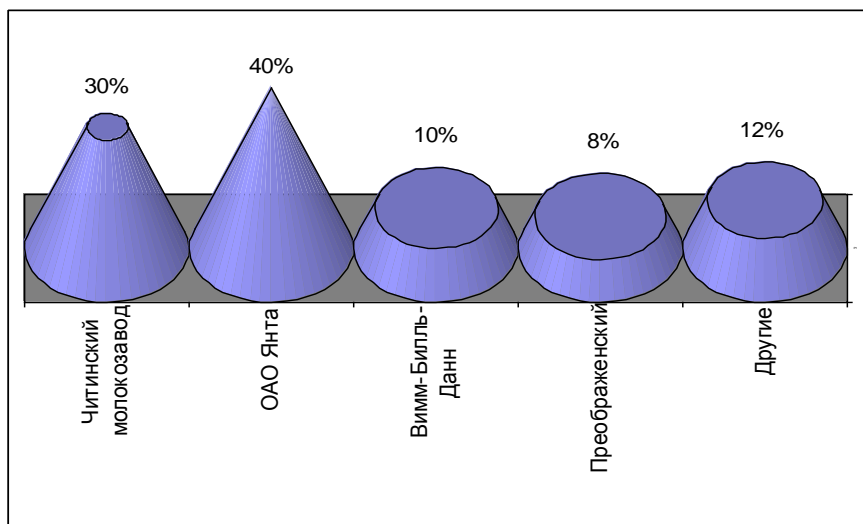


Рис. 7. Выбор производителей творога и творожных изделий

Таким образом, результаты анкетного опроса показали, что среди опрошенных респондентов преобладают люди в возрасте от 25 до 35 лет (28 %), а также от 35 до 45 лет и старше, со среднемесячным доходом на одного человека 5 тыс. рублей. Опрошенные респонденты отдают свои предпочтения таким творожным изделиям, как глазированные творожные сырки (25 %), творожные п/ф (8 %), творожные массы (6 %) и творожки (10 %), но наибольшее предпочтение отдают творогу в чистом виде (42 %).

В качестве производителей творожных изделий опрошенные респонденты предпочитают Читинский молочный комбинат (30 %), Иркутский масложировой комбинат (40 %), «Вимм-Билль-Данн» г. Новосибирск (10 %). 12 % опрошенных респондентов предпочитают «другого производителя», это те люди, как нам кажется, которые вообще не обращают внимание на производителей творожных изделий, не зная основных, так как на дополнительный вопрос «А какого другого производителя Вы предпочитаете?» не получено нужного ответа.

➤ 57 % опрошенных при покупке творога обращают внимание на массовую долю жира в твороге и творожных изделиях, приобретаемых ими, а остальные 43 % не берут во внимание пищевую ценность продукта.

➤ 80 % респондентов качество творога и творожных изделий, реализуемых ООО «Янта – Чита – розница», полностью устраивает, а остальные 20 % ответили «Нет» на вопрос о качестве творожных изделий.

➤ 21 % опрошенных покупают творог и творожные изделия каждый день, 57 % – несколько раз в неделю, а остальные 22 % – несколько раз в месяц.

Отсюда следует, что наш анкетный опрос прошел с положительными результатами, нами были выявлены предпочтения людей в твороге и творожных изделиях, их качестве и ассортименте. А также о частоте спроса на них. Администрация ООО «Янта – Чита – розница» была удовлетворена результатами данного исследования, так как по его итогам можно судить о том, как удовлетворяется спрос посетителей исследуемого предприятия, что позволит разработать мероприятия по формированию нового ассортимента.

Анализ литературного обзора показал, что творог является ценным белковым кисломолочным продуктом.

На качество творога оказывает влияние основное сырье – молоко и способ производства.

В последние годы ассортимент творога и творожных изделий достаточно расширился.

Анализ ассортимента творожных изделий, реализуемых ООО «Янта – Чита – розница» показал следующее. Коэффициент полноты ассортимента составляет 0,6. Широта ассортимента составляет 67 %. Устойчивым ассортиментом пользуются 59 % продукции. Коэффициент новизны составил 0,02. Коэффициент рациональности равен 0,53, что ниже нормы. Полученный результат говорит о том, что потребности населения в творожных изделиях, реализуемых ООО «Янта – Чита – розница» удовлетворяются только на 53 %.

Таким образом, с целью совершенствования ассортиментной политики торгового предприятия, необходимо разработать план мероприятий по формированию ассортимента.

При изучении потребительского спроса были выявлены предпочтения потребителей в твороге и творожных изделиях. Спрос изучался при помощи анкетного опроса. Результаты анкетного опроса показали, что среди опрошенных респондентов (100 человек), преобладают респонденты среднего возраста со среднемесячным доходом на одного члена семьи до пяти тысяч рублей. Опрошенные респонденты отдают свои предпочтения таким изделиям как творог – 42 %, глазированным сыркам – 25 %, творожным массам – 6 %, творожкам – 12 %. Продукция Иркутского молочного комбината пользуется спросом у 40 % респондентов, у 30 % – Читинского молочного комбината, остальные покупают продукцию других производителей.

57 % опрошенных респондентов обращают внимание на массовую долю жира при покупке творожных изделий, остальные 43 % нет.

Качество творожных изделий устраивает 80 % респондентов, остальные 20 % недовольны качеством творожных изделий. 21 % покупают творог каждый день, 57 % несколько раз в неделю, 22 % – несколько раз в месяц.

Из вышесказанного следует, что опрос прошел с положительными результатами, были выявлены предпочтения покупателей в отдельных творожных изделиях, их качестве.

При изучении маркировки, заявленной на упаковке образцов творога и творожных изделий, нами установлено, что

маркировка исследуемых образцов соответствует требованиям ГОСТ и техническим условиям.

Результаты контроля качества показали, что из десяти образцов два имеют отклонения по органолептическим показателям. При определении кислотности творога установлено, что кислотность в пределах норм, предусмотренных нормативным документом.

Таким образом, исследование потребительского рынка творожных изделий на примере ООО «Янта – Чита – розница» позволило разработать рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики предприятия:

- расширить ассортимент творожных изделий творожками для детского питания с витаминными и минеральными добавками;
- усилить контроль при приемке творожных изделий по качеству;
- изучать спрос потребителей на творог и творожные изделия, организовав выставки продажи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Зобкова, З. С.** Новое в производстве творога / З. С. Зобкова, Д. В. Зенина // Молочная промышленность. – 2011. – №7. – С. 29-30.

2. **Дмитриченко, М. И.** Товароведение и экспертиза пищевых жиров, молока и молочных продуктов: рекомендовано методическим советом по направлению / М. И. Дмитриченко, Т. В. Пилипенко. – СПб. : Питер, 2004. – 352 с.

3. **Козырев, Д. И.** Заменитель молочного жира в творожных продуктах / Д. И. Козырев // Молочная промышленность. – 2011. – №8. – С. 34-35.

УДК 339.13
ББК 65.422.5

Т. Н. Кузнецова

**ИННОВАЦИОННЫЕ ЗАДАЧИ ОБУЧЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ
ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ВУЗА**

В настоящей статье сделана попытка проанализировать систему обучения студентов на первой ступени ВУЗа, выделить ключевые моменты развития системы в целом и предложены методы и приёмы активизации учебной деятельности преподавателя и студента.

Говорить о приёмах и методах работы со студентами нашего ВУЗа возникла необходимость в связи с тем, что в течение пяти лет мы стали производить набор выпускников, получивших базовое образование – 9 классов.

Важнейшая черта современного обучения – его направленность на то, чтобы готовить учащихся не только приспособляться, но и активно осваивать ситуации социальных перемен.

Для общеобразовательного учебного заведения, каковым является средняя школа, характерно **традиционное обучение**. Характеризовать суть традиционного обучения лучше всего на примере "поддерживающего" обучения.

Поддерживающее обучение – это когда процесс и результат учебной деятельности направлен на поддержание, воспроизводство существующей культуры, социального опыта, социальной системы. Такой тип обучения обеспечивает преемственность социокультурного опыта, и именно он традиционно присущ как школьному, так и вузовскому образованию.

Традиционное обучение по своей сути соответствует самому понятию обучения, под которым опять же традиционно, понимается передача (трансляция) социокультурных способов существования и развития Человека от одного индивида или их сообщества к другому индивиду. При этом, с одной стороны, обеспечивается преемственность (воспроизводство) социокультурного опыта и Человека, как его носителя, а с другой стороны, создаются условия для появления новых социокультурных способов деятельности и развития Человека и тем самым изменения социокультурной среды.

Традиционным является урок – одновременное занятие с целой группой, в ходе которого преподаватель сообщает, передает знания, формирует умения и навыки, опираясь на предъявления нового материала (сообщение, изложение), его воспроизведение учениками, оценивает результаты этого воспроизведения. Традиционное обучение носит преимущественно репродуктивный характер. Работа учителя ориентирована, прежде всего, на сообщение знаний и способов действий, которые передаются учащимся в готовом виде, предназначены для воспроизводящего усвоения; учитель является единственным инициативно действующим лицом учебного процесса.

Для ВУЗа только традиционное обучение не подходит.

Инновационное обучение – это когда процесс и результат учебной и образовательной деятельности, стимулирует вносить инновационные изменения в существующую культуру, социальную среду. Такой тип обучения помимо поддержания существующих традиций стимулирует активный отклик на возникающие как перед отдельным человеком, так и перед обществом проблемные ситуации.

Понятие "инновация" относится не просто к созданию и распространению новшеств, но к таким изменениям, которые носят существенный характер, сопровождаются изменениями в образе деятельности, стиле мышления. Категория новизны относится не только ко времени, но и к качественным чертам

изменений. Инновационные процессы являются закономерностью в развитии современного образования.

В отличие от традиционного обучения, которое занимается трансляцией принятых норм мышления и поведения, данное обучение направлено на формирование у человека таких качеств и умений, которые позволят ему создавать новые продукты, нормы, правила, неагрессивно воспринимать пожелания разработок других людей.

Впервые эта идея прозвучала в 1979 г. в Докладе Римскому клубу "Нет пределов обучению". Тогда же появился и новый термин "*инновационное обучение*" – стимулирующее инновационные изменения в культуре и социальной среде, реакция на проблемные ситуации, возникающие в жизни человека и общества в эпоху инноваций.

Этот Доклад явился реакцией на состояние кризиса, в котором оказалась система образования, не определяющая в качестве своей главной цели подготовку человека к участию в инновационных преобразованиях. Следствием этого явились реформы образования, которые были проведены в передовых странах мира: США, Великобритании, ФРГ, Японии.

Инновационные подходы к обучению делятся на два основных типа, которые соответствуют *репродуктивной и проблемной ориентации* образовательного процесса.

Инновации-модернизации, модернизирующие учебный процесс, направлены на достижение гарантированных результатов в рамках его традиционной репродуктивной ориентации. Лежащий в их основе технологический подход к обучению направлен, прежде всего, на сообщение учащимся знаний и формирование способов действий по образцу, ориентирован на высокоэффективное репродуктивное обучение.

Инновации-трансформации, преобразующие традиционный учебный процесс, направлены на обеспечение его исследовательского характера, организацию поисковой учебно-познавательной деятельности. Соответствующий поисковый подход к обучению направлен, прежде всего, на формирова-

ние у учащихся опыта самостоятельного поиска новых знаний, их применения в новых условиях, формирование опыта творческой деятельности в сочетании с выработкой ценностных ориентации.

Репродуктивная и проблемная ориентации образовательного процесса воплощаются в двух основных инновационных подходах к преобразованию обучения в современной педагогике – **технологическом и поисковом**.

Технологический подход модернизирует традиционное обучение на основе преобладающей репродуктивной деятельности учащихся, определяет разработку моделей обучения как организации достижения учащимися четко фиксированных эталонов усвоения. В рамках этого подхода учебный процесс ориентирован на традиционные дидактические задачи репродуктивного обучения, строится как "технологический", конвейерный процесс с четко фиксированными, детально описанными ожидаемыми результатами.

Поисковый подход преобразует традиционное обучение на основе продуктивной деятельности учащихся, определяет разработку моделей обучения как иницируемого учащимися освоения нового опыта. В рамках этого подхода к обучению целью является развитие у учащихся возможностей самостоятельно осваивать новый опыт; ориентиром деятельности педагога и учащихся является порождение новых знаний, способов действий, личностных смыслов.

Обобщенной базовой моделью в рамках поискового подхода является модель обучения как творческого поиска: от видения и постановки проблемы – к выдвижению предположений, гипотез, их проверке, познавательной рефлексии над результатами и процессом познания. Основными вариантами этой базовой модели являются модель обучения на основе систематического исследования (по типу естественнонаучного), модель обучения на основе игрового моделирования, модель обучения на основе дискуссии, совместной выработки позиций, принятия решений. В исследовании выявлена общая

черта различных вариантов этой базовой поисковой модели: изменение позиции учащегося, проживание им учебного процесса в роли активного его участника – участника исследования, игры, дискуссии.

Одним из ключевых понятий учебного процесса является понятие модель обучения. *Модель обучения* в инструментальном значении – это обозначение схемы или плана действий педагога при осуществлении учебного процесса, ее основу составляет преобладающая деятельность учащихся, которую организует, выстраивает педагог. Базовым основанием для разграничения моделей является заложенный в них в качестве основного ориентира характер учебной деятельности. Выделяют два типа таких ориентиров:

а) следование заданным эталонам (т.е. репродуктивная деятельность, усвоение и воспроизведение учащимися фиксированных знаний и способов деятельности), что соответствует традиционным дидактическим целям обучения как усвоения предъявленных образцов;

б) продуктивная, поисковая деятельность, направленная на создание учащимися нового продукта (прежде всего, интеллектуального, познавательного).

В качестве дополнительных характеристик *модели обучения* выступают следующие:

➤ характер и последовательность этапов обучения во времени;

➤ характер взаимодействия учителя и учащихся (соотношение и характер ролей учителя и учащихся, типичные способы реагирования учителя на действия учащихся);

➤ характеристика ожидаемых результатов обучения (педагогическая направленность модели).

В рамках каждой из базовых моделей ведутся дидактические поиски инновационной направленности, преобразующие характер обучения, при этом линии преобразований связаны как с типом преобладающей деятельности учащихся, которую

организует педагог, так и с характером и соотношением позиций учителя и учащихся.

Технологический подход реализуется в разработке таких технологических моделей обучения, которые направлены на достижение практически всеми учащимися заданных эталонных результатов на уровне гарантированного минимума на основе организации предъявления, стандартизованного контроля и коррекции текущих учебных результатов.

Педагог ставится в позицию оператора дидактических средств, учащийся занимает позицию одного из объектов конструируемого обучения с заведомо фиксированными результатами (обучаемого).

Поисковый подход реализуется в разработке таких процессуально-ориентированных моделей, которые направлены на освоение учащимися самостоятельно конструируемого нового опыта:

- **модели обучения** как организации систематической исследовательской деятельности;
- **модели обучения** как организации учебно-игровой, моделирующей деятельности;
- **модели обучения** как организации коммуникативно-диалоговой деятельности, активного обмена мнениями, творческой дискуссии.

В этих моделях учащийся ставится в инициативную (субъектную) позицию в ходе учебного процесса, педагог занимает позицию партнера-помощника в расширении и освоении учащимися непосредственно переживаемого опыта.

Всю совокупность методов преподавания и обучения на базе современных компьютерных и телекоммуникационных технологий условно разобьем на четыре основные группы по типу коммуникации между студентами и преподавателем:

- методы самообучения;
- педагогические методы "один - одному";
- преподавание "один - многим";

➤ образование на базе коммуникации "многие - многим".

Методы самообучения получили значительное развитие на базе современных информационных технологий. Если в традиционной образовательной системе самообучение происходило путем чтения книг, то новые технологии привели к развитию множества таких методов, при которых обучаемый взаимодействует с образовательными ресурсами при минимальном участии преподавателя и других обучаемых.

Для самообучения на базе современных технологий характерен мультимедиа подход, при котором образовательные ресурсы разрабатываются на базе множества разнообразных средств.

Педагогические методы "один - одному". Педагогические методы "один - одному", т.е. методы индивидуализированного преподавания и обучения, для которых характерны взаимоотношения одного обучаемого с преподавателем или с другим обучаемым, развиваются в современном образовании не только на основе непосредственного контакта, но и посредством таких технологий, как телефон, голосовая почта, электронная почта.

Преподавание "один - многим". Преподавание "один - многим", в основе которого лежит представление преподавателем учебного материала перед обучаемыми, не играющими активной роли в коммуникации, свойственно традиционной образовательной системе, но оно получает новое развитие на базе инновационных технологий. Так, лекции, записанные на аудио- или видеокассеты, читаемые по радио или телевидению, дополняются в инновационном образовательном процессе так называемыми "элекциями" (электронными лекциями), т.е. лекционным материалом, распространяемым по компьютерным сетям. Элекция может представлять собой не традиционный лекционный текст, а подборку статей или выдержек из них, а также учебных материалов, которые готовят обучающихся к будущим дискуссиям.

Образование на базе коммуникации "многие - многим" – это методы, для которых характерно активное взаимодействие между всеми участниками учебного процесса. Значение этих методов и интенсивность их использования существенно возрастает с развитием обучающих телекоммуникационных технологий. Интерактивные взаимодействия между самими обучающимися, а не только между преподавателем и обучающимися, становятся важным источником получения знаний.

Развитие этих методов связано с проведением учебных коллективных дискуссий и конференций. Технологии аудио-, аудиографических и видеоконференций позволяют активно развивать такие методы в инновационном образовании. Особую роль в учебном процессе играют компьютерные конференции, которые позволяют всем участникам дискуссии обмениваться письменными сообщениями, как в синхронном, так и в асинхронном режиме, что имеет большую дидактическую ценность.

Компьютерно-опосредованные коммуникации позволяют активнее использовать такие методы обучения, как дебаты, моделирование, ролевые игры, дискуссионные группы, мозговые атаки, методы номинальной группы, форумы, проектные группы и другие.

В качестве основных типов технологий, которые используются в инновационном образовании в настоящее время, можно выделить следующие:

- печатные материалы;
- аудио- и видеокассеты, видеодиски;
- телефон;
- радио и телевидение;
- электронная почта;
- компьютерные обучающие программы;
- телеконференции (аудиоконференции, аудиографические, видеоконференции, компьютерные конференции).

Развитие инновационного образования позволяет выделить те основания, на которых строится решение проблемы

выбора технологий в процессе управления инновациями в технологической основе образовательного процесса.

В качестве основных принципов эффективного выбора и использования технологий в инновационном учебном процессе можно выделить следующие положения:

➤ в учебном процессе важна не информационная технология сама по себе, а то, насколько ее использование служит достижению собственно образовательных целей;

➤ более дорогостоящие и наиболее современные технологии не обязательно обеспечивают наилучший образовательный результат. Наоборот, часто наиболее эффективными оказываются достаточно привычные и недорогие технологии;

➤ результат обучения существенно зависит не от типа коммуникационных и информационных технологий, а от качества разработки и предоставления курсов;

➤ при выборе технологий необходимо учитывать наибольшее соответствие некоторых технологий характерным чертам обучаемых, специфическим особенностям конкретных предметных областей, преобладающим типам учебных заданий и упражнений;

➤ наиболее эффективным при выборе технологий является мультимедиа подход, при котором необходимо стремиться к взаимодополнению различных технологий, эффекту их взаимодействия.

Технологические инновации приводят к существенному расширению множества педагогических методов и приемов, которые существенно влияют на характер преподавательской деятельности, тем самым оказывая воздействие в целом на развитие педагогической подсистемы.

Использование **новых технологий** в учебном процессе приводит к тому, что развиваются:

- новые педагогические методы и приемы;
- новая образовательная среда;
 - новый стиль работы преподавателей;
 - структурные изменения в педагогической системе.

Содержание инновационного обучения развивается на базе современных компьютерных и телекоммуникационных технологий, которые предоставляют средства для:

- организации и структурирования содержания образования;
- связи элементов содержания образования;
- использования различных видов информации;
- модульности и доступа к фрагментам содержания;
- представления курса как совокупности тем;
- разработки занятия как системы образовательных действий;
- представления образовательного действия как совокупности простых действий;
- разработки последовательности изучения материала;
- адаптации содержания учебного материала к особенностям обучаемых;
- развития содержания образования на разных уровнях: авторов курсов, преподавателей, методистов, студентов;
- ориентации в материале;
- использования профессиональных дискуссий в учебных целях и ряд других.

Основные проблемы в области содержания образования связаны с резким ростом объема преподаваемого материала и его постоянным обновлением. Резко обострилась проблема обеспечения учебного процесса учебными и методическими пособиями. Подготовка образовательных текстов и развитие образовательной среды как две составляющих разработки содержания образования сталкиваются сегодня с большими трудностями. Одна из них – это организация и структурирование учебной информации, заданий, упражнений и т.п., что составляет основу содержания образования. Поскольку элементы содержания образования, во-первых, очень разнородны по характеру и, во-вторых, имеют сложные взаимосвязи и взаимоотношения, постольку усложняется задача их организации в единый учебный процесс.

На современном уровне эта задача решается на основе новых информационных технологий. Современные технологии обработки информации, в частности информационные гипертехнологии, обеспечивают организацию и структурирование информации с помощью установления гиперсвязей.

Гипертекст позволяет устанавливать ассоциативные связи (гиперсвязи) между отдельными терминами, фрагментами, статьями в текстовых массивах, благодаря чему текст оказывается организованным не только от начала к концу, но и по тематическим линиям, по индексам, библиографическим указателям и т. п. – т. е. в соответствии с установленной структурой связи.

Гипермедиа технологии, т.е. такие, которые развиты на основе гипертекста, но обеспечивают работу и с нетекстовой информацией, позволяют организовать и структурировать учебный материал и в виде изображения, звука, речи, видеозаписи.

Набор обычных учебников, методических пособий, сборников упражнений и т. п. активно вытесняется современной информационной системой. Организация структурирования учебного материала в этой системе может осуществляться с помощью средств гипертехнологии. Эти средства позволяют представить учебный материал в виде иерархической сети элементов.

Электронные книги, энциклопедии разрабатываются на основе гипер- и мультимедиа технологий и главным образом обучение с их помощью базируется на методе информационного ресурса. Однако с педагогической точки зрения важно, чтобы электронные книги включали задачи и вопросы, которые позволили бы читателю проверить его понимание сути дела. То есть важным является сочетание метода информационного ресурса с методами компьютерных вопросов-ответов.

В гиперсистемах разработаны средства для установления эксплицитных, явных связей между иерархически организованными фрагментами. При этом не является необходимым

разъяснение того, почему авторы учебного материала решили предусмотреть явную связь между его определенными элементами. Существенным является то, что данная связь может осуществляться в учебном курсе.

Постепенное решение проблемы автоматического создания связей позволяет разрабатывать большие гипермедиа системы, что чрезвычайно актуально для развития содержания образования в форме современных информационных систем.

Технологии гипермедиа позволяют организовать, структурировать и связать между собой различные элементы содержания образования, которые могут быть не только в форме текста, но и в форме неподвижных и движущихся изображений, речи, звука, видеороликов и т. д. Это предоставляет разработчикам содержания образования колоссальные возможности организации педагогического процесса на качественно новом уровне.

Изучая какой-то материал и желая работать с определенным его фрагментом, пользователи не должны следовать длинными маршрутами через весь материал, чтобы добраться до определенной его части. Современные средства доступа позволяют быстро обратиться непосредственно к интересующему элементу содержания информационной системы.

Содержание образования можно рассматривать как совокупность курсов, а курс – как систему тем. Создание высококачественных занятий с использованием новых технологических возможностей – это современная задача по развитию содержания образования.

Сейчас развитие инструментальных средств для образования на основе новых информационных технологий порой значительно опережает их использование в преподавании конкретных дисциплин. Это связано с трудностями разработки содержательной части курсов, проблемами наполнения программных оболочек конкретным учебным материалом.

Современные информационные технологии предоставляют богатый набор средств для разработки образовательных

действий, а именно, представление информации в различной форме с разными графическими, звуковыми и видеоэффектами, возможности моделирования, обучающего диалога с компьютером, деловых игр и т. п. Важно использовать эти средства при разработке содержания конкретных занятий, тем в соответствии с образовательными целями, которые стоят перед автором обучающего материала.

Каждое образовательное действие можно рассматривать как набор простых действий. Простое действие заключается в том, чтобы прочитать какой-то фрагмент текста, что-то прослушать или посмотреть на экране компьютера или видео, включиться в какую-то компьютерную игру или выполнить определенное задание вдали от компьютера и т. п. Разработка системы таких простых действий с использованием всех богатых возможностей, предоставляемых современными технологиями работы с информацией, – это и есть основа деятельности по развитию содержания образования на современном уровне.

Организация учебного материала должна быть дополнена знаниями о том, как использовать этот хорошо структурированный материал для достижения образовательных целей.

Один из путей разработки последовательности изучения материала в курсе – это конструирование predetermined туров, которыми пользователи смогут следовать в случае, если у них нет достаточной уверенности в себе для того, чтобы изучать материал самостоятельно выбранным путем.

Те пользователи, которые чувствуют себя в изучаемой предметной области достаточно уверенно, могут осуществлять направляемое изучение материала. Средства для такого способа освоения содержания образования также развиваются в области компьютерных технологий обучения.

То, что пользователь самостоятельно может выбрать режим изучения материала, – туры или направляемое изучение – является важной характеристикой учебного процесса.

Диагностика состояния обучаемого и адаптация содержания учебного материала к особенностям его конкретного освоения в том или ином учебном процессе – это задачи, которые решаются разработчиками современных компьютерных обучающих систем.

Электронные книги с целью адаптации содержания учебного материала к специфическим характеристикам индивидуальных пользователей снабжаются механизмами создания профилей, параметров пользователей. В таком профиле накапливается информация об исходных знаниях пользователя в изучаемой предметной области, его опыте, предпочтениях, творческих возможностях и т.п. В зависимости от вида такой характеристики пользователя выбирается определенный стиль, стратегия и тактика освоения учебного материала, формируется конкретное содержание процесса обучения.

Если в традиционных системах компьютерного обучения среда автора-разработчика и среда обучения отделены друг от друга, то в гиперсистемах этого нет. Эти системы имеют существенно более простую структуру, которая делает легко осуществимыми редактирование и внесение дополнительного материала (как связей, так и узлов) в существующую гипермедиа базу данных. Таким образом, внесение различных изменений и дополнений в учебный материал, которое иногда называется "перекраиванием" информационной системы, оказывается возможным на всех уровнях ее разработки и использования.

С целью предоставления возможности развивать содержание образования целесообразно наиболее активно использовать аннотации. Они позволяют добавить замечания к любому образовательному действию на различных операционных уровнях (от автора до пользователя), задавать новые личные туры и отвергать заложенные в уроке туры, обеспечить связь между различными пользователями обучающего материала и т.п.

Разработчики инструментальных средств компьютерного обучения часто пытаются объединить в одной системе разные

средства навигации. Наиболее часто объединяются вместе такие средства ориентации в материале, как содержательная страница, алфавитный индекс тем, ориентация по карте и другие. Каждое из этих средств может быть предпочтительнее при конкретных обстоятельствах процесса обучения в определенном курсе или для некоторого пользователя.

При разработке содержания современного образования важно использовать основанные на компьютерных технологиях методы рефлексии и формализации профессиональных знаний в целях обучения. Такие методы позволяют выявлять, эксплицировать то неформальное знание, которое профессионалы ежедневно используют в своей практике, делать его предметом изучения, и таким образом обеспечивать опережающий характер обучения.

Содержание педагогической деятельности в инновационном образовательном процессе существенно отличается от традиционной.

Во-первых, значительно усложняется деятельность по разработке курсов, поскольку быстро развивается ее технологическая основа. Она требует от преподавателя развития специальных навыков, приемов педагогической работы. Кроме того, современные информационные технологии выдвигают дополнительные требования к качеству разрабатываемых учебных материалов в основном из-за открытости доступа к ним как большого числа обучаемых, так и других преподавателей и экспертов, что в принципе усиливает контроль за качеством этих материалов.

Во-вторых, особенностью современного педагогического процесса является то, что в отличие от традиционного образования, где центральной фигурой является преподаватель, центр тяжести при использовании новых информационных технологий постепенно переносится на студента, обучающегося, который активно строит свой учебный процесс, выбирая определенную траекторию в развитой образовательной среде. Важной функцией преподавателя становится поддержать обу-

чающегося в его деятельности, способствовать его успешному продвижению в море учебной информации, облегчить решение возникающих проблем, помочь освоить большую и разнообразную информацию.

В-третьих, предоставление учебного материала, предполагающее коммуникацию преподавателя и обучаемых, требует в современном образовании более активных и интенсивных взаимодействий между ними, чем в традиционном классе, где преобладает как бы обобщенная обратная связь учителя со всем классом, а взаимодействие учителя с отдельным учеником довольно слабое. Современные коммуникационные технологии позволяют сделать такое взаимодействие намного более активным, но это требует от преподавателя специальных дополнительных усилий.

Итак, основные изменения в педагогической деятельности при инновационном обучении, по сравнению с традиционным, следующие:

- усложнение деятельности по разработке курсов в связи с быстрым развитием технологической основы обучения;
- необходимость специальных навыков и приемов разработки учебных курсов;
- усиление требований к качеству учебных материалов в связи с открытостью доступа к ним; усиление контроля за качеством учебных материалов;
- возрастание роли обучаемого в учебном процессе, смещение центра (фокуса) учебного процесса от преподавателя к студенту;
- усиление функции поддержки студента, помощи ему в организации индивидуального учебного процесса;
- возможность обратной связи преподавателя с каждым обучающимся при использовании новых коммуникационных технологий, в отличие от обобщенной обратной связи преподавателя с традиционной группой.

Таким образом, в связи с применением современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в сфере

образования происходят существенные изменения в преподавательской деятельности, месте и роли преподавателя в учебном процессе, его основных функциях.

Именно эти изменения, а не вытеснение преподавателей компьютерами и видеоустановками характерны для современного образования. Развитие образования, основанного на новых информационных технологиях, показывает необоснованность опасений того, что применение этих технологий приведет к сокращению числа преподавателей, увеличению их безработицы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Хасия, Т. В.** Педагогические инновационные технологии в вузе / Т. В. Хасия / Актуальные вопросы современной педагогики : материалы междунар. заоч. науч. конф.. – Уфа : Лето, 2011. – С. 120-122.

© Левченко О. Ю., 2012

УДК 346.543.1
ББК 67.404

О. Ю. Левченко

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОДХОД В СОВРЕМЕННОМ ИНОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАНИИ

В статье рассматриваются особенности социокультурного подхода к обучению иностранным языкам.

Процессы глобализации, интенсивное развитие международных связей в различных сферах деятельности, изменения, происходящие в системе российской высшей школы в свете решений Болонского соглашения (2003), существенно повышают требования к иноязычному образованию.

Современный социальный заказ общества направлен на обучение иностранному языку как средству межкультурной коммуникации, формирование личности готовой к межкультурному общению и диалогу культур. Одним из актуальных направлений деятельности является интернационализация образования, проявляющаяся в возрастающей роли международного сотрудничества в сфере предоставления образовательных услуг, возрастание академической мобильности студентов и преподавателей.

М. Н. Ветчинова под иноязычным образованием понимает «целостно организованный педагогический процесс обучения, воспитания и развития учащихся в рамках предмета «иностран- ный язык», который способствует становлению опыта творческой деятельности, духовному развитию личности обучающихся и формированию их культуры» [1, с. 3].

Практика показывает, что улучшению качества иноязычного образования способствует использование информационных технологий, метода проектов, технологии «Языковой портфель», ролевых и деловых игр, ситуационного анализа. Вместе с тем в организации иноязычного образования остается ряд проблем, в числе которых можно назвать сохранение многообразия изучаемых иностранных языков и обеспечения преемственности их изучения на всех уровнях образовательной системы.

А. Н. Щукин рассматривает подход в качестве самой общей методологической основы обучения. Следует отметить, что последние десятилетия характеризуются активной интеграцией в парадигму лингводидактики концепта «культура». В отечественной лингводидактике идея соизучения языка и культуры нашла своё выражение в разработке ряда методических подходов: лингвострановедческого (Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров, 1971), социокультурного (В. В. Сафонова, 1992), лингвокультуроведческого (В. П. Фурманова, 1994), лингвокультурологического (В. В. Воробьёв, 1997) и межкультурного (Г. В. Елизарова, 2001), являющихся логическим продолжением коммуникативного подхода.

А. Н. Щукин считает, что социокультурный подход к обучению иностранному языку предполагает в процессе занятий тесное взаимодействие языка и культуры его носителей. Результатом обучения, наряду с коммуникативной будет выступать и социокультурная компетенция, «обеспечивающая использование языка в условиях определенного культурного контекста на основе диалога культур» [2, с. 103].

Анализируя особенности социокультурного подхода к преподаванию иностранного языка, А. Н. Щукин пишет, что существуют две тенденции интерпретации фактов языка и культуры в учебных целях: 1) от фактов языка к фактам культуры; 2) от фактов культуры к фактам языка [2, с. 103].

Социокультурная компетенция, являясь компонентом иноязычной коммуникативной компетенции, представляется сложным и многоаспектным явлением. Она обеспечивает

возможность ориентироваться в аутентичной языковой среде, прогнозировать возможные социокультурные препятствия в условиях межкультурного общения и находить возможные способы их устранения. Безусловно, самым эффективным средством развития социокультурной компетенции является пребывание в стране изучаемого языка. Однако, ввиду того, что не всегда имеется возможность обеспечить подобные условия, необходим поиск эффективных путей и способов развития социокультурной компетенции вне языковой среды.

Как известно, главным социокультурным компонентом содержания обучения является учебный текст, который должен быть аутентичным. Аутентичным традиционно принято считать текст, не предназначенный изначально для учебных целей, а взятый из реальной жизни. В многочисленных лингводидактических исследованиях убедительно доказано преимущество использования аутентичных материалов при подготовке к межкультурной коммуникации. В процессе обучения иностранному языку необходимо использовать тексты разных типов: художественные, прагматические, газетные, эпистолярные. Примерами аутентичных прагматических материалов являются анкеты, проездные и входные билеты, этикетки, карты, чеки, рекламные проспекты, схемы.

Одним из эффективных путей развития социокультурной компетенции обучаемых являются аудиотексты, записанные в реальных ситуациях иноязычного общения. Аутентичные диалоги представляет собой образец (стереотип) речевого и неречевого поведения, привязанного к определенному месту, характерный для иной социокультурной общности. Использование аутентичных средств обучения позволяет погрузить обучаемых в социокультурный контекст, формирует языковую личность медиатора культур (Г. В. Елизарова), готового к вступлению в различные типы социальных взаимоотношений с носителями языка.

Большую роль в формировании социокультурной компетенции играет использование мультимедийных энциклопедий, совмещающих в себе текстовую, аудио- и видеоинфор-

мацию. Построение таких энциклопедий по технологии гипертекста дает возможность свободного перемещения по информационному пространству, что позволяет существенно расширить объем социокультурных знаний.

Важное значение в этой связи имеет сеть Интернет, которая может рассматриваться как виртуальная социокультурная и языковая среда. Успешному формированию социокультурной компетентности способствует использование пословиц, поговорок и афоризмов страны изучаемого языка, знакомство с поэзией и литературой, образцами музыкальной культуры.

Итак, исследование проблемы соизучения языка и культуры, с одной стороны имеют давнюю традицию, а с другой, несмотря на наличие целого ряда научных работ общего и частного характера, продолжает оставаться недостаточно разработанным как в общетеоретическом плане, так и в прикладных аспектах. Социокультурный подход является сегодня основополагающим подходом, позволяющим подготовить учащихся к межкультурному общению. В процессе формирования социокультурной компетенции могут использоваться различные средства, однако, аутентичные материалы являются оптимальным средством иноязычного образования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Ветчинова, М. Н.** Теория и практика иноязычного образования в отечественной педагогике второй половины XIX - начала XX вв.: автореф. дис. ...д-ра. пед. наук / М. Н. Ветчинова. – М., 2009. – 50 с.

2. **Щукин, А. Н.** Обучение иностранным языкам: теория и практика / А. Н. Щукин. – М. : Филоматис, 2007. – 480 с.

© Линева Н. А., 2012
© Марусик А. В., 2012

УДК 311.313
ББК 60.6

Н. А. Линева
А. В. Марусик

**ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОМ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО
ФИЛИАЛА ОАО «СИБИРЬТЕЛЕКОМ» Г. ЧИТА**

В статье проводится анализ системы стимулирования сбыта ОАО «Сибирьтелеком». Представлен подробный анализ Программы лояльности для клиентов. Разработаны практические рекомендации по применению программы стимулирования сбыта в деятельности ОАО «Сибирьтелеком».

Последние десятилетия ознаменованы бурным развитием высоких технологий, в том числе в области телекоммуникации и Интернет. На сегодняшний день это направление остается наиболее прибыльным и перспективным. Привлекательность рынка телекоммуникаций порождает жесткую конкуренцию в этом секторе экономики. При этом для выживания необходимым условием конкурентоспособности и успешного функционирования компаний являются не только новые уникальные технологии, но и четкая ориентация на потребителя и всестороннее применение маркетинговых стратегий. Поэтому актуальность исследований связана, в первую очередь, с необходимостью изучения современных тенденций развития рынка телекоммуникаций, которые несут научно-технические достижения в другие сферы, способствуют развитию глобализации мирохозяйственных связей.

В современных условиях рыночной экономики стимулирование сбыта продукции начинает играть важную роль для

успешной деятельности любого предприятия. Также объективным фактором возрастания роли стимулирования является то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации. Поэтому все большее число предприятий прибегает к стимулированию сбыта, как к средству, которое может эффективно поддержать рекламную кампанию.

Забайкальский филиал ОАО «Сибирьтелеком» является одним из лидеров телекоммуникационного рынка Забайкальского края. Это прогрессивная, ориентированная на будущее компания с большим опытом работы на территории области и потенциалом роста. Надежный оператор, предоставляющий телекоммуникационные решения и обслуживание на уровне мировых стандартов. Гибкое, современное, технологичное, предприятие, направленное на удовлетворение платежеспособного спроса населения, коммерческих и государственных предприятий, практикующее дифференцированный подход, способный удовлетворить разнообразные запросы клиентов. Честный и надежный партнер, ориентированный на построение долгосрочных взаимовыгодных отношений.

Деятельность филиала ОАО «Сибирьтелеком» осуществляется в условиях жесткой конкуренции. На рынке местной телефонной связи присутствуют 5 крупных операторов. Принципиальными конкурентами на рынке Забайкальского края являются альтернативные операторы, такие как ОАО «Локтелеком», ОАО «ППГХО», ОАО «Российские железные дороги». ОАО «Локтелеком» предлагает клиентам услуги местной телефонной связи в пакете с услугами широкополосного доступа в Интернет.

Забайкальский филиал является на текущий момент лидером в Забайкальском крае по доле рынка местной телефонной связи. По услугам внутрizonовой связи Забайкальский филиал имеет 100 % долю рынка.

На рынке Интернет и передачи данных присутствуют 6 основных операторов. Принципиальными конкурентами яв-

ляются ООО «МультиКабельные сети Читы», ЗАО «Компания ТрансТелеКом», ЗАО «Чита Онлайн».

Поэтому организация управления сбытом услуг на сегодняшний день является весьма актуальной задачей. В связи с вышеизложенным проанализируем мероприятия, которые направлены на создание благоприятного отношения клиентов к услугам ОАО "Сибирьтелеком" и разработаем рекомендации по совершенствованию деятельности стимулирования сбыта отдельных видов услуг Забайкальского филиала ОАО «Сибирьтелеком».

Для повышения ценности услуг ОАО «Сибирьтелеком» в глазах клиента и выстраивания долгосрочных отношений, была разработана Программа лояльности – совокупность мероприятий, организуемых с целью формирования благоприятных, уважительных отношений, основанных на эмоциях и доверии между абонентами и ОАО «Сибирьтелеком», каждое из которых запускается как отдельный проект. Программа призвана координировать, анализировать эффективность всех мероприятий, направленных на повышение лояльности абонентов.

Необходимость разработки данной программы была связана со следующими предпосылками:

- выросло количество альтернативных услуг у компаний-конкурентов ОАО «Сибирьтелеком»;
- упростился доступ абонентов ОАО «Сибирьтелеком» к информации об альтернативных услугах, предоставляемых в других компаниях;
- массовая реклама стала менее эффективной;
- вырос спрос на индивидуализированные услуги;
- стало выгоднее удержать постоянных клиентов, чем искать новых.

В настоящее время в Обществе действуют следующие мероприятия, которые можно классифицировать как мероприятия, направленные на повышение лояльности клиентов, т.к. расширяют права абонентов по сравнению с минималь-

ными требованиями, установленными действующим законодательством:

➤ ОАО «Сибирьтелеком» предоставляет возможность оплаты предоставления доступа к сети электросвязи с рассрочкой платежа на срок до 12 месяцев с первоначальным взносом от 10 % и более от установленного тарифа;

➤ увеличен срок, в течение которого помещение остается телефонизированным после прекращения договора с выбывшим абонентом, до 6 месяцев для удобства новых жильцов указанного помещения;

➤ при переключении абонентского номера в пределах зоны обслуживания одного узла связи сети телефонной связи исключено условие об одновременном владении (или пользовании) двумя помещениями, что упрощает переключение абонентского номера при переезде абонента в нетелефонизированное помещение.

Также, на лояльность абонентов ОАО «Сибирьтелеком» влияет вся деятельность Общества, в том числе: обслуживание, техническая поддержка, качество услуги, реклама и PR, тарифная политика, потребности клиента, мотивационная политика персонала в общем процессе деятельности Общества, программы лояльности конкурентов.

Программа лояльности действует как отдельная совокупность мероприятий. Каждое отдельное мероприятие Программы направлено на удовлетворение потребностей только выделенной группы клиентов и взаимодействует с любым из направлений деятельности компании.

Основным отличием Программы лояльности от другой деятельности Общества, направленной на повышение удовлетворенности клиентов, является выделение сегмента потребителей услуг Общества по определенному ключевому признаку с целью повышения или стабилизации уровня потребления в данном сегменте в долгосрочном периоде.

Для формирования предложений, максимально ориентированных на потребность ключевых клиентов, а также для вы-

яснения реакции абонентов на конкретные мероприятия используются следующие механизмы сбора информации о потребительских ожиданиях:

- сайт компании (форум, чат);
- жалобы и обращения клиентов;
- анкетирование в офисах продаж и обслуживания;
- процедура «тайного покупателя»;
- опрос сотрудников компании;
- привлечение сторонних организаций, специализирующихся на маркетинговых исследованиях по лояльности абонентов.

Успешность Программы лояльности во многом зависит от выбора типа поощрения клиентов. При этом важно, чтобы выбранные методы стимулирования соответствовали ожиданиям клиентов. Привилегии, предоставляемые клиентам, должны быть уникальными и соответствовать профилю клиента. Это напрямую связано с одним из главных параметров любой Программы лояльности – «ценностью». Потребитель должен воспринимать участие в Программе лояльности как нечто ценное для себя. Иначе любая, даже самая дорогая Программа лояльности работать не будет.

Ниже перечислены типы поощрения, которые используются и планируются к применению в рамках Программы лояльности ОАО «Сибирьтелеком»:

1. Прогрессивная шкала скидок. Данная система скидок предназначена для стимулирования пользования услугами связи в большем количестве. Чем больше у абонента начислений за расчетный период, т.е. чем больше абонент пользуется услугами связи, в том числе дорогостоящими, тем больше у него скидка на следующий месяц. Разрабатывается шкала по начислениям, в соответствии с которой определяется процент скидки.

Механизмы выполнения следующий:

➤ абоненту в месяце, следующим за расчетным, предоставляются услуги связи дешевле на определенный процент, соответствующий шкале начислений;

➤ абоненту в месяце, следующим за расчетным, возвращается сумма на счет в размере скидки, соответствующей шкале начислений.

2. Бонусы, накопительные скидки. Данная система направлена на поощрение положительной потребительской истории абонента ОАО «Сибирьтелеком». Разрабатывается система бонусов и накопительных скидок, в которых учитывается определенный номинал. Номинал исчисляется в любых единицах, таких как в минутах, мегабайтах, рублях.

Варианты условий получения бонусов:

➤ если абонент по внутризонавой связи в течение 12 месяцев разговаривал на 200 минут больше номинала, то в следующих трех месяцах ему будет предоставлен бонус в виде бесплатных 100 минут;

➤ если абонент в течение 12 месяцев оплачивал услуги в установленный срок, то на 13-ый месяц ему возвращается на лицевой счет денежная сумма в определенном размере.

3. Особые условия обслуживания. Данный вид поощрения применяется для абонентов, приносящих большой доход, то есть для VIP-клиентов и для абонентов, ориентированных на пользование услуг с дорогостоящими или эксклюзивными пакетами, продвижение которых имеет стратегическое значение для компании. Условия обслуживания должны отличаться от условий обслуживания большинства клиентов.

Варианты механизмов обслуживания VIP – клиентов:

➤ выделенное обслуживание в центрах обслуживания вызовов (далее - ЦОВ) с высоким уровнем доступности и высоким уровнем профессионализма специалистов, что позволит сократить время нахождения в общей очереди.

➤ персональный менеджер;

➤ выделенный офис, отдел по обслуживанию VIP – клиентов с удобной автопарковкой;

- поздравления абонентов, в том числе с днем рождения;
- при общей очереди – приоритет в обслуживании VIP – клиента.
- создание привлекательных тарифных предложений, ориентированных на VIP-клиентов и т.д.

4. Призы, награды, лотереи, подарки и т. п. При данном типе поощрения абоненту вручаются призы, подарки, если он будет в течение определенного времени пользоваться определенной услугой.

5. Доступ к ресурсам, закрытым для остальных клиентов. Абоненту дается право пользоваться закрытыми ресурсами, теми, которые для остальных клиентов не доступны. Данный метод в основном используется при продвижении на рынок новой услуги, при необходимости ее тестирования или для придания значимости определенному сегменту абонентов.

6. Клубы и объединения. Клубы и объединения создаются с целью повысить лояльность клиентов, пользующихся определенной услугой. Клуб обладает своей символикой, члены клуба владеют брэндовыми стильными аксессуарами. Членство в клубе повышает значимость клиента, его уникальность, повышает его лояльность ко всему Обществу.

Проекты, направленные на мотивацию сотрудников:

1. «Подари идею». Необходимо консолидировать идеи, предложения от сотрудников ОАО «Сибирьтелеком» в рамках концепции Программы лояльности. Как инструмент использовать «горячую линию», внутреннюю почту. Раз в квартал, сотрудники, идеи, которых внедрены в практику деятельности Общества, будут поощряться. Качественные идеи будут поощряться памятными призами, подарками, грамотами и т.п., иными инструментами нематериальной мотивации. Идеи, которые были экономически обоснованы, внедрены в практику и принесли доход Обществу, будут поощряться специальными премиями в рамках действующего положения о премировании.

2. «Лучшая практика». Необходимо выявлять лучшие практики деятельности Общества и внедрять их в деятельность всего Общества. Использовать инструменты нематериальной мотивации.

Так как Программа лояльности состоит из отдельных мероприятий, то расчет экономической эффективности необходимо проводить для каждого из запускаемых мероприятий.

В экономическом расчете учитываются такие составляющие как: динамика продаж, индекс возврата маркетинговых инвестиций (отношение среднего увеличения прибыли к объему инвестиций), сравнительный анализ поведения клиентов, принявших участие в программе и не участвовавших, средняя стоимость потребленных услуг, их число и т. д., прибыль от прихода новых клиентов.

В рамках существующей Программы лояльности за 2011 год Забайкальским филиалом ОАО «Сибирьтелеком» были проведены следующие рекламные акции по услугам местной телефонной связи и услугам доступа в Интернет:

Акция «Деловое предложение».

Данная акция была разработана только для юридических лиц. В рамках этой акции были снижены тарифы на предоставление доступа к сети местной телефонной связи независимо от типа абонентской линии (проводная линия или радиолития) для владельцев телефонизированного помещения. В акции могли участвовать только абоненты, которые предоставили информацию (документы) о наличии одного телефона или устанавливали одновременно 2 и более телефонов.

Акция «К 2012 году телефон за 2012 рублей».

Данная акция проводилась среди абонентов - физических лиц Забайкальского края. В рамках данного мероприятия были снижены тарифы на предоставление доступа к сети местной телефонной связи для владельцев нетелефонизированного помещения.

Акция «Летнее ускорение».

Рекламная кампания была направлена как на юридические, так и на физические лица. Акция была направлена на снижение стоимости подключения к услуге доступа в Интернет.

Акция «Мешок скидок».

В рамках акции наблюдалось снижение стоимости пакетных услуг (т.е. снижение тарифов и предоставление модема по более низкой цене).

Для разработки рекомендаций по совершенствованию деятельности стимулирования сбыта отдельных видов услуг Забайкальского филиала ОАО «Сибирьтелеком» проведены маркетинговые исследования.

Для исследования использовался метод сбора вторичной информации (внутренняя документация).

Разработка маркетинговых мероприятий, основной целью которых является стимулирование продаж, для услуг предоставления доступа к Интернету по выделенным линиям и беспроводным технологиям. Данное мероприятие будет направлено на уменьшение предлагаемых безлимитных тарифов. В результате уменьшения тарифных планов планируется подключение большего числа абонентов (физических лиц) к сети Интернет, увеличение привлекательности и конкурентоспособности услуг широкополосного доступа (Webstream), а также в дальнейшем рост доходов компании.

Такое решение является временным и разрабатывается на 2 месяца. В случае успешного проведения программы, данный маркетинговый ход будет внедряться на постоянную основу. Для более успешного продвижения услуги необходимо использовать рекламные каналы, что обеспечит большой охват аудитории. Рекламную кампанию планируется провести в средствах массовой информации, также необходимо размещение информации в сети Интернет и на внутрисетевых ресурсах и печать листовок и плакатов по новому тарифному предло-

жению. Весь рекламный планируется распределить по рекламным носителям:

- радио;
- интернет;
- телевидение;
- промоуш мероприятия.

Наибольший удельный вес занимают такие каналы, как радио и телевидение. Это связано с тем, что данные виды рекламы являются самыми «массовыми» и самыми «навязчивыми». Такая реклама достигает широкого охвата за достаточно короткий период времени.

При разработке тарифной политики на услуги широкополосного доступа к сети Интернет, учитывались аналогичные предложения конкурентов Забайкальского филиала ОАО «Сибирьтелеком». В результате, было принято решение о внедрении следующих тарифов для населения.

Таблица 1

Услуги предоставление Интернет и внутрисетевого трафика

Наименование услуги (тарифный план)	Действующий тарифный план, руб.	Предлагаемый тарифный план, руб.	Изменение в руб.
«Трасса 99»	499	449	-50
«Марс»	850	650	-200
«Венера»	1300	1050	-250
«Земля»	1600	1250	-350
«Нептун +»	2000	1550	-450
«Уран +»	2500	2100	-400

Предлагаемые тарифные планы отличаются от предложений конкурентов меньшей стоимостью, и это должно послужить большим преимуществом для граждан при выборе интернет-провайдера.

Всего, по итогам маркетингового мероприятия планируется прирост абонентской базы на 1500 человек. За основу данного прогнозного значения взят средний прирост абонентов за квартал, увеличенный на объем продаж, который достигался во время предыдущих рекламных мероприятий.

Помимо этого для расчета прироста абонентской базы в разрезе тарифных планов учитывались результаты маркетингового исследования. Был произведен подсчет респондентов, подключенных к тому или иному тарифному плану. Полученные доли распространены на весь планируемый прирост. В итоге, увеличение абонентов в тарифных планах ожидается следующим образом:

«Трасса 99» - 218 человек;

«Марс» - 400 человек;

«Венера» - 420 человек;

«Земля» - 290 человек;

«Нептун +» - 142 человек;

«Уран +» - 30 человек.

Таким образом, проведенные маркетинговые исследования позволили разработать маркетинговые мероприятия по совершенствованию форм и методов стимулирования сбыта Забайкальского филиала ОАО «Сибирьтелеком», повысить привлекательность и конкурентоспособность услуг по предоставлению доступа в Интернет. Основой маркетинговых мероприятий является предложение тарифов с меньшей стоимостью, чем у конкурентов. По итогам проведенных мероприятий прогнозируется увеличение абонентской базы на 1500 человек.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Ерёмин, В. Н. Маркетинг : основы и маркетинг информации : учебник / В. Н. Ерёмин. – М. : КНОРУС, 2006.

– 656 с.

2. **Котлер, Ф.** Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. –2-е изд.– СПб. : Питер, 2006. – 464 с

3. **Рыбченко, С. А.** Методы стимулирования сбыта : учеб. пособие / С. А. Рыбченко, Т. В. Евстигнеева. – Ульяновск : УлГТУ, 2007. – 184 с.

4. **Особенности маркетинга на телекоммуникационном рынке** [Электронный ресурс] // – . – Режим доступа: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mId_3558_aId_305920.html.

5. **История развития электрической связи в Забайкалье** [Электронный ресурс] // – . – Режим доступа: <http://chita.sibirtelecom.ru/?history>.

УДК 346.26
ББК 67.404

Н. А. Линева

**ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА СИНТЕТИЧЕСКИХ МОЮЩИХ
СРЕДСТВ В ТД «БАРИС»**

В статье приводятся данные маркетинговых исследований по изучению спроса на синтетические моющие средства, реализуемые ТД «Барис».

Выпуск изделий в рыночной экономике, с точки зрения маркетинга, должен быть направлен на удовлетворение разнообразных запросов населения с учетом местных, национальных и климатических условий, поэтому первостепенное внимание в магазинах должно быть обращено на формирование товарного ассортимента, как развивающегося во времени процесса установления такой номенклатуры товаров, которая удовлетворяла бы спрос населения.

Формирование ассортимента товаров в розничных торговых предприятиях – сложный процесс, осуществляемый, с учетом действия целого ряда факторов. Эти факторы можно подразделить на общие (не зависящие от конкретных условий работы того или иного торгового предприятия) и специфические (отражающие конкретные условия работы данного предприятия).

Покупательский спрос выступает в качестве основного фактора, влияющего на формирование ассортимента, которое направлено на максимальное удовлетворение спроса населения и вместе с тем на активное воздействие на спрос в сторону его расширения. Формирование ассортимента и покупатель-

ский спрос в своем развитии взаимосвязаны. Существенные изменения в спросе должны сопровождаться и изменениями в сформированном ассортименте.

Поэтому исследование спроса на сегодняшний день является весьма актуальной задачей для торговых предприятий.

Целью данных исследований является изучение спроса синтетических моющих средств, реализуемых в ТД «Барис» (ИП Раднаева С. Б.).

Для выявления потребительских предпочтений на рынке бытовой химии был проведен опрос потребителей. Для сбора информации была разработана анкета.

Необходимый объем выборки был рассчитан по формуле:

$$n = Pgt^2 / \Delta^2p \quad (1)$$

где n – необходимый объем выборки;

p – доля потребителей, пользующихся товарами бытовой химии ТД «Барис» ($g=1-p$);

g – доля потребителей не пользующихся товарами бытовой химии ТД «Барис»;

Δ^2p – допускаемая нами ошибка выборки для доли (заданная точность);

t – коэффициент доверия, вычисляемый по таблицам в зависимости от вероятности, с которой можно гарантировать, что предельная ошибка не превысит t – кратную среднюю ошибку (при вероятности 0,990 он равен 3, а при вероятности 0,999 – 3,28; чаще всего опираются на вероятность 0,954, при которой t составляет 2).

$$n = 0,15 * 0,85 * 4 / 0,0025 = 204$$

Было опрошено 204 человек. Из них 86 % опрошенных составляют женщины и 14 % - мужчины в возрасте от 20 лет и старше.

Исследование предпочтений потребителей к маркам СМС показало, что наибольшей популярностью среди марок

бытовой химии пользуются марки Нэфис Косметикс и Калина. Это обусловлено тем, что ассортимент этих производителей представлен достаточно широко (Рис. 1).

Исследование предпочтений потребителей к критериям выбора СМС показало, что главным критерием выбора является качество товара (62 %) (рис.2).

По результатам исследования предпочтений потребителей к каналам информирования нами было установлено, что наибольшую долю занимает телевизионная реклама, а также советы знакомых и друзей – 38 % и 36 % соответственно.

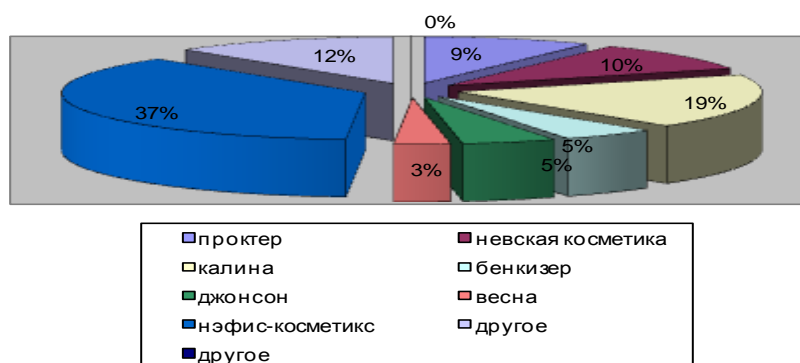


Рис. 1. Предпочтения потребителей к маркам СМС

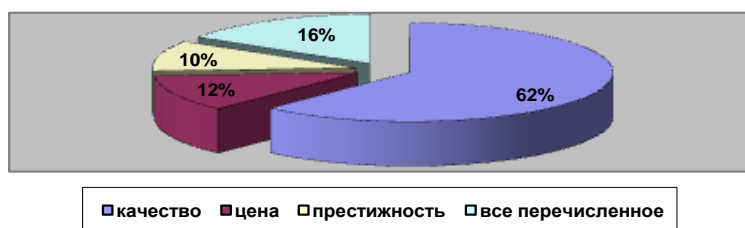


Рис.2. Критерии выбора СМС

Сравнительно небольшое количество опрошенных покупателей обращают внимание на печатную рекламу и рекламу на радиостанциях (Рис. 3).

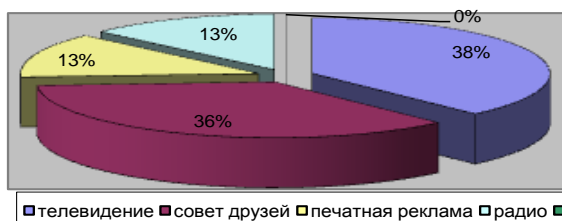


Рис.3. Каналы информирования потребителей о товарах бытовой химии

Таким образом, можно сделать вывод, что потребители получают информацию о СМС из различных источников информирования, но наибольшую долю занимают реклама на телевидении и советы друзей.

Большинство покупателей (54 %) приобретают СМС один с разной частотой, можно отметить, что по мере необходимости. Один раз в месяц покупают СМС - 24 %, 18 % - один раз в неделю и 4 % - несколько раз в месяц (рис. 4).

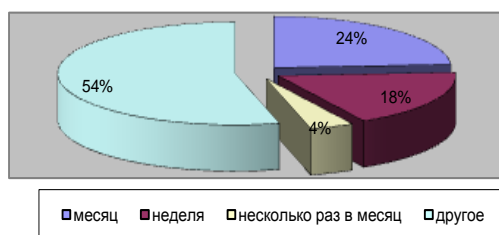


Рис.4. Частота покупок СМС

Большинство покупателей (54 %) приобретают СМС один с разной частотой, можно отметить, что по мере необходимости. Один раз в месяц покупают СМС - 24 %, 18 % - один раз в неделю и 4 % - несколько раз в месяц (рис. 4).

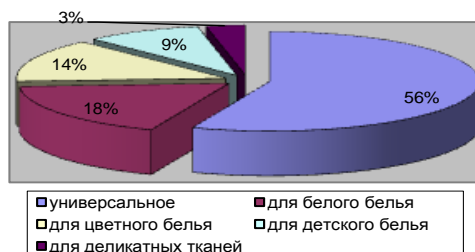


Рис. 5. Вид СМС, чаще всего используемого потребителем

Исследование предпочтений потребителей к определенным видам СМС показало, что наибольший удельный вес занимает универсальные средства, предназначенные для стирки из различных тканей (рис.5).

При выявлении предпочтений к определенным видам марок СМС получено следующее: наибольшим спросом пользуется марка СМС «Лоск» - 21 %, далее «Сорти» - 18 %, «Сарма» - 12 %, «Ушастый нянь» - 9 %. Марки «Тайд» и «Миф» пользуются спросом у 8 % респондентов, остальные марки СМС от 1-5 % (рис.6).

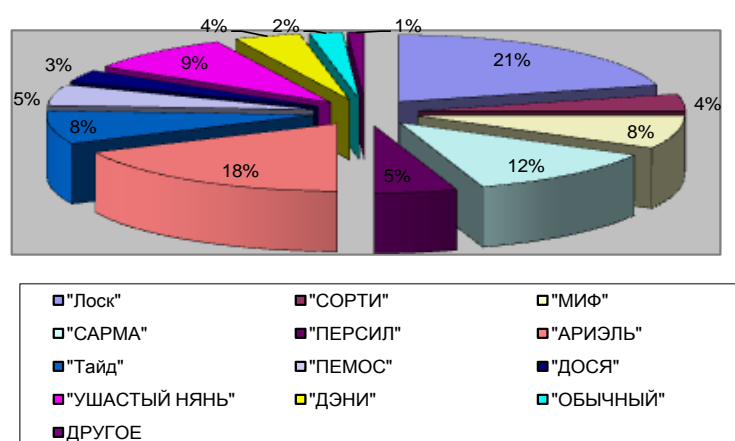


Рис. 6. Предпочтения потребителей к определенным маркам стирального порошка

Изучение спроса в зависимости от объема упаковки СМС показало, что наибольшее число респондентов (38 %) предпочитают расфасовку порошка от 350 – 400 г., от 15 – 24 % потребителей предпочитают вес упаковки от 1 – 2 кг. Следует заметить, что наименьшее количество респондентов (2-7%) предпочитают расфасовку порошка и от 3 до 6 кг. (рис.7).

Отсюда следует, что торговым работникам при закупе синтетических моющих средств необходимо ориентироваться на спрос и при этом учитывать расфасовку порошка.

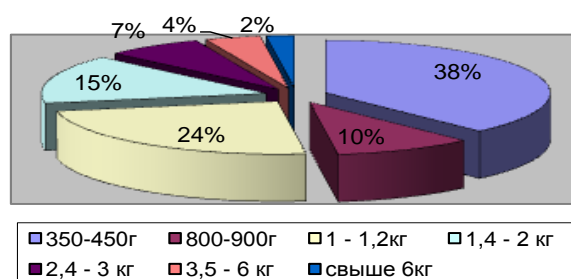


Рис. 7. Предпочтения потребителей к объему упаковки

Таким образом, по результатам опроса потребителей можно сделать вывод, что при всем разнообразии марок СМС многие потребители предпочитают универсальные порошки выбирают конкретную марку весом упаковки от 350 г. До 2 кг. по доступной цене и хорошего качества.

На основании исследования можно сделать следующие выводы:

1. В процессе реализации СМС ТД «Барис» изучается спрос населения и рынок сбыта товаров, определяется потребность в них, выявляются источники поступления и поставщики товаров, устанавливаются с ними хозяйственные связи.

2. ТД «Барис» стремится оптимизировать ассортимент синтетических моющих средств путём его расширения и увеличения глубины, сколь бы малым спросом ни пользовались некоторые из них. Доминирующей чертой образа магазина создается представление о чрезвычайно широком и глубоком, почти исчерпывающем ассортименте.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Панкратов, Ф. Г.** Коммерция и технология торговли : учебник для высших торгово – экономических учебных заведений / Ф. Г. Панкратов, В. К. Памбухчиянц. – М. : Маркетинг, 2007. – 220 с.

5. **Попов, Е. В.** Продвижение товаров и услуг / Е. М. Попова. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 319 с.

6. **Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами** : учебник для нач. проф. образования: учебное пособие для сред. проф. образования / под ред. А. Н. Неверова, Т. И. Чалых. – 5-е изд. – М. : Академия, 2007 . – 446 с.

7. **Беляевский, И. К.** Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие для преподавателей, аспирантов и студентов вузов и колледжей / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 320 с.

УДК 347.735
ББК 67.402.2

О. А. Липич

ПРАВОВАЯ ПРИРОДА ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ НАДПИСИ

В статье рассматривается правовая природа исполнительной надписи как механизма правовой защиты прав участников гражданского оборота

Во многих странах мира законодательство вводит упрощённые процедуры рассмотрения некоторых категорий дел, которые могут принимать различные формы. В российском законодательстве одной из форм упрощённого производства выступает исполнительная надпись нотариуса.

Исполнительная надпись нотариуса обеспечивает более быстрое и эффективное осуществление защиты нарушенного права, особенно по таким категориям дел, как взыскание с арендатора задолженности по арендной плате по договорам проката, взыскание по заложенным отношениям.

Её действие заключается в оперативном и реальном восстановлении нарушенных субъективных прав. Использование упрощённой процедуры внесудебной формы защиты права, в частности совершение исполнительной надписи нотариусом, гарантирует защиту прав и интересов граждан.

Однако, на сегодняшний день в правоприменительной практике исполнительная надпись нотариуса вызывает определённого рода проблемы, которые обусловлены противоречиями и неточностями действующего законодательства.

Исходя из всего вышесказанного, вытекает актуальность рассмотрения вопроса о правовой природе исполнительной надписи, поскольку в современных рыночных условиях субъекты гражданских правоотношений должны иметь надёжный и профессиональный инструмент защиты своих прав и законных интересов.

В соответствии со ст. 1 «Основ законодательства Российской Федерации о нотариате» от 11.02.1993г. № 4462-I[1] нотариусы призваны обеспечивать защиту прав и законных интересов граждан и юридических лиц путём совершения нотариусами предусмотренных законодательными актами нотариальных действий от имени Российской Федерации. В зависимости от существа нотариального действия нотариус облакает это действие в соответствующую форму нотариального акта, например, в форму, нотариально удостоверенной сделки, исходящую от стороны или сторон (доверенность, согласие, договор), либо документа, исходящего от самого нотариуса (свидетельство о праве на наследство, свидетельства, подтверждающие бесспорные факты).

Во многих странах, входящих в систему латинского нотариата, допускается наряду с принудительным исполнением на основе решения суда также и принудительное исполнение на основе официального документа, составленного нотариусом не только для требований выплаты денежных сумм, но и всех без исключения требований.

Нотариальные акты в отношении денежных обязательств в случаях, предусмотренных международными договорами и соглашениями, могут быть объектом взаимного признания и исполнения в международном гражданском процессе. Например, это прямо предусмотрено в статье 51 Минской конвенции о правовой помощи и правовых отношениях по гражданским, семейным и уголовным делам (Минск, 22.01.1993), в статье 26 Конвенции между СССР и Италией о правовой помощи по гражданским делам [2].

Право нотариусов на совершение исполнительных надписей пришло на смену судебному приказу, предусматривавшийся дореволюционным российским процессуальным законодательством и Гражданским процессуальным кодексом РСФСР 1922 г[3]. Указанное изменение произошло в ходе перераспределения компетенции между судами и иными государственными органами в целях освобождения судов от рассмотрения дел бесспорного характера: в 1926 г. Положением о государственном нотариате в РСФСР[4] к совершаемым нотариальным действиям было отнесено учинение исполнительных надписей. Впоследствии данное нотариальное действие упоминалось во всех нормативно-правовых актах советского периода, определяющих организационно-правовые основы и компетенцию органов нотариата в СССР и союзных республиках.

Федеральным законом от 27 октября 1995 г. «О внесении изменений и дополнений в Гражданский процессуальный кодекс РСФСР» [5] ГПК РСФСР 1964 г. был дополнен главой 11.1 «Судебный приказ», регламентирующей порядок вынесения судами судебных приказов.

Действующий Гражданский процессуальный кодекс РФ 2002 г. [6] (далее – ГПК РФ) также содержит главу, посвященную выдаче судебного приказа. Однако стоит отметить, что не следует противопоставлять исполнительную надпись и судебный приказ. Также отсутствуют основания для утверждений о том, что закрепление в ГПК РФ такого вида упрощенного судопроизводства, как судебный приказ, означает невозможность совершения исполнительных надписей. Анализ главы 11 ГПК РФ позволяет сделать следующие выводы. Действительно, основания вынесения судебного приказа и совершения исполнительных надписей принципиальных различий не имеют, но, во-первых, есть существенные различия в сроках совершения исполнительной надписи и вынесения судебного приказа; во-вторых, порядок исполнения судебного приказа зависит от воли должника (после вынесения судебного приказа должник, получив его копию, вправе направить возражения относительно

но исполнения, что влечёт отмену судебного приказа судом, его вынесшим, при этом взыскатель вправе обратиться за рассмотрением своего требования в порядке искового производства). Документ же, на котором совершена исполнительная надпись, может быть сразу предъявлен для принудительного исполнения в службу судебных приставов без какого-либо уведомления должника. Судебный приказ по своему статусу приравнивается к судебному решению, что влечёт определённые процессуальные последствия для сторон правоотношения, в частности, невозможность рассмотрения тождественного требования в судебном порядке. Совершение исполнительной надписи не исключает рассмотрения спора сторон (если таковой возникнет) судом по существу (ч. 3 ст. 310 ГПК РФ).

Таким образом, законодательство фактически предоставляет заинтересованному лицу возможность выбрать форму защиты права: совершение исполнительной надписи либо вынесение судебного приказа. Совершение исполнительной надписи имеет ряд преимуществ для взыскателя по сравнению с выдачей судебного приказа и с точки зрения затрат времени на получение соответствующего акта (исполнительная надпись совершается в день обращения, в то время как судебный приказ выносится в течение пяти дней с даты поступления заявления, после чего направляется должнику, который в течение десяти дней с момента получения может представить свои возражения), и с финансовой стороны (размер платы за совершение исполнительной надписи, как правило, меньше суммы государственной пошлины за вынесение судебного приказа).

Приводимые в литературе определения понятия «исполнительная надпись» не имеют принципиальных различий. Так, одни авторы под исполнительной надписью понимают «распоряжение нотариуса о взыскании с должника причитающейся взыскателю определённой суммы денег или какого-либо имущества» [7]; другие – «распоряжение нотариального органа о принудительном исполнении уплаты определённой сум-

мы денег или передачи имущества» [8]. Ярковым В.В. было предложено определение, подчёркивающее возможность принудительного исполнения требования взыскателя, основанного на исполнительной надписи: «Исполнительная надпись – это распоряжение нотариуса о взыскании с должника в пользу кредитора (взыскателя) суммы задолженности либо об истребовании имущества от должника, имеющее силу исполнительного листа» [9].

Как бы там ни было, данные определения содержат некоторые неточности. Во-первых, не совсем корректно рассматривать исполнительную надпись в качестве распоряжения, поскольку нотариус не обладает властно-распорядительными полномочиями в отношении сторон правоотношения; совершая исполнительную надпись, нотариус подтверждает правомерность притязаний взыскателя. Во-вторых, сама по себе исполнительная надпись не может иметь силу исполнительного листа. Более правильно говорить, что документ, на котором совершена исполнительная надпись, приобретает силу исполнительного документа, т.е. такого, на основании которого возможно осуществление исполнительного производства. В-третьих, согласно ст. 38 «Основ законодательства о нотариате РФ» исполнительные надписи могут совершать не только нотариусы, но и должностные лица консульских учреждений Российской Федерации.

Принимая во внимание положения «Основ законодательства о нотариате» и Федерального закона «Об исполнительном производстве» от 02.10.2007 г. № 229-ФЗ [10], предлагаем под исполнительной надписью понимать совершаемое нотариусами или должностными лицами консульских учреждений Российской Федерации в установленном порядке нотариальное действие, направленное на подтверждение права требования должника к взыскателю и придание документу, на котором такое требование основано, статуса исполнительного.

В настоящее время правомерность совершения нотариусами исполнительных надписей, равно как и возможность

принудительного исполнения документов, на основании которых совершена исполнительная надпись, ставятся под сомнение. Вызвано это тремя следующими причинами.

Во-первых, Конституция РФ (ч. 3 ст. 35) [11] устанавливает, что никто не может быть лишён своего имущества иначе как по решению суда. Поэтому юристы и судебные органы часто делают вывод о неконституционности ст. 89-94 «Основ законодательства о нотариате», предусматривающих право нотариусов совершать исполнительные надписи, на основании которых с должника взыскивается сумма задолженности. Нам представляется, что выводы о противоречии указанных статей Конституции являются поспешными.

Конституционность данного положения была дважды подтверждена Конституционным Судом РФ. Им установлен ряд условий, при которых совершение нотариусами исполнительных надписей является правомерным, в частности, бесспорность задолженности и признание (подтверждение) должником своей обязанности исполнить требование, отсутствие спора между кредитором и должником о размерах и сроках подлежащего исполнению требования. Толкование всех указанных вопросов входит в компетенцию нотариусов.

Выводы Конституционного Суда РФ относительно совершения нотариусами исполнительных надписей сводятся к следующему: совершение нотариусами в установленных законом случаях исполнительных надписей на документах, подтверждающих задолженность, не противоречит Конституции и установленным в ней принципам защиты права собственности; сохранение за субъектами спорных отношений права на обращение в суд за разрешением спора (в том числе при передаче исполнительной надписи нотариуса для принудительного исполнения) гарантирует защиту интересов как взыскателя, так и должника.

Во-вторых, статья 7 Федерального закона «Об исполнительном производстве» прямо не относит документ, на котором совершена исполнительная надпись, к исполнительным доку-

ментам, что, по мнению некоторых исследователей, означает невозможность её принудительного исполнения[12]. Проект Исполнительного кодекса РФ также не относит исполнительные надписи нотариусов к исполнительным документам.

Однако Конституционный Суд РФ разрешил этот вопрос иначе: поскольку в подп. 8 п. 1 ст. 7 Федерального закона «Об исполнительном производстве» установлено, что исполнительными документами в случаях, предусмотренных федеральным законом, являются также постановления иных органов, то и документ с исполнительной надписью является исполнительным.

В-третьих, вызывает вопросы процесс определения случаев, дающих нотариусу право совершить исполнительную надпись. Согласно ст. 90 «Основ законодательства о нотариате» перечень документов, по которым взыскание задолженности производится в бесспорном порядке на основании исполнительных надписей, устанавливается Правительством РФ. В настоящее время список таких случаев утверждён на уровне подзаконного нормативного акта, действующего с 1976 г. с некоторыми изменениями [13].

Следует отметить, что данное указание «Основ законодательства о нотариате» объясняется лишь тем, что этот документ был принят ранее Конституции РФ и ГК РФ, т.е. до закрепления определённых правил регулирования гражданско-правовых отношений нормативно-правовыми актами и иерархии таких актов. Анализ текста упомянутого перечня позволяет сделать вывод о том, что многие его положения фактически не подлежат применению, в связи с чем, его подробный анализ представляется излишним. Поэтому этот перечень следует использовать, если в основе требования лежат отношения административно-правового характера или если требование государственного органа основано на не подлежащем непосредственному принудительному исполнению акте (например, на требовании органа внутренних дел или учреждения здраво-

охранения оплатить осуществлённое специальное медицинское обслуживание).

Два случая совершения исполнительных надписей установлены ГК РФ [14]: в случае невозвращения в установленный срок суммы кредита, обеспеченного залогом вещей в ломбарде, ломбард вправе на основании исполнительной надписи нотариуса продать это имущество (п. 5 ст. 358); взыскание задолженности с арендатора по договору проката производится в бесспорном порядке на основании исполнительной надписи нотариуса (п. 3 ст. 630).

Системный анализ положений законов и практики Конституционного Суда РФ позволяет сделать вывод о том, что законодательством предусмотрена принципиальная возможность совершения исполнительных надписей, однако ввиду отсутствия конкретных правовых оснований, при наличии которых осуществление исполнительной надписи возможно, такие нотариальные действия производятся ограниченно. Следует также констатировать, что совершение исполнительных надписей в иных гражданских правоотношениях в настоящее время допустимо, если стороны при заключении или исполнении договора пришли к соглашению о том, что взыскание с должника может быть осуществлено на основании договора [15].

Гарантия требования составленным нотариусом документом равноценна гарантии требования судебным приговором. Во многих странах мира законодательство вводит упрощённые процедуры рассмотрения некоторых категорий дел (простых, бесспорных). Упрощённое производство может принимать различные формы. В российском гражданском судопроизводстве одной из форм упрощённого производства выступал судебный приказ, а также исполнительная надпись нотариуса.

Значение института нотариата в предупреждении и разрешении правовых споров определяется его пониманием как органа превентивного правосудия, признаваемым большинством исследователей [16].

В настоящее время в отечественной правовой литературе, посвящённой теории правоохранительных органов и нотариата, в частности, распространено мнение о том, что подход к определению сути нотариата как института превентивного правосудия корректный, обоснованный и правомерный [17].

Как орган предупредительного, превентивного правосудия, нотариат способствует реализации конституционного права собственности, обеспечивает функционирование механизма реализации правомочий собственника.

Что же составляет содержание термина «предупредительное правосудие»? Теоретически обоснованным и соответствующим правовой природе нотариата представляется мнение о том, что предупредительное правосудие должно рассматриваться как деятельность, предупреждающая обращение в суд с вопросами, которые можно решить без судебного разбирательства, оформив правовой документ от имени Российской Федерации, придав ему юридическую силу, равную по юридической значимости судебному документу [18].

Деятельность нотариата по предупреждению правовых конфликтов и содействию их разрешения в сфере реализации конституционного права собственности (предупредительное правосудие по делам, связанным с правом собственности) состоит в непосредственном обеспечении защиты прав и свобод человека и гражданина. Она даёт возможность субъектам права избежать обращения в суд за защитой тех же прав.

Органом предупредительного правосудия нотариат выступает в тех случаях, когда для возникновения или реализации бесспорного субъективного права человека и гражданина необходимо публичное волеизъявление компетентного органа, официальное признание, подтверждение им этого права.

Кроме того, отечественный нотариат как орган предупредительного правосудия обеспечивает возможность принудительного исполнения обязательств без обращения в суд. На практике данное направление нотариальной деятельности имеет большое значение, например, при совершении нотариусами исполнительных надписей для взыскания денежных

сумм или истребования имущества должника на документах, удостоверяющих задолженность (ст. 89 «Основ законодательства о нотариате»), вопрос об исполнительной надписи нотариуса весьма актуален в связи с тем, что нотариальная исполнительная надпись — один из самых распространённых способов принудительного исполнения обязательств без обращения в суд и относится исследователями к так называемым не-судебным формам защиты интересов кредиторов.

Совершение нотариусом исполнительной надписи предусмотрено главой XVI «Основ законодательства о нотариате». Исполнительная надпись нотариуса - это распоряжение нотариуса о взыскании с должника в пользу кредитора (взыскателя) суммы задолженности либо об истребовании имущества от должника, имеющее силу исполнительного листа[19].

Беспорные взыскания производятся: во-первых, с юридических лиц, путём списания с соответствующих счетов в банковских учреждениях денежных сумм, по исполнительной надписи нотариальных органов, либо по распоряжению взыскателей; во-вторых, с физических лиц, только по исполнительным надписям, беспорные взыскания допускаются в случаях, прямо предусмотренных законом.

Через исполнительную надпись нотариат осуществляет свою предупредительно-профилактическую функцию в обществе. Обеспечивая в равной степени беспристрастность судьи и нотариуса, закон устанавливает основное различие между этими правовыми институтами по критерию спорности либо беспорности права. Если существует спор - это компетенция суда, если спора нет - в дело вступает нотариус.

Осуществляя предупредительно-профилактическую функцию, нотариат облегчает работу судебных органов и сокращает расходы юридических и физических лиц на осуществление правосудия:

- нотариус предупреждает споры на этапе согласования условий сделки;
- значительно облегчает рассмотрение гражданско-правовых споров и процесс доказывания в суде;

➤ уменьшает количество дел в судах, принимая на себя дела бесспорного характера.

Полезность выполнения превентивного правосудия заключается ещё и в том, что исполнение нотариально удостоверенных документов без обращения к судебной процедуре удешевляет защиту прав кредиторов, т.е. существенно повышает её эффективность, поскольку разбирательство дела в суде влечёт для кредиторов потери времени и денежных средств (госпошлина, оплата услуг адвоката и другие судебные расходы).

Нотариальные документы имеют относительно бесспорный характер, поскольку опровергнуть их содержание гораздо сложнее, чем иных сделок и действий, совершенных в простой письменной форме. Таким образом, своей проделанной работой нотариат, если все же лицо обратилось в дальнейшем за судебной защитой, облегчает судебные процедуры.

Следовательно, система нотариата снижает количество споров в сфере гражданского оборота примирением сторон, либо решает спор в пользу какой-либо стороны, при этом, разъясняя юридическую неправомерность противоположной стороне, либо значительно упрощает гражданское судопроизводство.

В ряде норм ГК РФ имеется прямое указание на возможность защиты нарушенного права посредством совершения нотариусом исполнительной надписи. Так, согласно п. 5 ст. 358 ГК РФ в случае невозвращения в установленный срок суммы кредита, обеспеченного залогом вещей в ломбарде, ломбард вправе на основании исполнительной надписи нотариуса по истечении льготного месячного срока продать это имущество в порядке, установленном для реализации заложенного имущества.

Наряду с этим п. 3 ст. 630 ГК РФ предусматривает, что взыскание с арендатора по договору проката задолженности по арендной плате производится в бесспорном порядке на основании исполнительной надписи нотариуса.

Таким образом, ГК РФ признает в отдельных случаях то, что защита прав участников гражданского оборота может

производиться нотариусом, в том числе путём исполнительной надписи.

Взыскание задолженности с помощью исполнительной надписи нотариуса намного предпочтительнее, чем в судебном порядке. Во-первых, нотариус совершает исполнительную надпись в день обращения к нему, следовательно, кредитор имеет большой выигрыш во времени. Во-вторых, государственная пошлина (тариф) в соответствии с главой 25.3 Налогового кодекса «Государственная пошлина» [20] за совершение исполнительной надписи составляет всего 0,5% от взыскиваемой суммы, но не более 20000 рублей, тогда как размер пошлины в суде при подаче заявлений о вынесении судебного приказа составляет 50 процентов размера государственной пошлины, взимаемой при подаче искового заявления имущественного характера, а это 2 % и более, при этом верхнего предела по ставке не существует. В-третьих, исполнительная надпись может быть сразу предъявлена к взысканию, тогда как судебное решение обращается к взысканию лишь после его вступления в законную силу. В случае обжалования решения момент его обращения к исполнению откладывается.

Это даёт возможность поставить вопрос о необходимости расширения рамок юрисдикционной формы защиты гражданских прав и предусмотреть наряду с судебным и административным порядком защиты защиту гражданских прав нотариусом. Следует ещё раз отметить, что нотариус действует от имени государства (ст. 1 «Основ законодательства РФ о нотариате»).

Поскольку в нашей стране замечен факт уменьшения роли нотариата как института превентивного правосудия и в целях устранения неопределённости в действующем законодательстве, а также дальнейшего развития института нотариальной защиты гражданских прав необходимо предусмотреть в действующем ГК РФ ст. 11.1 следующего содержания: «Защита гражданских прав нотариусом: Нотариус осуществляет защиту гражданских прав путём совершения исполнительной надписи в случаях и в порядке, установленных законом».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Российская Федерация. Конституция.** Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : [принята на всенародном голосовании 12.12.1993г.] // Гарант : Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : <http://www.garant.ru>.

2. **Российская Федерация. Законы.** Основы законодательства РФ о нотариате [Электронный ресурс] : закон от 11.02.1993 г. № 4462-1 (в ред. от 30.12.2008 г.) // Гарант: Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : <http://www.garant.ru>.

3. **Российская Федерация. Законы.** Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.2011 г. № 351-ФЗ [принят Гос. Думой 23 окт. 2002 г.] // Гарант: Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

4. **Российская Федерация. Законы.** Об исполнительном производстве. [Электронный ресурс] : федер. закон от 02.10.2007 г. № 229 // Гарант: Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

5. **Российская Федерация. Законы.** Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть третья [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.11.2001 г. № 146-ФЗ, 18.12.2006 г. № 230-ФЗ [принят ГД ФС РФ 01.11.2001 г., 24.11.2006 г.] // Гарант: Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : <http://www.garant.ru>.

6. **Российская Федерация. Законы.** Налоговый кодекс РФ [Электронный ресурс] : федер. закон от 01.01.1999г. № 146-ФЗ [принят ГД ФС РФ 01.01.1999 г., 24.11.2006 г.] // Гарант: Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : <http://www.garant.ru>.

7. **Федеральный Закон Российской Федерации.** О внесении изменений и дополнений в ГПК РСФСР от 27.10.1995 г.

[Электронный ресурс] // Гарант: Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа: [http : // www.garant.ru](http://www.garant.ru).

8. **Постановление Совета Министров РСФСР**. Об утверждении Перечня документов, по которым взыскание задолженности производится в бесспорном порядке на основании исполнительных надписей органов, совершающих нотариальные действия от 11.03.1976 г. № 171 [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : [http: // www.garant.ru](http://www.garant.ru).

9. **Положение о государственном нотариате** от 04.10.1926 г. [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : [http: // www.garant.ru](http://www.garant.ru).

10. **Гражданский процессуальный кодекс РСФСР** от 31.10.1922 г. [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями. – . – . Режим доступа : [http: // www.garant.ru](http://www.garant.ru).

11. **Гонгало, Б. М.** Настольная книга нотариуса / Б. М. Гонгало, Т. И. Зайцева. – М. : Волтерес Клувер, 2008. – С.59.

12. **Вергасова, Р. И.** Нотариат в России / Р. И. Вергасова. – М. : Юрист, 2003. – С. 430.

13. **Корсик, К. А.** Нотариат в современных условиях. Новые полномочия: больше возможностей, больше ответственности / К. А. Корсик // Закон. – 2009. – № 4. – С. 41.

14. **Ярков, В. В.** Нотариальное право России / В. В. Ярков. – М. : Юрайт, 2010.– С. 84.

15. **Черемных, Г. Г.** Новое законодательство в свете правоприменительной нотариальной практики: плюсы и минусы / Г. Г. Черемных // Нотариус. – 2009. – №2. – С.10.

16. **Калиниченко, Т. Т.** Нотариальная защита прав и законных интересов граждан и юридических лиц / Т. Т. Калиниченко // Нотариус. – 2008. – № 1. – С. 25.

17. Григорьева, Л. Когда работают нотариусы, суды отдыхают [Текст] / Л. Григорьева // Адвокат. – 2009. – № 1;

Клейн, В. Составляющая превентивного правосудия / В. Клейн // Нотариальный вестник. – 2009. – № 7, 8. – С. 16.

18. Жуйков, В. Нотариат как институт превентивного правосудия: общие цели, принципы и полномочия / В. Жуйков // Российская юстиция. – 2008. – № 6, 7. – С. 17.

19. Черемных, Г. Г. Нотариат как институт превентивного правосудия / Г. Г. Черемных // Нотариус. – 2008. – № 2. – С. 4.

20. Янков, В. В. Нотариальное право России / В. В. Янков. – М. : Юрайт, 2010. – С. 344.

УДК 347.551
ББК 67.402.2

Е. Ю. Мальцева

ПОНЯТИЕ И ПРИЗНАКИ НАИМЕНОВАНИЯ МЕСТ ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА

Статья посвящена вопросам понятия наименования мест происхождения товаров и признакам наименования мест происхождения товаров как объекту интеллектуальной собственности, используемому в коммерческом обороте

Понятие наименования места происхождения товара (НМПТ) является достаточно сложным. Строится оно на основе следующих признаков:

1. Наличие конкретного географического наименования для обозначения товара (название определенного географического объекта: территории страны населенного пункта, местности, гор, рек, озер).

2. Связь географического наименования с географической средой, включающей природные условия (климат, рельеф местности, состав почвы, микрофлора, консистенция воды, степень влажности, количество солнечных дней в году и т.д.) или людские факторы (профессиональный опыт, культура, производственные традиции, специфическая технология, этнографические особенности и т.д.), либо природные условия и людские факторы одновременно.

3. Наличие специфических свойств или особенностей в обозначаемом указанным географическим наименованием товаре (они определяют уникальность и элитарность товара, они должны быть стабильными и бесспорными).

4. Наличие функциональной зависимости этих специфических свойств или особенностей товара от географической среды, т.е. зависимость особых свойств товара от природных условий и (или) людских факторов (специфические условия исторически обособившейся среды обуславливают особые свойства товара, без нее невозможно его появление).

Наличие вышеприведенных признаков определяет правовую специфику НМПТ, которая состоит в том, что это понятие связывается с обязательным свойством данного объекта промышленной собственности. Именно это свойство делает наименование места происхождения товара весьма ценным обозначением, которое указывает, что сопровождаемый им товар в своем роде уникален и неповторим. Однако эта уникальность свойств должна представлять постоянную характеристику товара, обозначаемого НМПТ. С 1992 г. в России впервые введена правовая охрана наименований мест происхождения товаров³¹.

Определение понятия наименования места происхождения товара, содержащееся в законе Российской Федерации, близко к определению, данному в ст. 2 Лиссабонского соглашения о правовой охране наименований мест происхождения товаров и их международной регистрации 1958 г., заключенного в рамках Парижской конвенции, Типовом законе ЮИС, законах ряда стран мира, охраняющих данный объект. Под наименованием места происхождения товара, исходя из Закона о товарных знаках, понимается название страны, населенного пункта, местности или другого географического объекта, используемое для обозначения товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями или людскими факторами либо природными условиями и людскими факторами одновременно. При этом назва-

³¹ Горленко, С. А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров / С. А. Горленко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНИЦ Роспатента. – 2009. – С. 116.

ние географического объекта, использованное в обозначении товаров, свидетельствует о том, что соответствующие товары имеют отличительные свойства, наличие которых они обязаны природным условиям и (или) людским факторам (географической среде). Если обратиться к нашему законодательству, то определение согласно ст. 1516 Гражданского кодекса РФ можно сформулировать следующим образом: наименование места происхождения товара - это обозначение, представляющее собой, либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами.

Наименования мест происхождения товаров, несмотря на сходство с товарными знаками и знаками обслуживания, обладают рядом специфических признаков, которые и обусловили необходимость выделения их в качестве самостоятельных объектов правовой охраны. Прежде всего, обозначение товара в данном случае должно содержать прямое или косвенное указание на то, что товар происходит из конкретной страны, области или местности, т.е. указание названия географической местности. В этой связи обозначение товара может включать полное или сокращенное официальное название географического объекта — страны, населенного пункта, местности. Наименованием места происхождения товара может явиться историческое название географического объекта, если с данным названием ассоциируется конкретная страна, местность или населенный пункт³². К обозначениям, которые сопровождают

³² Дмитриева, С. Функции наименования мест происхождения товаров как объекта промышленной собственности / С. Дмитриева // Интеллектуальная собственность. – 2008. – № 9. – С. 95

товары, обладающие особыми свойствами, присущими территории целой страны, могут быть отнесены такие, как «русский квас», «бразильский кофе», «болгарское розовое масло».

В отдельных случаях наименованием места происхождения может быть признано также обозначение, которое хотя и не относится прямо к названиям географических объектов, но тем не менее приобрело географический смысл. Таким образом, конкретный способ указания на место происхождения товара может быть любым, важно лишь, чтобы обозначение ассоциировалось у потребителей с определенным местом происхождения товара. Если подобных ассоциаций у потребителей не возникает, обозначение, даже включающее название географического объекта, в качестве наименования места происхождения товара, заявляться не может. Так, не признается наименованием места происхождения товара обозначение, хотя и представляющее собой или содержащее название географического объекта, но вошедшее в Российской Федерации во всеобщее употребление как обозначение товара известного вида, не связанное с местом его изготовления. Например, не были бы признаны наименованиями места происхождения товаров такие названия товаров, как швейцарский сыр, рижское пиво, маргарин «Ленинградский» и т.п.³³.

Вторым специфическим признаком наименования места происхождения товара как специфического объекта правовой охраны является связь обозначения товара с его особыми свойствами, которые определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людским фактором. Если свойства и качества товаров никак с местом их производства не связаны, обозначения товаров, совпадающие с названиями географических объектов, наименованиями места происхождения товаров признаваться не могут. Специфические свойства, которые вправе ожидать потреби-

³³ Гаврилов, Э. П., Данилина, Е.А. Некоторые вопросы правовой охраны мест происхождения товаров. [Электронный ресурс] // Консультант Плюс – . – Режим доступа: <http://consultant.ru>

тель от товара, обозначенного его привязкой к определенному географическому объекту, должны носить стабильный, устойчивый и известный характер. Как правило, они обуславливаются особыми природными условиями географической среды (краснодарский чай, вологодское масло и т.п.) и (или) профессиональным опытом и традициями производства изготовителей товаров, проживающих в данной местности (хохломяская роспись, вологодские кружева и т.п.). Наконец, наименование места происхождения товара становится самостоятельным объектом правовой охраны лишь тогда, когда оно в установленном законом порядке зарегистрировано в Федеральном агентстве по патентам и товарным знакам. В этом своем качестве наименование места происхождения товара ничем не отличается от других объектов промышленной собственности, права на которые появляются у пользователей только с момента государственной регистрации.

Третий признак определения наименования места происхождения товара - наличие особых свойств в товаре, обусловленных местом его происхождения. Последний признак понятия «наименование места происхождения товара» - определяемость (зависимость) особых свойств товара от природных условий и (или) людских факторов (географической среды) географического объекта. В одних случаях на формирование особых свойств товара воздействие оказывают только природные факторы. Они формируют группу так называемых в мировой практике естественных наименований мест происхождения товаров. Эти наименования связаны с минералами, минеральными водами, сырьем, лекарственными травами и т.д.³⁴. Например, особые свойства таких известных товаров как «карельская береза», «уральский малахит», «Волынские топазы», «уральские самоцветы», «якутские алмазы», «кука», сформировались под воздействием природных условий. В других

³⁴ Горленко, С. А. Международные соглашения в области товарных знаков и наименований мест происхождения товаров / С. А. Горленко. – М. : ИНИЦ Роспатента. – 2009. – С. 259

случаях особые свойства товаров определяются только людскими факторами, т.е. долголетним опытом и производственными традициями людей. Например, «шведская сталь», «эстонские рояли». Таким образом, невозможно производить оренбургские пуховые платки, вологодские кружева, рижский бальзам, гжель и многие другие товары в иной местности, чем та, географическая среда которой обусловила наличие в указанных товарах неповторимых свойств.

В соответствии с п. 2 ст. 1516 Гражданского кодекса РФ не признаются наименованием места происхождения товара так называемые видовые (родовые) обозначения, хотя и представляющие собой или содержащие название географического объекта, но вошедшие во всеобщее употребление как обозначение товара определенного вида, несвязанное с местом его изготовления. К примеру, постепенно потеряли способность указывать на так называемую географическую первоначальность широко известные в прошлом во всем мире наименования, связанные с местом происхождения товаров, такие, как «ямайский ром», «чилийская селитра», «жигулевское пиво», «полтавская» и «эстонская» колбасы и др. Некоторые наименования мест происхождения товаров могут быть неустойчивыми и при определенных условиях легко превращаются в видовые обозначения (одеколон). Возникновение правовой охраны наименования места происхождения товара зависит от его регистрации, Гражданского кодекса РФ и международных договоров России в данной области. Анализ специфики наименования места происхождения товара как объекта интеллектуальной собственности свидетельствует о том, что наименование не может быть объектом исключительного права отдельных юридических или физических лиц в его классическом понимании (как, например, исключительное право на товарный знак). В круг лиц, имеющих право на подачу заявки на право пользования наименованием места происхождения товара, входят юридические и физические лица, осуществляющие хозяйственную деятельность в конкретном географиче-

ском объекте, при условии, что особые свойства производимых ими товаров определяются природными условиями и (или) людскими факторами этого географического объекта. Государство предоставляет производителям товаров право пользования наименованием на основании его регистрации, и это право носит коллективный характер. Главное требование - чтобы производимый этими лицами товар отвечал требованиям, предъявляемым к наименованию места происхождения товара. В соответствии со ст. 1518 Гражданского кодекса в Федеральное агентство по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам может быть подана заявка на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявка на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара. Гражданский кодекс РФ, провозглашая бессрочным действие регистрации наименования места происхождения товара, для действия свидетельства устанавливает срок в десять лет. Срок действия свидетельства может быть продлен по заявлению обладателя свидетельства и при условии представления заключения компетентного органа, подтверждающего, что обладатель свидетельства находится в данном географическом объекте и производит товар с указанными в свидетельстве свойствами. Срок действия свидетельства продлевается каждый раз на десять лет. Закон подробно регламентирует правомочия обладателя свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара. В соответствии с ним использованием наименования места происхождения товара считается применение его на товаре, упаковке, в рекламе, проспектах, счетах, бланках и иной документации, связанной с введением товара в гражданский оборот³⁵. Если в отношении товарных знаков объем правовой охраны зависит от перечня товаров, для которых зарегистри-

³⁵ Гаврилов, Э. П., Еременко, В.И. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса РФ (постатейный) / Э. П. Гаврилов, В. И. Еременко. – М. : Экзамен.– 2009. – С. 77.

рован знак, то для наименования мест происхождения товаров он ограничивается особыми свойствами товара, обусловленными природными условиями и (или) людскими факторами (географической средой) соответствующей местности. Исполнением наименования места происхождения товара считается размещение наименования:

1) На товарах, этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;

2) На бланках, счетах, иной документации и в печатных изданиях, связанных с введением товаров в гражданский оборот;

3) В предложениях о продаже товаров, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;

4) В сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

Правомотчие пользования в отношении наименования места происхождения носит коллективный характер и связано не с конкретным субъектом права, а с конкретной территорией. Наименование места происхождения может быть использовано лишь в отношении товаров определенного географического объекта, и которые были произведены в соответствии с определенными правилами. В понятие нарушения права в Гражданском кодексе РФ входит факт использования зарегистрированного наименования места происхождения товара лицами, не имеющими свидетельства, даже если при этом указывается подлинное место происхождения товара или наименование используется в переводе либо в сочетании с такими выражениями, как «род», «тип», «имитация» и тому подобными. Кроме этого, нарушением считается использование сходного обозначения для однородных товаров, способного ввести потребителей в заблуждение относительно места происхождения и особых свойств товара. Владелец свидетельства ввиду

специфики объекта не располагает правомочием распоряжения, т.е. ему не разрешено передавать право (уступать, предоставлять лицензии) на пользование наименованием места происхождения товара другим лицам.

Наименование места происхождения товара является весьма ценным нематериальным объектом или, как определено в ряде зарубежных законодательств, национальным богатством, поэтому государство и законные пользователи заинтересованы в обеспечении его надежной правовой охраны и пресечении неправомерного использования товаров, не обладающих особыми свойствами. Прекращение правовой охраны наименования места происхождения товара может наступить в отношении как регистрации наименования, так и какого-либо конкретного свидетельства на право пользования наименованием. Действие регистрации наименования также может быть прекращено в связи с исчезновением характерных для географического объекта условий и невозможностью производства товара с указанными в реестре свойствами.

В отличие от товарного знака и знака обслуживания к наименованию места происхождения товара не предъявляется требование новизны. Это и понятно, так как названия географических объектов, включающиеся в обозначения товаров, не являются новыми. Наоборот, именно потому, что они известны публике и связываются ею с определенными свойствами товара, который производится в данной местности, они и подлежат правовой охране. По этим же причинам к наименованию места происхождения товара не применяется и понятие приоритета. Наименование места происхождения товара весьма сходно с товарным знаком и знаком обслуживания. Они совпадают по выполняемым функциям и нередко практически неразличимы по своей внешней форме, поскольку в качестве товарных знаков часто используются названия географических объектов. Их основное различие состоит в том, что товарный знак, в отличие от наименования места происхождения товара, призван связывать свойства и качества товара с

конкретным его производителем, а не особыми свойствами географической среды места производства товара³⁶.

Если в качестве товарного знака заявляется географическое название или иное обозначение, которое способно создать у потребителей ложное впечатление о месте производства товара, в регистрации такого товарного знака должно быть отказано. Исключение составляют случаи, когда наименование места происхождения товара включается в качестве неохраняемого элемента в товарный знак, который регистрируется на имя лица, имеющего право на использование такого наименования. Еще более близкими друг к другу являются наименование места происхождения товара и указание происхождения. В соответствии с Парижской конвенцией по охране промышленной собственности указание происхождения является самостоятельным объектом правовой охраны, причем таким объектом, охрана которого должна быть обеспечена во всех странах Парижского Союза. Однако сама конвенция устанавливает лишь рекомендательный перечень мер защиты против ложных указаний происхождения, относя данный вопрос к национальному законодательству стран-участниц. Согласно ст. 9 конвенции, к которой отсылает статья 10, непосредственно посвященная борьбе с ложными указаниями происхождения, государства могут предусматривать наложение ареста на товары, снабженные ложным указанием происхождения, либо запрещение их ввоза, а если эти меры не допускаются, то они заменяются такими действиями и средствами, которыми закон данной страны обеспечивал бы в подобном случае права граждан этой страны. Кроме того, ст. 10 Конвенции обязывает государства обеспечить гражданам других стран Парижского союза законные средства для эффективного пресечения ложных указаний происхождения.

³⁶ Горленко, С. А. Товарный знак и наименование места происхождения товара : Сходства и различия / С. А. Горленко // Патенты и лицензии. – 2008. – № 12. – С. 11-16.

Под указанием происхождения обычно понимаются все выражения или все знаки, используемые для того, чтобы показать, что данный продукт (или услуга) произведен определенной страной или группой стран, в конкретном районе или ином определенном месте. Сравнивая указание происхождения с наименованием места происхождения товара, можно обнаружить как черты сходства, так и различия между ними. Общим для них является то, что оба они прямо или косвенно указывают на ту страну или местность, откуда происходит товар. Однако если указание происхождения ограничивается данной информацией, то наименование места происхождения товара свидетельствует еще и о том, что обозначенный им товар обладает особыми свойствами, зависимыми от природных и (или) людских факторов, свойственных конкретной стране или местности. Кроме того, если указание происхождения может быть выражено в любой форме, в том числе изобразительной, например, в виде использования силуэтов Адмиралтейства или Петропавловской крепости применительно к Санкт-Петербургу, то в качестве наименования места происхождения товара может выступать лишь название соответствующего географического объекта. Наконец, в отличие от указаний происхождения для наименований мест происхождения товаров характерна определенная степень известности названий географических объектов, которые избираются для обозначения товаров. Если первые лишь констатируют факт производства товара в определенной местности, то вторые, как правило, уже получили общественное признание благодаря особым свойствам географической среды места происхождения товара³⁷.

³⁷ Маковский, А. Л. Комментарий к части четвертой ГК РФ (поглавный) / под. ред. А.Л. Маковского. – М. : Статут. – 2008. – С. 45.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Международные акты

1. Международный акт. Парижская конвенция об охране промышленной собственности от 20.03.1883 // Парижская Конвенция по охране промышленной собственности : Публикация 201 (R). – Женева : Всемирная организация интеллектуальной собственности, 1990.

2. Международный акт. Мадридское соглашение о пресечении ложных или вводящих в заблуждение указаний происхождения на товарах 1891 // Ионова О. В. Международные соглашения по охране наименований места происхождения и указаний происхождения товаров : Обзор основных положений. – М. : ВНИИПИ, 1992.

3. Международный акт. Лиссабонское соглашение о защите указания места происхождения изделий и их международной регистрации от 31.10.1958 [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

4. Международный акт. Лиссабонский договор от 13.12.2007 [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

Нормативно-правовые акты

5. Российская Федерация. Законы. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

6. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс] : федер. закон от 30.11.1994. № 52-ФЗ : [принят ГД ФС РФ 30.11.1994] // Гарант :

Законодательство с комментариями -. – Режим доступа :
<http://www.garant.ru>

7. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс] : федер. закон от 26.01.1996. № 15-ФЗ : [принят ГД ФС РФ 26.01.1996] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

8. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 18.12.2006. № 230-ФЗ : [принят ГД ФС РФ 24.11.2006] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

9. Российская Федерация. Законы. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях [Электронный ресурс] : федер. закон от 18.12.2006. № 230-ФЗ : [принят ГД ФС РФ 18.12.2006] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

10. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции [Электронный ресурс] : федер. закон: от 26.07.2006 № 135-ФЗ [принят ГД ФС РФ 08.07.2006] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

11. Российская Федерация. Постановления. О перечне федеральных органов исполнительной власти, компетентных давать заключение, прилагаемое к заявке на государственную регистрацию наименования места происхождения товара и на предоставление исключительного права на такое наименование, а также к заявке на предоставление исключительного права на ранее зарегистрированное наименование места происхождения товара [Электронный ресурс] : Постановление Правительства РФ от 17.09.2004 г. № 481 // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

12. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении Административного регламента исполнения Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и то-

варным знакам государственной функции по организации приема заявок на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявки на предоставление права пользования уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара, их рассмотрения, экспертизы и выдачи в установленном порядке свидетельств Российской Федерации [Электронный ресурс] : Приказ Минобрнауки России от 29.10.2008 г. № 328 // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

13. Российская Федерация. Приказы. Об утверждении форм свидетельства на товарный знак (знак обслуживания), свидетельства на коллективный знак, свидетельства на общеизвестный товарный знак, свидетельства на право пользования наименованием места происхождения товара и форм приложений к упомянутым свидетельствам [Электронный ресурс] : Приказ Роспатента от 08.08.2006 г. № 90 // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

14. Российская Федерация. Приказы. Об организации работ по рассмотрению возражений и заявлений. [Электронный ресурс] : Приказ Роспатента от 19.11.2010 г. № 141// Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

15. Российская Федерация. Приказы. О деятельности коллегий палаты по патентным спорам. [Электронный ресурс] : Приказ Роспатента от 22.02.2008 г. № 32 // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

Основная литература

16. Гаврилов, Э. П., Еременко, В. И. Комментарий к части четвертой Гражданского Кодекса РФ (постатейный). [Электронный ресурс] // Гарант : Законодательство с комментариями – . – Режим доступа : <http://www.garant.ru>

17. Гаврилов, Э. П., Данилова, Е. А. Некоторые вопросы правовой охраны мест происхождения товаров. [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс – . – Режим доступа : <http://consultant.ru>

18. Гаврилов, Э. П. Интеллектуальная собственность в Российской Федерации. Товарные знаки в Российской Федерации / Э. П. Гаврилов. – М. : Арбат-Информ. – 2008. – С. 318.

19. Горленко, С. А. Товарный знак и наименование места происхождения товара : Сходства и различия / С. А. Горленко // Патенты и лицензии. – 2008. – № 12. – С. 11-16.

20. Горленко, С. А. Правовая охрана наименований мест происхождения товаров / С. А. Горленко. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНИЦ Роспатента, 2009. – С. 116.

21. Горленко, С. А. Международные соглашения в области товарных знаков и наименований мест происхождения товаров / С. А. Горленко. – М. : ИНИЦ Роспатента. – 2009. – С. 259.

22. Горленко, С. А. Международные соглашения и правовая охрана товарных знаков и географических указаний. / С. А. Горленко // Патенты и лицензии. – 2008. – № 12. – С. 25.

23. Дмитриева, С. Функции наименования места происхождения товаров как объектов промышленной собственности / С. Дмитриева. // Интеллектуальная собственность. – 2008. – № 9. – С. 95.

24. Крылов, И. О. фирменном наименовании и товарном знаке / И. Крылов. // Финансовая газета. – 2008. – № 8. – С. 2-7.

25. Маковский, А. Л. Комментарий к части четвертой ГК РФ (поглавный) / под ред. А. Л. Маковский. – М. : Статут. – 2008. – С. 45.

26. Рузанова, О. А. Гражданское право / О. А. Рузанова. – Московская финансово-промышленная академия. – М., 2008. – С. 422.

27. Сухова, Г. О некоторых вопросах защиты права на товарный знак // Хозяйство и право. – 2010. – № 7. – С. 10.

28. Суханов, Е. А. Гражданское право : учебник в 2 т. / под ред. Е. А. Суханова. – М. – 2009. – С. 219.

29. Сергеев, А. П., Толстой, Ю. К. Гражданское право : учебник : ч. 2 / под. ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. – М., 2009. – С. 319.

30. Трахтенгерц, Л. А. Комментарий к части четвертой Гражданскому кодексу РФ / Л. А. Трахтенгерц. – М. : Контракт ИНФРА-М. – 2009. – С. 1-215.

Материалы судебной практики

31. Российская Федерация. Судебные акты. О признании недействительными пунктов 7.3.6.2, 8.2 и 13.4. 5 Административного регламента исполнения Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам государственной функции по организации приема заявок на регистрацию и предоставление права пользования наименованием места происхождения товара или заявки на предоставление уже зарегистрированным наименованием места происхождения товара, их рассмотрения, экспертизы и выдачи в установленном порядке. [Электронный ресурс] : Решение Верховного суда РФ от 11.10.2010 № ГКПИ 10-824 // Гарант : Законодательство с комментариями –. – Режим доступа : [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru)

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Е. М. Попова

**Декоративная косметика для глаз:
анализ рынка и экспертиза качества**

В статье представлены результаты товароведного исследования рынка туши для глаз. Раскрыты основные тенденции и перспективы развития ассортимента, особенности проведения экспертизы качества; представлены результаты экспертизы качества образцов туши, реализуемых на потребительском рынке Забайкалья.

По данным исследования, проведенного Исследовательским Холдингом Romir Monitoring, декоративная косметика является товаром повседневного спроса. Её используют две трети российских женщин, при этом практически каждая вторая женщина (44 %) – каждый или почти каждый день. Целевой аудиторией у производителей декоративной косметики являются, безусловно, представительницы самой молодой возрастной группы (от 18 до 24 лет), причем в основном замужние (70%) и имеющие высокий (88 %) или средний (71 %) уровень дохода. При этом самым популярным видом декоративной косметики в России является губная помада. Ею пользуется 90% из числа опрошенных женщин. 80 % респондентов ежедневно используют тушь для ресниц, примерно одинаковое количество женщин украшают свое лицо компактными или рассыпчатыми тенями для век (46 %) и карандашом для глаз (41 %) [7].

Итак, тушь для ресниц занимает второе, почётное, место среди средств декоративной косметики и пользуется постоян-

ным, устойчивым спросом. Она давно и прочно вошла в число предметов первой необходимости каждой уважающей себя женщины.

В соответствии с пожеланиями дам, тушь для ресниц приобретает все новые и новые качества, совершенствуется её формула, дизайн, эргономичность. За счет внедрения инноваций появляются новые виды изделий с улучшенными потребительскими свойствами, в состав которых входят биологически активные вещества, витамины и антиоксиданты. Для придания ресницам жемчужного блеска, в новейшие формулы туши производители включают светоотражающие частицы, способные придавать ресницам более яркий и насыщенный цвет. Экспериментируют специалисты и с цветом, предлагая потребителям нетрадиционные сложные оттенки: оливковый, хаки, деним, металлик, антрацит и пр.

Улучшают косметические компании и эргономику туши, ведь одну из главных ролей в создании густых ресниц играет щеточка. Именно она должна обеспечить равномерность нанесения туши на ресницы, препятствовать их слипанию, удлинять, увеличивать объем, подкручивать.

Так, изогнутые щеточки помогают «подкрутить» ресницы естественным образом. Конусообразные – позволяют интенсивно прокрашивать внешние уголки глаз. Веретенообразные – легко расчесывают ресницы. К тому же, щеточки с ворсинками разной длины равномерно прокрашивают реснички разной длины и жесткости; щеточки с густым ворсом – отделяют одну ресницу от другой, увеличивая их объем; а щеточки с редким ворсом предназначены для удлинения ресниц, распределяя тушь тонким слоем по всей длине каждой реснички [6].

Не останавливаясь на достигнутом, производители предлагают и новые способы нанесения туши. Так, в средстве для ресниц Givenchy Phenomen Eyes вместо традиционной кисточ-

ки установлен маленький шарик с шипами, который позволяет прокрасить реснички со всех сторон и под любым углом. А тушь Exceptionnel De Chanel славится особой расчёсочкой, которая практически сводит к нулю возможность слипания ресниц. Появились на рынке и вибрирующие туши, способные самостоятельно ложиться на ресницы с помощью вращающейся щеточки [7].

Ассортимент производимой промышленностью туши для ресниц широк и разнообразен. В зависимости от декоративного эффекта, тушь можно подразделить на следующие основные виды: удлиняющая, объемная, с подкручивающим эффектом и тушь, ровно прокрашивающая ресницы.

Удлиняющая тушь «наращивает» ресницы, придавая им дополнительную длину. Раньше в ее состав вводили шелковые ворсинки, но зачастую они попадали в глаза или на чувствительную кожу под глазами, вызывая раздражение. Сейчас увеличение длины ресниц происходит за счет самой формулы туши и щеточки с короткими спиралевидными ворсинками.

Объемная тушь немного гуще других, так как изготавливается на восковой основе. Она имеет щеточку с равномерно расположенной густой щетиной и при нанесении туши обволакивает каждую ресничку плёнкой, поэтому ресницы выглядят густыми и пушистыми и при этом не склеиваются.

Тушь с подкручивающим эффектом равномерно загибает каждую ресничку с помощью вогнутой густой щеточки с ворсинками разной длины. Существуют туши, загибающие ресницы благодаря специально разработанной формуле: они образуют на поверхности ресниц слой, стягивающийся при высыхании и таким образом подкручивающий ресницы.

Тушь, ровно прокрашивающая ресницы, имеет щеточку с очень густой щетиной и ворсинками разной длины. Короткие ворсинки прокрашивают каждую ресничку, а длинные равномерно распределяют тушь по всей поверхности ресниц.

В зависимости от наличия в составе питательных и лечебных веществ тушь можно разделить на группы: с витаминами, для чувствительных глаз и лечебная тушь-гель.

Витаминизированная или питательная тушь, благодаря содержанию витаминов, протеинов, меланина, кератина и других веществ обеспечивает ресницам бережный уход, укрепляет и надежно защищает их от ломкости и внешних воздействий (от ветра, пыли, солнечных лучей). Тушь для чувствительных глаз не вызывает раздражения слизистой оболочки глаз и сводит к минимуму риск воспаления. Ее хорошо использовать тем, кто носит контактные линзы. А прозрачный гель специально создан для женщин с длинными черными ресницами, которые хотят лишь придать им более аккуратный и ухоженный вид. Как правило, гель содержит различные полезные вещества и его можно использовать как основу под тушь [5].

По растворимости в воде тушь для ресниц подразделяется на водостойкую и неводостойкую. Основу водостойкой туши составляют летучие растворители, различные виды восков животного, растительного и минерального происхождения (например, пчелиный воск, воск из рисовых отрубей и парафин), красители и полимеры. Такая тушь не содержит водочувствительных ингредиентов, поэтому она имеет хорошую стойкость к слезам, поту или дождю. Водостойкую тушь удаляют специальным средством для снятия макияжа, так как ее практически невозможно смыть водой.

Основа неводостойкой туши – вода, мягкие поверхностно-активные вещества, различные виды воска животного, растительного и минерального происхождения, красители, утолщенные полимеры (арабская смола, генетически модифицированная целлюлоза) и консерванты. Несмотря на то, что такая тушь также устойчива к действию слез, она легко удаляется с глаз с помощью мыла и воды.

Каждый производитель декоративно косметики гарантирует качество своей продукции, продвигая её на рынок интенсивной рекламной компанией. Однако насколько полно тот или иной образец удовлетворяет потребительские предпочтения, остается загадкой. Тушь должна иметь привлекательный внешний вид и приятный запах, легко наноситься на глаза, равномерно окрашивая их, и не осыпаясь, держаться на ресницах определенное время. Но прежде всего, она должна удовлетворять требованиям безвредности и безопасности.

В торговле качество косметических товаров проверяют только визуально, органолептическими методами. Как правило, для контроля выборочно отбирают 3 % изделий от всей партии товара. Приемку по качеству начинают с проверки соответствия упаковки и маркировки требованиям нормативно-технической документации, затем проверяют органолептические свойства изделий.

На первом этапе экспертизы качества туши для ресниц оценивают упаковку и маркировку изделий по ГОСТ Р 51391-99 «Изделия парфюмерно-косметические. Информация для потребителя. Общие требования». Согласно требованиям данного стандарта, маркировка декоративной косметики для глаз должна быть полной, достоверной, четкой и разборчивой. На тубе на русском языке должны быть нанесены следующие сведения: товарный знак или наименование предприятия–изготовителя, наименование и назначение изделия, основной состав, срок годности, дату изготовления товара, условия хранения, штриховой код. Для товаров отечественного производства обязательно обозначение нормативного или технического документа, для всех – информация об обязательной сертификации, подтверждающая безопасность косметического средства

Контроль внешнего вида упаковки туши для ресниц заключается в проверке соответствия изделия требованиям ГОСТ 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические. Упа-

ковка, маркировка, транспортирование и хранение». Тушь для ресниц упаковывают в полимерные тубы с плотно навинчивающимся винтонарезным пластмассовым или металлическим колпачком-кисточкой. Упаковка туши для ресниц должна обеспечивать сохранность свойств косметической продукции в течение установленных сроков годности и быть удобной при пользовании. Обращают внимание на наличие на лицевой стороне тубы различных дефектов.

Все дефекты внешнего вида косметических товаров делят на недостатки тары, упаковки и маркировки.

К дефектам внешнего вида туши для ресниц чаще всего относят несоответствие массы данным маркировки, деформацию тубы, неровные шероховатые швы, неплотно завинчивающийся колпачок, а также наличие клея в местах соединения отдельных частей [4].

Второй этап экспертизы качества включает оценку органолептических показателей туши – цвета, запаха, консистенции. В тех случаях, когда требуется оценить влияние косметических средств на кожу человека, применяют *метод опытной эксплуатации*, сущность которого заключается в следующем: для проведения испытаний подбирается группа пробантов – добровольцев, в количестве не более 10 человек. Тестирование проводится путем нанесения туши на ресницы. Время экспозиции испытуемого продукта составляет от двух до 12 часов. В ходе испытания определяют: консистенцию, цвет и запах туши, моделирующий эффект, кроющую способность, стойкость к концу дня, осыпаемость, устойчивость к склеиванию ресниц, стойкость к влаге (для водостойкой туши), удобство снятия туши, время высыхания туши на ресницах, удобство нанесения, гипоаллергенность [11].

Для дифференцированного органолептического анализа используют *метод балльной оценки*. При этом каждый единственный показатель качества туши оценивают по 5-ти, 10-ти и

др. балльной шкале, сопровождая каждый балл словесной характеристикой. Таким образом, разрабатывается балльная шкала. Балльная шкала градации качества для декоративной косметики для глаз представлена в таблице 1.

Таблица 1

Градация качества декоративной косметики для глаз

<i>Баллы</i>	<i>Оценка качества</i>	<i>Средняя сумма</i>
5	Очень высокое	25
4-5	Отличное	23-25
3-4	Хорошее	18-22
2-3	Удовлетворительное	15-17
1-2	Неудовлетворительное	12-14

На основании данных, полученных в ходе испытаний, составляют сводную таблицу результатов исследований и делают вывод о качестве испытуемых образцов. В случае отрицательных результатов контроля и возникновения разногласий образцы товаров отправляют на независимую экспертизу для подтверждения несоответствия товара требованиям нормативных документов и установления причин их возникновения.

Для экспертизы качества туши для глаз, реализуемой ООО «Барис» на потребительском рынке г.Чита, был проведен отбор проб в соответствии ГОСТ 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение». Из десяти упаковок водостойкой и водорастворимой туши методом случайного отбора было отобрано по пять образцов. Характеристика образцов представлена в табл. 2.

Таблица 2

Товароведная характеристика образцов туши для ресниц,
реализуемых ООО «Барис»

Марка	Производитель	Цена, руб.	Характеристика образца
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>Образцы водорастворимой туши</i>			
Volume Glamour UltraCurl	Bourjois Франция	333	Не раздражает глаза, хорошо накладывается, не осыпается, не склеивает ресницы, имеет интенсивный цвет. Натуральные смолы и силикон покрывают ресницы защитной плёнкой, делают более упругими. Экономична.
Volum Express One By One	Maybelline США	388	Большая щеточка хорошо разделяет, прокрашивает ресницы, создает чистый объем. Не осыпается и не образует комочков.
Lash Architect 4D	L'Oreal Франция	486	Создает эффект накладных ресниц. Содержит масло жожоба, витамин В и пантенол, питает и смягчает ресницы, предотвращая их ломкость. Спиралевидная щеточка загибает и удлиняет ресницы, не склеивая их.
Xperience	MaxFactor США	600	Тушь утолщает ресницы, при этом не отягощая их, благодаря силиконовой щеточке и консистенции мусса.
MAXI	DIVAGE Россия	260	Объемная кисточка создает эффект накладных ресниц. Придает объем, разделяет, удлиняет ресницы. Не осыпается в течение дня.

Окончание таблицы 2

Марка	Производитель	Цена, руб.	Характеристика образца
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>Образцы водостойкой туши</i>			
Volume Glamour MAX Waterproof	Bourjois Франция	311	Объемная водостойкая тушь с большой щеточкой. Без отдушек и ароматизаторов, содержит провитамин В5. Обеспечивает стойкий эффект в течение 16 часов.
Volum Express Waterproof	Maybelline США	375	Водостойкая тушь. Не осыпается, стереть её можно специальным двухфазным средством. Делает ресницы объемными, не собирается в комочки, щеточка хорошо разделяет ресницы, они не склеиваются
Telescopic Waterproof	L'Oreal Франция	450	Водостойкая тушь. Удлиняет ресницы, прокрашивает самые мелкие реснички и хорошо их разделяет. Удобна в использовании, не вызывает раздражения
Lash Extension Effect Waterproof	MaxFactor США	550	Водостойкая тушь, равномерно окрашивает ресницы, не осыпается, разделяет, удлиняет ресницы.
90*60*90 AQUA	DIVAGE Россия	238	Водостойкая тушь. Удлиняет ресницы по всей длине, разделяет и подкручивает ресницы. Содержит натуральные воски и растительные полимеры. Обеспечивает стойкость 24 часа

На первом этапе экспертизы проводилась информационная идентификация, в ходе которой оценивалось соответствие упаковки и маркировки товаров требованиям стандарта. Сводные данные информационной идентификации представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты информационной идентификации образцов туши

№ п/п	Наименование образца	Требования по ГОСТ Р 51391-99	
		Упаковка	Маркировка
		Пластиковая или комбинированная туба. Колпачок-кисточка должен плотно навинчиваться и легко извлекаться из тубы.	Информация на русском языке, товарный знак предприятия, наименование изделия, дата изготовления, срок годности, срок хранения, состав
1	2	3	4
<i>Результаты экспертизы водорастворимой туши</i>			
1	Volume Glamour UltraCurl, Bourjois	Упаковка образцов № 1,4,5 полностью соответствует требованиям стандарта. Кисточка образца № 2 с усилием извлекается из тубы. Неудобная форма тубы образца № 3.	Отсутствует информация о составе на русском языке, срок хранения
2	Volum Express One By One, Maybelline		Маркировка полностью соответствует требованиям ГОСТа
3	LashArchitect 4D, L'Oreal		Отсутствует информация о сроке годности после вскрытия упаковки
4	Xperience, MaxFactor		Маркировка полностью соответствует требованиям ГОСТа
5	MAXI, DIVAGE		Маркировка полностью соответствует требованиям ГОСТа

№ п/п	Наименование образца	Требования по ГОСТ Р 51391-99	
		<i>Упаковка</i>	<i>Маркировка</i>
		Пластиковая или комбинированная туба. Колпачок-кисточка должен плотно навинчиваться и легко извлекаться из тубы.	Информация на русском языке, товарный знак предприятия, наименование изделия, дата изготовления, срок годности, срок хранения, состав
1	2	3	4
<i>Результаты экспертизы водостойкой туши</i>			
1	Volume Glamour MAX Bourjois	Упаковка всех образцов полностью соответствует требованиям стандарта.	Отсутствует информация о составе на русском языке, срок хранения.
2	Volum Express Maybelline		Маркировка полностью соответствует требованиям ГОСТа
3	Telescopic L'Oreal		Информация о составе выполнена мелким шрифтом
4	Lash Extension Effect MaxFactor		Отсутствует информация о дате изготовления и сроке годности продукта.
5	90*60*90 DIVAGE		Маркировка полностью соответствует требованиям ГОСТа

Таким образом, в ходе идентификации водорастворимой туши для ресниц выявлено, что упаковка всех представленных образцов соответствует предъявляемым требованиям. Нарекания вызвали два образца: у образца Volum Express One By One от Maybelline кисточка с усилием извлекается из тубы, что может привести к повреждению изделия и его быстрому высыханию, а неудобная форма тубы образца Lash Architect 4D от L'Oreal может затруднять нанесение туши на ресницы.

Маркировка оцениваемых образцов также имеет отклонения. На маркировке образцов Volume Glamour Ultra Curl и Volume Glamour MAX от Bourjois полностью отсутствует ин-

формация на русском языке, к тому же не указан срок хранения данной продукции. У образца Lash Architect 4D от L'Oreal отсутствует информация о сроке годности изделия после вскрытия упаковки и дата производства изделия, что является существенным отклонением от нормативной документации, так как может повлечь за собой микробиологическую порчу изделий.

На втором этапе экспертизы методом опытной эксплуатации по 5-балльной шкале (табл.1) проводилась органолептическая оценка образцов. Для проведения испытаний была подобрана группа пробантов – добровольцев из числа студентов ЗИП СибУПК в количестве 5 человек. В ходе испытания оценивались названные выше органолептические показатели качества туши. Сводные результаты экспертной оценки образцов представлены в табл.4.

Таблица 4

Результаты органолептической оценки туши для ресниц

№п/п	Наименование образца	Сумма баллов	Оценка качества
<i>Образцы водорастворимой туши</i>			
1	Volume Glamour Ultra Curl, Bourjois	18,8	Хорошо
2	Volum Express One By One, Maybelline	23,2	Отлично
3	LashArchitect 4D, L'Oreal	17,8	Удовлетворительно
4	Xperience, MaxFactor	22,6	Хорошо
5	MAXI, DIVAGE	22,8	Хорошо
<i>Образцы водостойкой туши</i>			
1	Volume Glamour MAX, Bourjois	23	Отлично
2	Volum Express, Maybelline	22,8	Хорошо
3	в	20,4	Хорошо
4	Lash Extension Effect, MaxFactor	21,4	Хорошо
5	90*60*90, DIVAGE	22	Хорошо

В результате исследования качества пяти образцов водорастворимой туши для ресниц было выявлено, что наиболее высокими показателями обладают образцы под номерами 1,2,4,5 – туши для ресниц Volume Glamour Ultra Curl (Bourjois), Volum Express One By One (Maybelline), Xperience (MaxFactor), MAXI (DIVAGE). Данные образцы обладают высоким моделирующим эффектом и кроющей способностью, не склеивают ресницы и не раздражают глаза, к тому же хорошо держатся в течение дня.

Тушь для ресниц Lash Architect 4D от L'Oreal получила наименьшее количество баллов за счет низкого показателя гипоаллергенности – у нескольких пробантов тушь вызвала покраснение и раздражение слизистой оболочки глаз.

Исследование качества пяти образцов водостойкой туши для ресниц показало, что большая часть испытуемых образцов обладают высокими показателями качества. Тушь для ресниц марок Bourjois, Maybelline, и DIVAGE обладают хорошим водостойким и декоративным эффектом, удобной кисточкой. Кроме этого образцы не раздражают глаз и легко удаляются с ресниц специальным средством.

Тушь для ресниц Lash Extension Effect от MaxFactor хорошо удлиняет, разделяет и придает объем ресницам, но практически не имеет водостойкого эффекта.

Образец туши для ресниц Telescopic от L'Oreal имеет достаточно высокую устойчивость к влаге, но к концу испытания у некоторых пробантов после применения туши было отмечено пощипывание и покраснение кожи век.

Итак, все оцениваемые образцы туши для ресниц, реализуемые ООО «Барис», признаны качественными и, в целом, удовлетворяют потребности покупателей. Следует отметить, что наиболее высокие оценки получили образцы наиболее безопасной и гипоаллергенной водорастворимой туши, которые не только хорошо наносятся на ресницы и держатся в течение дня, но и легко удаляются с глаз обычной водой.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. ГОСТ 28303-89. Изделия парфюмерно-косметические. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. – Введ. 1989–28–09. – М. : Госстандарт России: Изд-во стандартов, 1989.
2. ГОСТ 29188.0-91. Изделия парфюмерно-косметические. Правила приемки, отбора проб, методы органолептических испытаний. – М. : Госстандарт России, 1999.
3. ГОСТ Р 51391-99. Изделия парфюмерно-косметические. Информация для потребителя. Общие требования. – Введ. 1999–09–12. – М. : Госстандарт России: Изд-во стандартов, 1999.
4. ГОСТ Р 5234-2005. Изделия декоративной косметики на эмульсионной основе. Общие технические условия». – Введ. 2006-07-01.– М. : Госстандарт России: Изд-во стандартов, 2007.– 5 с.
5. ТОП-7 эффектных моделей туши для ресниц // Cosmopolitan. – 2011. – № 89. – с .106.
6. «СПРОС». Журнал для потребителей [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.spros.ru/>
7. «Обзор франшиз рынка натуральной косметики» [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.beboss.ru/>.
8. Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс] – . – Режим доступа: <http://www.rospotrebnadzor.ru/>
9. Портнова Л. Макияж – просто блеск. // Спрос.– 2004. – № 6. – С. 19–22.
10. Правила сертификации парфюмерно–косметической продукции Приняты постановлением Госстандарта России 20.01.95 г. № 1. – М.,1989.– 50 с.
11. Центр независимой потребительской экспертизы [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.cnpe.spb.ru/>.

© Рыжова Н. И., 2012

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Н. И. Рыжова
**Имидж как внешний образ туристической
организации**

В статье рассматриваются проблемы имиджа туристической организации, процесс формирования, структура и функции. Рассмотрены элементы стратегии формирования имиджа и макроимиджа организаций в сфере туризма. Данную статью можно использовать при написании курсовых и квалификационных работ специалистов сферы услуг и туризма.

Процессы, происходящие в современных условиях, выдвигают перед компаниями проблему формирования их имиджа в общественном сознании. Деловой имидж, торговая марка, брендинговая концепция занимают все больше внимания экономистов, маркетологов, журналистов. В связи с этим на российских предприятиях туристической индустрии активно создаются подразделения по связям с общественностью, одной из целей которых является формирование благоприятного имиджа туристических фирм, основанного на деловой репутации.

Внимание к проблеме формирования имиджа туристической фирмы обусловлено тем, что благоприятный корпоративный имидж становится необходимым условием достижения устойчивого и продолжительного делового успеха фирмы, что является главным фактором конкурентоспособности на внутреннем и на внешнем рынке. Благоприятный имидж дает туристической организации определенную рыночную силу, приводит к снижению чувствительности к цене; а значит, защищает органи-

зацию от конкурентов и укрепляет позиции относительно услуг-заменителей; облегчает доступ организации к финансовым, информационным, человеческим ресурсам.

Имидж – это внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других. Имидж определяется как совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией и т.д. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему [4. С. 97]. Имидж следует понимать как совокупность ряда переменных с преобладающей над содержанием формой, вариант самоподачи, акцентирующий внимание на лучших качествах, повышающий самооценку и авторитет у потенциальных потребителей, а также ключ к успешному развитию общественных связей.

Макроимидж организации определяют как совокупность социальных действий различных субъектов деятельности, направленных на создание в общественном сознании внешнего образа, определенного впечатления, мнения, отношения других к организации. Он же может выступать как долгосрочный корпоративный имидж во внешней среде – среди конкурентов, потребителей услуг, определяющий спрос на ее услуги и в целом в образ организации, существующий в общественном мнении. Макроимидж имеет следующие составляющие: мнение потребителей об организации и ее услугах, внешний и внутренний дизайн помещения (офиса и прилегающей территории), эргономика рабочих мест, морально-психологический климат в организации, авторитет топменеджмента и т.д.

Структура макроимиджа имеет следующие компоненты:

1. Внешний имидж организации: представления общества относительно уникальных характеристик туристической организации и ее услуг.

2. Имидж потребителей, пользующихся услугами туристической организации: представления о стиле жизни, общественном статусе, о личностных характеристиках населения.

3. Внутренний имидж организации: представления сотрудников о своей организации и руководителе, профессиональная компетентность сотрудников, культура и психологический климат организации.

4. Имидж руководителя организации и ближайшего окружения: включает представления о способностях, установках, ценностных ориентациях, психологических характеристиках, внешности.

Макроимидж организации формируется на основе прямого контакта, при котором каждый сотрудник рассматривается как лицо организации, по которому судят о состоянии всей организации. Роль представителей и доверенных лиц организации имеет непосредственное воздействие на создание позитивного целостного макроимиджа руководителя организации, а значит, и всей компании.

Формирование макроимиджа организации происходит под воздействием следующих видов имиджа организации:

1) визуальный имидж: целенаправленное воздействие на зрительные ощущения, фиксирующие информацию о дизайне, фирменной символике и иных носителях графической информации (реклама);

2) социальный имидж: навязывание широкой общественности представлений о социальных целях и роли организации в экономической, социальной и культурной жизни общества;

3) бизнес-имидж: формирование представлений о деловой активности организации (деловая репутация, объем продаж туристского продукта, относительная доля рынка, инновационность технологий, разнообразие услуг, гибкость ценовой политики т. д.).

В современных условиях в научной литературе можно найти три версии практического назначения имиджа:

1) американский имидж — это средство достижения цели;

2) европейский имидж — это способ привлечения внимания;

3) русский имидж — это условие самовыражения [4. С. 245].

Две первые версии носят явно прагматичное назначение. В бизнесе благодаря имиджу и макроимиджу утверждается деловая репутация, стимулируется доверие, «приручается» клиентура, т.е. достигается то, что жизненно необходимо любой деловой структуре и топ-менеджменту, чтобы выстоять в конкуренции и поддерживать доброжелательные отношения с общественностью. Учитывая то, что одной из устойчивых тенденций развития современной экономики является возрастание роли нематериальных факторов в структуре факторов формирования рентабельности и доходности, макроимидж организации в наше время объективно по своей полезности выходит на первый план.

Таким образом, макроимидж действительно является средством и способом привлечения внимания. Благодаря имиджу как психологическому фактору в обществе успешно выстраивается общение — как живое, так и технически опосредованное. Именно в таком использовании макроимиджа преуспели американские и европейские деловые люди.

В российской версии макроимидж и имидж организации также рассматриваются как коммуникативное средство внешнего воздействия, но акцент делается на их использование как некой подъемной силы выведения наружу того лучшего, что имеет субъект, который позиционируется ими. Отсюда и существенные отличия в методологии толкования предназначения имиджа и макроимиджа и технологии их создания в российской версии по сравнению с версиями зарубежными.

В современных социально-экономических условиях в России отсутствие прагматической ограниченности в отношении имиджа стимулировало появление новой отрасли научно-прикладного знания — имиджелогии. В ней разработаны технологии имиджирования, под которыми понимается логика усилий, реализация которых обеспечивает создание имиджа и макроимиджа организации.

Технологии имиджирования—особый вид изобразительного искусства, суть которого заключается в презентации лучших характеристик социальной структуры, направленной на обеспечение эффекта впечатления. Как репутация работает на имидж, так и имидж служит образным подтверждением факта репутации и легче выстраиваются социальные отношения престижа [2. С. 124].

Какой бы непредсказуемой ни была реакция общественности в период формирования облика организации, вся система обязательно должна подчиняться стройной логической концепции, подчиненной стратегической цели формирования макроимиджа. Сам макроимидж существует в общественном сознании как взаимосвязанный последовательный поток информации, программирующий образную и эмоциональную реакцию. Макроимидж организации представляет ее цели и ценности в наиболее удобном и приятном виде. В его построении всегда участвуют две стороны: сама компания, которая стремится наилучшим образом представить свою деятельность, и контрагенты, ожидающие от нее удовлетворения своих интересов.

Формула успешного макроимиджа очень проста: «Соответствие образа организации, существующего в общественном и индивидуальном сознании потребителей услуг, образу, который компания хотела создать в процессе рекламной и профессиональной деятельности» [2. С. 128].

Макроимидж туристической организации имеет качественные и количественные характеристики. Качественные характеристики определяются экономическими, духовными, финансовыми и другими потребностями общества в деятельности туристической организации, а количественные - стоимостью ее «добраго имени» (good will), которая прямо включается в оценку ее бизнеса.

Макроимидж организации имеет и определенное функциональное значение. Среди функций макроимиджа можно выделить следующие.

1. Ценностные — к ним относится все то, что свидетельствует о приоритете в имидже духовной содержательности. Внешние данные персонала организации не определяют ее макроимидж, а являются средствами выражения его образованности, его профессионализма, уважительного отношения к потребителям. Вкупе со всеми внешними атрибутами и воспроизводится привлекательный имидж и макроимидж.

2. Технологические - включают все то, что объясняет, каким образом и в каких целях следует использовать макроимидж как фирменный бренд. Благодаря макроимиджу между организацией и другими участниками рынка, между организацией и социальными группами и обществом в целом. В туристической деятельности, нагруженной функциями общения, привлекательный корпоративный макроимидж имеет огромное стимулирующее значение в работе с различными социальными группами и участниками рынка услуг [3. С. 94].

Деятельность большинства организаций в современных рыночных условиях опирается на различные группы общественности: на них ориентирован узнаваемый образ организации, с ними налаживаются связи. Так, коммуникационные функции макроимиджа, используемого в рекламе, заключаются в презентации организации в положительном свете или в ее защите от негативной информации, исходящей из внешних источников.

К непосредственным элементам, формирующим макроимидж туристической организации и являющихся его носителем, можно отнести: название, логотип, слоган, фирменный знак, униформу сотрудников и другие элементы фирменного стиля, а также ежегодные отчеты организации, рекламные носители, в том числе транспорт и представительские сувениры и пр. Создание характерного образа туристической организации должно тщательно планироваться. Процесс использования согласованных визуальных стимулов для усиления двух универсальных коммуникационных эффектов это:

1) осведомленность о туристической организации, главным образом в смысле ее узнаваемости, но также и запоминания в отрасли;

2) отношения к организации, как отражения ее корпоративного имиджа [2. С. 117].

Последнее рассматривается также с точки зрения ее репутации, которая отражает общую оценку организации связанными с ней лицами и структурами. Другими словами, образ организации складывается из целого ряда визуальных стимулов, а также осведомленности об организации и отношения к ней.

Немаловажную роль в формировании макроимиджа организации играет фирменный дизайн. Он представляет собой мощное средство позиционирования образа туристической организации в желаемом свете. Разработка дизайна начинается с выбора имени и логотипа организации, затем новый образец распространяется на все прочие визуальные атрибуты функционирования организации, включая представительскую продукцию. Публикуемые отчеты, канцелярские принадлежности, униформа сотрудников, — важная форма рекламных коммуникаций. Специалисты рекомендуют проводить всесторонний анализ ситуации и дизайна, привлекая для этого профессиональные и независимые компании по организации PR [3. С. 224].

Макроимидж организации создается не рекламой, а обществом, социальными и профессиональными группами. Источником его формирования и развития являются не материальные, а человеческие ресурсы. Содержание делового макроимиджа фирмы определяется набором целей, задач, методов и мер их выполнения, определяемых стратегией развития организации. К методам и мерам можно отнести грамотную финансовую, производственную, маркетинговую, управленческую деятельность, основанную на использовании социально-корпоративных технологий.

Корпоративный макроимидж туристической организации должен составлять основу корпоративной идеи (миссии фирмы). Вся краткосрочная, среднесрочная и долгосрочная стратегия организации должна быть направлена на формирование

ее делового макроимиджа, адекватного ожиданиям собственных работников, акционеров, властей, общества. В условиях конкуренции деловой макроимидж организации является основным фактором ее выживания и развития.

Перед предприятиями индустрии туризма стоит задача предложения потребителям таких туристских услуг, которые бы максимально учитывали туристские мотивы и были уникальными. Все это в долгосрочной перспективе будет работать на формирование макроимиджа туристической организации.

Для решения проблем формирования макроимиджа туристической организации в связях с общественностью и рекламе существует ряд социальных технологий, применение которых ориентировано на формирование общественного сознания. Среди технологий в области PR-деятельности рассматривают репутационные технологии, спрос на которые непрерывно возрастает.

Репутационный PR организации включает в себя набор разнообразных мероприятий по созданию внутренней и внешней репутации туристической компании: коммуникационное обеспечение информационного воздействия на персонал компании и на внешнюю среду, в которой функционирует компания. Это, прежде всего, потребители, местные СМИ, органы власти, общественные организации и деловые структуры [2. С. 212].

В общении с внешней средой в целях формирования макроимиджа туристической организации, как правило, используется комплекс технологий. Обусловлено это тем, что внешняя среда обширнее по коммуникационному пространству и разнообразнее по субъектам восприятия информации, чем коммуникативная среда компании.

Для этого целесообразно использовать в PR- деятельности уже наработанные в четырех коммуникативных средах технологии имиджирования.

1. Живое эфирное общение. В создании макроимиджа и его презентации первенствующее значение имеет технология персонального имиджа топменеджмента туристической организации.

2. Радиоэфирное общение. В нем решающую роль имеют природные и социально приобретенные навыки топменеджмента и других представителей туристической организации к общению с целевой аудиторией посредством радио.

3. Телевизионное эфирное общение. Благодаря телевидению сложилась устойчивая, эффективно воздействующая на общественность коммуникационная система. Существуют разные форматы и жанры использования телевидения в целях пропаганды общественно значимых мировоззренческих ценностей, формирования общественного мнения, воздействия на гражданское самочувствие людей. Несомненно, телевидение играет особенно важную роль при формировании макроимиджа организации.

4. Интернет- общение играет важную роль в формировании макроимиджа туристической организации, потому что при его использовании имеется возможность интерактивного взаимодействия с аудиторией, отслеживания ее мнения, потребностей и оперативного реагирования на них [2. С. 214].

Итак, репутационные технологии, являясь инструментарием PR-деятельности, посредством коммуникационных средств и коммуникативных приемов предназначены для формирования общественного мнения о репутации туристической организации и как следствие — ее макроимиджа..

Использование методов «паблик рилейшнз» является наиболее эффективным способом создания и поддержания макро-имиджа туристической фирмы и оказываемых ею услуг. Доброжелательное отношение общественности к организации через общественное мнение как средство социального контроля в дальнейшем будет оказывать воздействие на поведение и представления отдельного индивида о фирме.

Для достижения цели формирования макроимиджа туристической организации в «паблик рилейшнз» используются разнообразные средства и приемы:

➤ связь со средствами массовой информации (организация пресс-конференций и брифингов; рассылка пресс-релизов; написание статей о самой фирме, ее сотрудниках, сфере ее

деятельности; производство кино- и телефильмов, теле- и радиорепортажей; организация интервью руководителей);

➤ публикации ежегодных официальных отчетов о деятельности фирмы;

➤ издание фирменного пропагандистского проспекта;

➤ издание фирменного журнала, газеты; участие представителей предприятия в работе съездов и конференций профессиональных или общественных организаций;

➤ организация фирмой всевозможных мероприятий событийного характера (например, празднование юбилея организаций);

➤ деятельность, направленная на органы государственного управления (выдвижение фирмами «своих» людей в органы государственного управления, представление новых услуг руководителям государства, привлечение первых лиц государства к участию в торжествах, устраиваемых организацией);

➤ спонсорство определенных мероприятий, подготовка и проведение различных мероприятий, участие в выставках, семинарах празднование какого-то события, связанного с родом деятельности фирмы [3. С. 83].

Все эти события могут стать «информационным поводом», благодаря которому в средствах массовой информации могут появиться информационные материалы о фирме и ее вкладе в проведение того или иного мероприятия. Результатом сформированного благоприятного макроимиджа компании будет более благосклонное отношение различных структур социального управления.

С развитием рынка туристических услуг существенным фактором формирования макроимиджа организации и потребительских предпочтений к ней становится наличие (или отсутствие) у нее имени (торговой марки), известного в потребительской среде. Торговая марка — это визуальный образ, имя, данное производителем своей услуге, чтобы покупателю было легче отличить ее от услуг конкурентов. Торговая марка предполагает реализацию некоторой философии внедрения данного имени с использованием мероприятий в сфере ком-

плекса маркетинговых коммуникаций, направляющих на целевую группу потребителей информацию, адекватную потребителским ожиданиям, предпочтениям и социальным установкам.

Таким образом, формируется специфическая стратегия макроимиджа, которая понимается как сильная деловая концепция плюс набор реальных действий, способных привести эту концепцию (торговую марку) к созданию реального конкурентного преимущества, сохраняющегося длительное время.

Некоторые аналитики считают торговую марку самым долговечным активом компании, срок жизни которого значительно превышает время существования производимых услуг и самих организаций, что немаловажно для формирования и поддержания макро-имиджа.

В современных условиях в бизнесе сложилась устойчивая связь между макроимиджем (имиджем) и брендом как самостоятельными феноменами рынка. Новый бренд позволяет ускорить процесс перехода от старого имиджа компании к новому, сформировать в целом макроимидж организации. Быстрота узнаваемости бренда - одно из конкурентных преимуществ макроимиджа организации. Удачный бренд при современном уровне телекоммуникации содействует формированию или укреплению макроимиджа туристической организации, воздействует на формирование общественного мнения о ней.

Туристическая организация может завоевать определенный сегмент рынка услуг и добиться конкурентных преимуществ только благодаря грамотному управлению процессом формирования макроимиджа.

Организация индустрии туризма, прежде всего, должна решить вопрос о целесообразности наличия у нее определенного макро-имиджа. Решение принимается на основании сбора и анализа материала о своей внешней и внутренней среде. Внешняя среда организации должна быть детально проанализирована с точки зрения территориального определения рынка (мероприятия по формированию макроимиджа должны учитывать языковые и культурные традиции различных стран, ес-

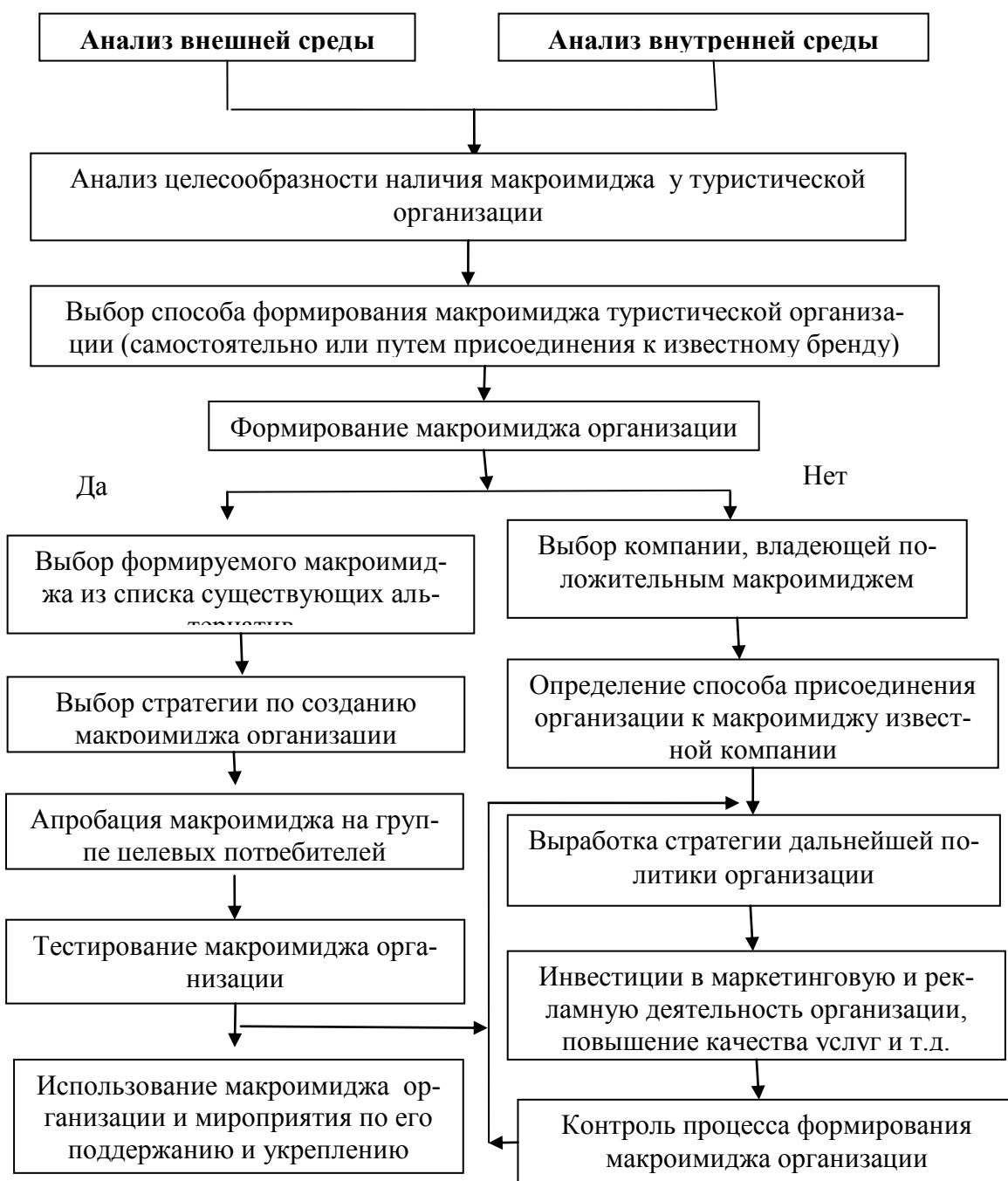
ли предполагается международная деятельность) и потенциального потребителя (его мотивации, которая зависит от многих факторов: общеэкономических; культурного и социально психологического характера; социально демографических; личностного поведения).

При анализе внутренней среды организации следует обратить внимание на характерные особенности (качества) туристских услуг, которые являются для потребителей наиболее привлекательными.

Правильно выбранная позиция помогает организации индустрии туризма определить базовые черты ее макроимиджа, создать желательные ассоциации у партнеров и потребителей. Однако формирование положительного макроимиджа является не простым для организации вопросом. На современном этапе для российского туристского рынка характерно отсутствие достоверной официальной статистики и информации о деятельности основных компаний на рынке. Лидеров по предпочтению сотрудничества определяют только рейтинги с сомнительными методами оценки и получения информации. Сведения о них распространяются лишь среди профессионалов и, как правило, не доходят до конечных потребителей.

Макроимидж играет важную роль и имеет особое значение для крупных и хорошо известных туристических организаций, существующих в центре внимания СМИ, на виду общественности. Коррекция макроимиджа подобных структур ведется постоянно посредством воздействия на общественное мнение для обеспечения благоприятного поведения общественности в отношении организации. Отношение к конкретной туристической организации может быть определено отношением ко всей сфере туристических услуг, включающей данную организацию, на основании оценки ее деятельности. Указанная опосредованность может иметь как положительное, так и отрицательное влияние на макроимидж конкретной компании.

Процесс формирования и управления макроимиджем, можно представить в виде ряда этапов, образующих циклический процесс.



Ключевые факторы стратегии формирования макроимиджа туристической организации заключаются в следующих преимуществах.

1. Корпоративная миссия. Концепция макроимиджа корпоративной миссии организации отражает существующую на рынке возможность удовлетворять конкретные потребности

социума, представляя конкретный вид услуг для целевой аудитории потребителей в условиях конкурентной борьбы.

2. Конкурентные преимущества — преимущества, которыми обладает организация (имя, бренд, различные ресурсы и др.) и методы ведения конкурентной борьбы.

3. Организация бизнеса характеризуется способом деления предприятия на более мелкие подразделения. Организация дифференциации и интеграции бизнеса туристического предприятия определяет стратегию реализации макроимиджа.

4. Туристический продукт - понятие, объединяющее туристические услуги, идентифицируемое в соответствии со структурой запросов потребителей.

5. Рынки услуг. Границы рынка определяются особенностями применения или использования туристических услуг. При разработке стратегии макроимиджа следует концентрировать внимание на целевых потребителях, в которых туристическая организация наиболее заинтересована.

6. Структурные изменения. Философия стратегического планирования проявляется в расширении или сужении структуры самой туристической организации.

7. Программа развития. Расширение рынков, повышение деловой активности являются результатом стратегической политики, диктуются развитием технологий или потребностями рынка и имеют непосредственное влияние на корпоративный макроимидж.

8. Компетентность управления и культура. Целенаправленное изменение макроимиджа, находящего отражение во внешней среде для оказания воздействия на окружающую среду, обеспечение условий эффективной реализации стратегического планирования и управления компанией (реклама, поддержка сбыта, работа с общественностью), в том числе с учетом корпоративной и доминирующей в обществе культуры [2. С. 176].

Таким образом, создание макроимиджа — это сложный процесс, требующий определенного времени и усилий, а так-

же огромных финансовых вложений. Поэтому в индустрии туризма, где преобладают относительно небольшие компании, нередко малые и отчасти средние турфирмы для продвижения сервисного продукта на рынке туристических услуг используют существующие бренды известных компаний и, таким образом, используют (на законных основаниях) уже сформированный и знакомый потребителям имидж компании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Грунтовский, И. И. Формирование макроимиджа туристической организации / И. И. Грунтовский // Сервис. – 2010. – №10. – С 27 - 30
2. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособие / под ред. В. М. Шепеля М. : Гардарики, 2004. – С. 352.
3. Кузнецов В. Ф. Связи с общественностью : Теория и технологии : учебник. – М. : Аспект-Пресс, 2007. – С. 302.
4. Чудновский, А. Д. и др. Управление индустрией туризма : учеб. пособие. – М. : Кнорус, 2005. – С. 448.
5. Социологический энциклопедический словарь. – М. : Норма, Инфра-М, 2000. – С. 589.

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Т. А. Силинская

**Проблемы пенсионного обеспечения граждан,
уволенных с военной службы**

Данная статья посвящена актуальным вопросам пенсионного обеспечения военнослужащих в Российской Федерации. На фоне происходящей в настоящее время пенсионной реформы в Российской Федерации среди существующих социально-правовых проблем отдельного внимания заслуживают вопросы пенсионного обеспечения граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей.

Одной из важнейших форм социальной защиты граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей является система социального обеспечения. Право граждан Российской Федерации на социальное обеспечение закреплено в ст. 39 Конституции Российской Федерации [1]. Сложившуюся систему социального обеспечения следует понимать как форму распределения материальных благ с целью удовлетворения жизненно необходимых потребностей граждан, проходивших военную службу.

Обязанности военной службы связаны с выполнением специфических задач обороны страны в условиях, сопряженных с риском для жизни и здоровья военнослужащих, повышенными физическими и эмоциональными нагрузками, неблагоприятным воздействием различного рода иных факторов. Лица, избравшие своей профессиональной деятельностью военную службу, должны соответствовать ее медицинским и профессионально-психологическим требованиям, иметь необходимую физическую и профессиональную подготовку [8].

Особый характер такой службы не только обуславливает предъявление повышенных требований к допускаемым к ней лицам и установление в связи с этим законодательных ограничений их прав и свобод, но и предоставляет обязанность государства в силу Конституции Российской Федерации гарантировать им повышенную социальную защиту и социальное обеспечение [1].

Наиболее распространенным и социально значимым видом социального обеспечения граждан, уволенных с военной службы, и их семей, является пенсионное обеспечение.

Военнослужащие в случаях выхода на пенсию должны быть гарантированно обеспечены всем необходимым. Это обусловлено тем, что ратный труд военнослужащих сопряжен с риском для жизни и требует повышенного напряжения моральных и физических сил. Служебное время военнослужащих часто носит ненормированный характер, их быт ограничен возможностями военных городков. Защитники Отечества должны быть уверены в том, что по окончании нелегкой ратной службы у них будет обеспеченная старость. В противном случае привлекательность военной службы будет явно невысокой, что негативно скажется на вопросах комплектования Вооруженных Сил Российской Федерации квалифицированными кадрами и соответственно на уровне обеспечения военной безопасности Российской Федерации.

Уровень пенсионного обеспечения граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей не только является показателем отношения государства к защитникам Отечества, но и прямо влияет на качество комплектования силовых структур военнослужащими, проходящими военную службу по контракту.

Согласно Закону Российской Федерации «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-

исполнительной системы, и их семей» [5] к числу федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих пенсионное обеспечение военнослужащих, отнесены два министерства (Минобороны РФ и МВД РФ) и три федеральные службы (ФСБ РФ, ФСИН РФ и ФСНК РФ). Наибольшее количество военных пенсионеров – в Министерстве обороны России (почти 1 млн. 100 тыс. человек). Из них большая часть получает пенсию за выслугу лет (почти 87%); еще 3,5% - военную пенсию по инвалидности и 10% - пенсию по случаю потери кормильца. Большинство военных пенсионеров проживает в на территории РФ, хотя более 30 тыс. – за ее пределами [8].

В области правового регулирования пенсионного обеспечения граждан, проходивших военную службу, отмечается ряд проблем, которые нуждаются в их разрешении, в том числе путем совершенствования правового регулирования.

1. В соответствии со ст. 3 ФЗ от 27.05.2003 г. № 58-ФЗ «О системе государственной службы Российской Федерации» [2] к основным принципам построения и функционирования системы государственной службы относится принцип единства правовых и организационных основ государственной службы, предполагающее законодательное закрепление единого подхода к организации государственной службы. Система государственной службы включает в себя следующие виды государственной службы: государственная гражданская служба; военная служба; правоохранительная служба.

Вместе с тем, единство подходов к организации государственной службы не соотносится с единством подходов к организации пенсионного обеспечения на государственной гражданской службе и военной (правоохранительной) службах.

Все перечисленные выше лица российский законодатель нередко объединяет одним понятием «военнослужащие», хотя следовало бы отметить, что в разных федеральных законах в категорию военнослужащих нередко зачислят служащих то одних, то других министерств (или служб), что говорит о не-

четкости правовой базы, регулирующей отношения в рассматриваемой области.

В соответствии с п. 1 ст. 14 ФЗ от 15.12.2001 г. № 166-ФЗ «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации» [3] федеральным государственным гражданским служащим назначается пенсия за выслугу лет при наличии стажа государственной гражданской службы не менее 15 лет в размере 45 процентов среднемесячного заработка федерального государственного гражданского служащего за вычетом страховой части трудовой пенсии по старости либо за вычетом трудовой пенсии по инвалидности, установленных в соответствии с Федеральным законом «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» [4]. За каждый полный год стажа государственной гражданской службы сверх 15 лет пенсия за выслугу лет увеличивается на 3 процента среднемесячного заработка. При этом общая сумма пенсии за выслугу лет и страховой части трудовой пенсии по старости либо общая сумма пенсии за выслугу лет и трудовой пенсии по инвалидности не может превышать 75 процентов среднемесячного заработка федерального государственного гражданского служащего.

Размеры пенсий за выслугу лет военнослужащим (за исключением граждан, проходивших военную службу по призыву в качестве солдат, матросов, сержантов и старшин) определяются в порядке, предусмотренном Законом Российской Федерации «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей» [5]. Указанным Законом предусмотрено, что пенсия за выслугу лет выплачивается гражданам, уволенным с военной службы при наличии выслуги 20 лет и более в размере 50 процентов оклада по воинской должности, оклада по воинскому званию и процентной надбавки за выслугу лет.

Таким образом, например, при наличии равной выслуги 20 лет у федерального государственного гражданского служащего и у военнослужащего пенсия первому будет выплачиваться в размере 60 процентов среднемесячного заработка федерального государственного гражданского служащего, а пенсия второму будет выплачиваться в размере 50 процентов оклада по воинской должности, оклада по воинскому званию и процентной надбавки за выслугу лет.

2. Трудовая пенсия складывается из страховой и накопительных частей, каждая из которых имеет свой источник финансирования: базовая часть трудовой пенсии формируется за счет единого социального налога, поступающего в федеральный бюджет, страховая же и накопительная части трудовой пенсии финансируются за счет страховых взносов, уплачиваемых в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации.

Страховые взносы являются индивидуально возмездными обязательными платежами, их целевое назначение - обеспечение права гражданина на получение трудовой пенсии в размере, эквивалентном сумме страховых взносов, учтенной на его индивидуальном лицевом счете (статья 3 Федерального закона «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации»). Страховые взносы при поступлении в бюджет Пенсионного фонда Российской Федерации персонализируются применительно к каждому застрахованному лицу и формируют страховое обеспечение, которое выплачивается при наступлении страхового случая (при достижении пенсионного возраста, наступлении инвалидности, потере кормильца). В условиях действующего правового регулирования размер будущей трудовой пенсии (ее страховой и накопительной частей) напрямую зависит от суммы накопленных на индивидуальном лицевом счете страховых взносов, которые уплачивались страхователями.

В отличие от права на трудовую пенсию, которое реализуется в случае уплаты страховых взносов, право на пенсию по государственному пенсионному обеспечению не связыва-

ется законодателем с уплатой страховых взносов. В соответствии с Федеральным законом «О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации» от 15 декабря 2001 г. [3], устанавливающим основания возникновения права на пенсию по государственному пенсионному обеспечению и порядок ее назначения, финансирование выплаты этих пенсий производится за счет средств федерального бюджета [8].

Согласно названному Федеральному закону право на пенсию по государственному пенсионному обеспечению имеют, в частности, военнослужащие, к которым этот Федеральный закон относит также лиц рядового и начальствующего состава органов внутренних дел, прокурорских работников; пенсии по государственному пенсионному обеспечению (за выслугу лет или по инвалидности) назначаются им в порядке, предусмотренном Законом Российской Федерации «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей» [5].

На 1 января 2009 г. во всех субъектах проживало 2 млн. 229 тыс. 538 граждан, ранее проходивших военную службу по контракту, из которых всего 1 119 943 человека (50,2%) уволены с правом на пенсию за выслугу лет или на пенсию по инвалидности, а 1 109 595 человек уволены с военной службы по контракту без права на указанные пенсии [9].

Учитывая, что в период военной службы не осуществляется пенсионное страхование военнослужащих и у них не формируется страховое обеспечение будущей трудовой пенсии, категория граждан, уволенных с военной службы без права на пенсию, ставится в неравное положение с остальными гражданами, исполнявшими трудовые обязанности, на индивидуальном лицевом счете которых производились накопления страховых взносов.

3. Третья проблема касается граждан, уволенных с воен-

ной службы, которым была назначена пенсия за выслугу лет, и которые после увольнения с военной службы были лишены воинского звания за совершение тяжкого или особо тяжкого преступления.

Наказание в виде лишения воинского, почетного или специального звания либо классного чина закреплено нормами Общей части Уголовного кодекса Российской Федерации. Суд при его назначении применяет непосредственно статьи 44, 45 и 48 УК РФ, в соответствии с которыми это наказание может назначаться дополнительно к основному виду уголовного наказания лицу, имеющему такое звание и совершившему особо тяжкое или тяжкое преступление. Согласно части второй статьи 71 УК РФ и ч. 3 ст. 16 УИК РФ данное наказание исполняется самостоятельно судом, вынесшим приговор, а требования приговора - должностным лицом, присвоившим звание.

Какие-либо иные, помимо самого факта лишения воинского (специального, почетного) звания, уголовно-правовые последствия, в том числе прекращение выплаты ранее назначенной пенсии, уголовный закон в содержание данного наказания не включает. Прекращение выплаты лицу, лишенному по приговору суда воинского или специального звания, ранее назначенной ему пенсии за выслугу лет фактически становится дополнительным наказанием, не предусмотренным уголовным законом, что в силу ч. 1 ст. 3 УК РФ, согласно которой преступность деяния, а также его наказуемость и иные уголовно-правовые последствия определяются только Уголовным кодексом Российской Федерации, недопустимо [9].

В постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 16 октября 1995 г. выражена правовая позиция, согласно которой права гражданина в области пенсионного обеспечения производны от его трудовой или иной общественно полезной деятельности; пенсии по старости, за выслугу лет и другие пенсии, назначаемые в связи с трудовой или иной общественно полезной деятельностью, заработаны, заслужены

предшествующим трудом, военной службой, выполнением других значимых для общества обязанностей, что предопределяет содержание и характер обязанностей государства по отношению к тем гражданам, которые приобрели право на получение таких пенсий. Из этого следует, что государство обязано выплачивать им пенсии независимо от того, отбывают ли они по приговору суда наказание в виде лишения свободы, - право гражданина на получение полагающейся ему пенсии в силу правовой природы пенсий, носящих характер трудовых, не может связываться с такими условиями.

Как указал Конституционный Суд Российской Федерации, лишение граждан трудовой пенсии в период нахождения их в местах лишения свободы, в том числе путем приостановления выплаты пенсии на период отбывания этого наказания, а равно прекращение начисления или выплаты трудовых пенсий гражданам, выехавшим на постоянное жительство за пределы Российской Федерации, представляет собой ограничение их права на социальное обеспечение, гарантированного ст. 39 (ч. 1) Конституции Российской Федерации [1]. Такие ограничения в силу ст. 55 (ч. 3) Конституции Российской Федерации могут быть установлены федеральным законом, но только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства. Поскольку же закреплявшие их положения пенсионных законов этим требованиям не отвечали, они были признаны Конституционным Судом Российской Федерации не соответствующими Конституции Российской Федерации.

В силу приведенных правовых позиций с учетом определения Конституционного Суда от 12 апреля 2005 г. № 184-О [7] не может расцениваться как соответствующее ст. 55 (ч. 3) Конституции Российской Федерации ограничение права граждан на получение заработной, заслуженной пенсии за выслугу лет путем прекращения ее выплаты только на том осно-

вании, что они лишены приговором суда воинского или специального звания за преступления, совершенные после увольнения с военной или правоохранительной службы.

Таким образом, ч. 3 ст. 2 Закона Российской Федерации «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей» [5], не предусматривая возможность ограничения права на трудовую пенсию в качестве последствия лишения воинского звания по приговору суда, не может рассматриваться как допускающая прекращение выплаты гражданам пенсии за выслугу лет в связи с лишением их приговором суда воинского или специального звания за преступления, совершенные после увольнения с военной или правоохранительной службы и назначения указанной пенсии.

То обстоятельство, что эта норма истолковывается как предусматривающая прекращение выплаты ранее назначенных пенсий за выслугу лет гражданам, лишенным приговором суда воинского или специального звания за преступления, совершенные после увольнения с военной или правоохранительной службы, свидетельствует лишь о ее неправильном применении [8].

На основании изложенного можно сделать вывод, что в настоящее время лишение воинского звания, как дополнительный вид уголовного наказания, рассматривается как мера морального воздействия, которая не влечет последствий прекращения гражданам, уволенным с военной службы, выплаты назначенной пенсии за выслугу лет. Военнослужащий, имеющий право на пенсию за выслугу лет, и лишенный воинского звания, пенсию за выслугу лет получать не будет, поскольку она ему не была назначена.

Что касается страховой части трудовой пенсии по старости военнослужащим, то можно сказать следующее.

Многие военнослужащие, становясь пенсионерами в возрасте 40-50 лет, продолжают после увольнения с военной службы трудовую деятельность в качестве наемных работников на должностях, не относящихся к военной службе. В этом случае работодатель производит за него денежные отчисления на страховую (и накопительную) часть трудовой пенсии по старости. В результате на индивидуальном лицевом счете военного пенсионера образуется пенсионный капитал, который в соответствии с законом от 22.07.2008 г. № 156-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам пенсионного обеспечения»), в случае наступления необходимых условий, выплачивается ему в качестве страховой части трудовой пенсии по старости за исключением ее фиксированного базового размера. Страховая часть трудовой пенсии по старости военным пенсионерам назначается при соблюдении следующих условий:

- достижение общеустановленного пенсионного возраста:
- 55 лет и 60 лет (для женщин и мужчин соответственно);
- наличие страхового стажа продолжительностью не менее 5 лет, не учтенного при назначении пенсии по линии силового ведомства;
- наличие установленной пенсии за выслугу лет или по инвалидности, предусмотренных Законом от 12 февраля 1993 г. № 4468-1 «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей» [5];

Отдельным категориям военных пенсионеров страховая часть трудовой пенсии по старости назначается ранее достижения указанного возраста при соблюдении условий для досрочного назначения трудовой пенсии по старости.

По общему правилу страховая часть трудовой пенсии по старости назначается со дня обращения за ней, но не ранее

чем со дня возникновения права на указанную часть трудовой пенсии.

Для назначения указанной части трудовой пенсии необходимо обратиться в территориальный орган ПФР с заявлением о назначении страховой части трудовой пенсии по старости и представить документы, необходимые для назначения указанной части пенсии: паспорт; страховое свидетельство обязательного пенсионного страхования (в случае его отсутствия указанный документ оформляется территориальным органом ПФР по обращению застрахованного лица); справка о получении пенсии за выслугу лет (пенсии по инвалидности) в соответствии с Законом Российской Федерации от 12.02.1993 № 4468-1 «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей» [5], и периодах службы, работы и иной деятельности, учтенных при определении размера пенсии за выслугу лет (о периодах службы, предшествовавших назначению пенсии по инвалидности). Справка выдается уполномоченным органом федерального органа исполнительной власти, осуществляющим пенсионное обеспечение лиц, проходивших военную и приравненную к ней службу, и членов их семей, по установленной форме; документы, подтверждающие стаж (например, трудовая книжка, трудовой договор, справки, выдаваемые работодателями или соответствующими государственными (муниципальными) органами, и т.д.).

Кроме того, военным пенсионером, имеющим периоды работы до 2002 года, могут быть представлены документы, подтверждающие среднемесячный заработок за любые 60 месяцев подряд до 01.01.2002, в том случае, если этот среднемесячный заработок приходится на период до регистрации застрахованного лица в системе обязательного пенсионного страхования.

При исчислении страхового и общего трудового стажа военным пенсионерам в него не включаются периоды службы, предшествовавшие назначению пенсии по инвалидности, либо периоды службы, работы и иной деятельности, учтенные при определении размера пенсии за выслугу лет в соответствии с Законом Российской Федерации от 12 февраля 1993 г. № 4468-1 «О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей» [5].

В соответствии с ФЗ №556556-5 «О денежном довольствии военнослужащих и предоставлении им отдельных выплат», с 1 января 2012 года повышены более чем в 2,5 раза оклады денежного содержания военнослужащих. Кроме повышения окладов существенно изменилась структура денежного довольствия. 100 различных надбавок преобразовываются в 11 допвыплат, упорядочиваются и таким образом «погружаются» в денежное довольствие. За счет этого произошло резкое повышение денежного довольствия, которое обеспечивает прозрачность структуры денежного довольствия [8].

Что касается пенсий военных пенсионеров, действующая система исчисления пенсий – 50 % за 20 лет выслуги плюс 3 % за каждый год выслуги сверх 20 лет, но не более 85 % остается неизменной. Но за счет увеличения окладов с января 2012 года произошел существенный рост военных пенсий.

Закон предусмотрел такой механизм исчисления пенсий, который позволил увеличить их с 2012 года в среднем на 60 %. Средний размер составил порядка 17 тыс. руб. Этим же механизмом предусматривается ежегодный рост пенсии дважды в год. Начиная с 1 января 2013 года ежегодно, военные пенсии будут подрастать еще в среднем на 4 %, то есть примерно в среднем в 1,6 раза. При этом сохраняются ежегодные индексации на уровень инфляции. В планах реформы порядок расчета военных пенсий в 2013 году останется такой же. Таким об-

разом, военные пенсии также как и трудовые планируется поднять на 30 %, и в результате этого средний размер военных пенсий в 2013 году будет равен 22000 рублям в месяц.

При увольнении с военной службы военнослужащим будет выплачиваться единовременное пособие: при общей выслуге менее 20 лет - два оклада, а при 20 лет и более - семь. При этом сохранены льготы по санаторно-курортному обслуживанию. Один раз в год за путевку в санаторий Минобороны РФ военный пенсионер заплатит только 25 процентов стоимости, а члены его семьи половину ее цены. Для них также сохранена возможность бесплатного проезда к месту отдыха и обратно.

В федеральном бюджете на 2012-2014 годы дополнительно предусмотрены 1,68 триллиона рублей на повышение денежного довольствия и пенсий военным, в том числе 389,3 миллиарда рублей в 2012 году.

С 2012 года военные расходы РФ будут ощутимо расти. В бюджете 2011 года на оборону потрачено – 13,9 % от всей расходной части бюджета., в 2012 году – 14,6 %, в 2013 году – 17 %, а в 2014 году – 18,8 %.

Таким образом, несмотря на некоторые проблемы пенсионного обеспечения военнослужащих, все же социальный статус военных в России в настоящее время повысился и стал примерно таким же, каким он был в Советском Союзе - их труд стал относительно высокооплачиваемым

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Российская Федерация. Конституция.** Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] : [принята всенародным голосованием 12.02.1993г.] (с поправками от 30.12.2008 г.) // Гарант: Законодательство с комментариями – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

2. **Российская Федерация. Законы.** О системе государственной службы Российской Федерации [Электронный ре-

курс] : федер. закон от 27.05.2003 г. № 58-ФЗ (с изм. от 06.12.2011 г.) [принят ГД ФС РФ 25.04.2003 г.] // Гарант: Законодательство с комментариями – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

3. **Российская Федерация. Законы.** О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 15.12.2001 г. № 166-ФЗ (с изм. от 01.07.2011 г.) [принят ГД ФС РФ 30.11.2001 г.] // Гарант: Законодательство с комментариями – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

4. **Российская Федерация. Законы.** О трудовых пенсиях в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 17.12.2001 г. № 173-ФЗ (с изм. от 01.07.2011 г.) [принят ГД ФС РФ 30.11.2001 г.] // Гарант: Законодательство с комментариями – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

5. **Российская Федерация. Законы. Российская Федерация. Законы.** О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей [Электронный ресурс] : закон от 12.02.1993 г. № 4468-1 (с изм. от 08.11.2011 г.) // Гарант: Законодательство с комментариями – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

6. **Российская Федерация. Законы.** Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 15.12.2001 г. № 167-ФЗ (с изм. от 07.11.2011 г.) [принят ГД ФС РФ 30.11.2001 г.] Гарант: Законодательство с комментариями – . – . Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

7. **Российская Федерация. Судебные акты.** По жалобе гражданина Ефимова Владимира Алексеевича на нарушение его конституционных прав частью третьей статьи 2 Закона Российской Федерации "О пенсионном обеспечении лиц, проходивших военную службу, службу в органах внутренних дел, Государственной противопожарной службе, органах по контролю за оборотом наркотических средств и психотропных

веществ, учреждениях и органах уголовно-исполнительной системы, и их семей [Электронный ресурс]: Определение Конституционного Суда от 12 апреля 2005 г. № 184-О // Гарант: Законодательство с комментариями — . — . Режим доступа: [http: // www.garant.ru](http://www.garant.ru).

8. Фатеев, К. В, Харитонов С. С. О проблемах пенсионного обеспечения граждан, уволенных с военной службы / К. В. Фатеев, С. С. Харитонов // Право в Вооруженных Силах. — 2011. — № 9.

9. Гацко, М. Ф. Социально-правовые проблемы пенсионного обеспечения военнослужащих / М. Ф. Гацко // Право в Вооруженных Силах. — 2011. — № 10.

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Н. П. Степанов

**Возможности термоэлектрического охлаждения
и кондиционирования**

В статье рассматриваются различные аспекты применения термоэлектрических преобразователей энергии в промышленности, энергетике, на транспорте и в быту. Особое внимание уделено возможности использования термоэлектрических преобразователей для охлаждения и кондиционирования. Перечислены преимущества использования термоэлектрических преобразователей перед традиционными способами охлаждения.

Экологические преимущества термоэлектрических преобразователей энергии

В связи с необходимостью отказа от применения в качестве хладагентов веществ, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду, холодильная техника, базирующаяся в основном на использовании фреонов, столкнулась с большими трудностями. Хорошо известно, что фреоны (CFC) – традиционные хладагенты парокомпрессионных холодильных машин – способствуют разрушению озонового слоя Земли [1]. Альтернативные хладагенты HFC также оказались неприемлемыми, так как они увеличивают концентрацию в атмосфере парниковых газов, что приводит к глобальному потеплению климата планеты. Проблемы, связанные с разрушением озонового слоя и глобальным потеплением, говорят о том, что в будущих системах охлаждения и кондиционирования невозможно при-

менение традиционных систем с использованием в качестве хладагентов веществ, представляющих опасность для атмосферы Земли. Применение же новых смесей не всегда оказывается перспективным, поскольку требует значительного усложнения конструкций холодильного оборудования и имеет свои недостатки. Так, например, существуют попытки использовать аммиак, углеводороды и синтетические хладагенты без атомов хлора. Следует отметить: аммиак никак не угрожает атмосфере Земли в целом, однако он весьма ядовит, образует с воздухом взрывчатую смесь и локально представляет большую опасность. Углеводороды, в свою очередь, имеют нулевой потенциал разрушения озонового слоя и пренебрежимо малый потенциал глобального потепления, но и у них есть свой недостаток – горючесть. Наряду с указанными проблемами ко вновь создаваемому холодильному оборудованию постоянно повышаются требования в части увеличения его эффективности, снижения шума, электромагнитных излучений и вибраций. Поскольку до настоящего времени не найдено полноценных заменителей хладагентов CFC и HCFC, возникла острая потребность использования иных (не парокомпрессионных) методов получения искусственного холода. Этим можно объяснить постоянно возрастающий в последнее время интерес к альтернативным методам охлаждения [1].

По этой причине в последние годы наблюдается устойчивая тенденция расширения круга задач, в которых находит применение термоэлектрическое охлаждение, поскольку этот метод является экологически чистым.

Возможности применения научных разработок в области термоэлектрического материаловедения в экономике

В настоящее время российские разработки в области создания высокоэффективных термоэлектрических материалов и охлаждающих систем занимают лидирующее место в мире. Неко-

торые из этих систем перечислены в таблице. Предлагаются модификации автомобильных холодильников, куллеры для воды, камеры с контролем температуры, переносные морозильные камеры, термоэлектрические сборки разной холодопроизводительности.

Транспортные кондиционеры
Кондиционеры для транспортных средств: БТК-1.0, БТК-1.5, БТК-3.0. Холодопроизводительность – (1 – 3) кВт. Эксплуатируются в московском метро.
Семейство кондиционеров для кабин тракторов, комбайнов, экскаваторов, автокранов и др. автотракторной техники: КТ 28/6000-1, КТ 28/6000-2, КТ 28/6000-3, ТКМ 28/2000-3. Холодопроизводительность – (2 – 6) кВт.
Климатическая установка для кабины машиниста электровоза марки ВЛ-10. Холодопроизводительность – 4 кВт, теплопроизводительность – 4.5 кВт. Система кондиционирования пассажирского купейного вагона модели 47К/К с регулировкой по купе. Максимальная холодопроизводительность – 14 кВт.
Кондиционер термоэлектрический КТШ-24 – для вынесенных пультов оборудования и измерительных приборов. Холодопроизводительность – 1.0 кВт.
Кондиционеры для автомобилей.
Холодильники для транспортных средств
Автомобильные холодильники: «PF-12R», «PF-12R-24», «Арктика-25-24», «Арктика-25». Объем камеры – (12 – 25) л. Автомобильные морозильники «Арктика 12 Лед», «Арктика 20 Лед». Объем камеры – (12 – 20) л.
Автомобильный холодильник «ВОЯЖ». Автохолодильник-сумка «ВОЯЖ». Изотермический кузов объемом 10м ³ на базе автомобиля «Газель».
Холодильная установка ТХУ-3.2 для использования в вагонах-рефрижераторах. Холодопроизводительность – 3.2 кВт.
Холодильники для воды и напитков
Охладители/нагреватели (куллеры) для воды «Арктика 1» (настольный) и «Арктика 2» (напольный), производительность – 2.4 л/час.
Охладитель питьевой воды, производительность – 80 л/сутки.

Разрабатываются новые схемы устройства бытовых холодильников, различные термостаты, портативную приставку охлаждения/нагрева для газовых хроматографов, теплообменники для пилотируемых космических станций, системы для осушки масла в мощных трансформаторах и др.

Значительное место среди областей, в которых используется термоэлектрическое охлаждение, занимают транспортные кондиционеры и холодильники. Такое внимание к транспортным применениям термоэлектрического охлаждения обусловлено двумя причинами:

➤ в транспортных средствах, как правило, имеется источник постоянного тока, поэтому отпадает потребность в выпрямителях;

➤ к системам транспортных средств обычно предъявляются повышенные требования по надежности, этим требованиям в полной мере отвечают термоэлектрические охладители.

Другое направление, в котором широко представлено термоэлектричество, – это охладители для воды, соков и других напитков. Все эти устройства характеризуются малой холодопроизводительностью, поэтому здесь оправдано и перспективно именно термоэлектрическое охлаждение. Термоэлектрическое охлаждение уже сейчас конкурентоспособно при достаточно малых холодопроизводительностях, в качестве критического значения можно назвать 100 Вт. Поэтому перспективными будут термоэлектрические охлаждающие устройства для разных электронных систем, в том числе для систем телекоммуникаций и телеметрии.

Современные требования к экологии помещений и термоэлектрическое охлаждение

В настоящее время кондиционирование воздуха широко используется во многих частях света, нередко в комбинации с подогревом и вентиляцией в системах обогрева, вентиляции и

кондиционирования воздуха HVAC (heating, ventilation and air-conditioning).

Однако современные подходы к кондиционированию воздуха не всегда однозначны, и применение традиционных систем далеко не всегда оказывается наиболее целесообразным. Такая неоднозначность выражается в двух основных моментах.

1. Использование небезопасных с экологической точки зрения методов охлаждения.

2. Неудовлетворенность потребителей качеством воздуха даже при соблюдении существующих норм и стандартов.

Назначение большинства систем кондиционирования состоит в обеспечении термического комфорта и допустимого качества воздуха для людей. Однако многочисленные исследования [2] указывают, что качество воздуха во многих кондиционируемых и вентилируемых помещениях весьма посредственное. В соответствии с вышесказанным следует признать, что будущее принадлежит системам кондиционирования, безопасным для окружающей среды, высоконадежным, удовлетворяющим современным требованиям в части бесшумности и пожаробезопасности, отсутствия электромагнитных излучений и вибраций, обладающих выгодными массогабаритными характеристиками. При этом целью создаваемых систем кондиционирования должно стать обеспечение в помещении такой комфортно-влажностной атмосферы, которая создавала бы приятное ощущение свежести и не оказывала негативного влияния на здоровье человека.

В связи с вышесказанным необходимо отметить что, термоэлектрические холодильники абсолютно безопасны с экологической точки зрения, не имеют изнашивающихся и трущихся элементов, а значит, бесшумны в работе, характеризуются отсутствием вибраций, не требуют штатных устройств очистки рабочих тел, способны устойчиво работать неограниченное время. Кроме того, термоэлектрический охладитель отличается высокая функциональная гибкость.

Известно, что энергетическая эффективность термоэлектрических охладителей при больших холодопроизводительностях ниже, чем парокомпрессионных холодильных машин. Но при холодопроизводительности ~100-300 Вт (а именно такие значения необходимы для персональных охладителей воздуха) термоэлектрические охладители вполне конкурентоспособны с экономической точки зрения.

Ряд других преимуществ термоэлектрических охладителей, таких как:

- возможность не только охлаждения, но и нагрева;
- исключительно высокая надежность компонентов, вырабатывающих холод;
- высокая точность регулировки температуры и возможность термостатирования;
- выгодные массогабаритные характеристики, делают их весьма перспективными для использования на предприятиях самых различных отраслей экономики, в том числе и на предприятиях системы потребительской кооперации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Термоэлектрическое охлаждение / Л. П. Булат [и др.] / под ред. Л. П. Булата. – СПб. : СПбГУНиПТ, 2002. – 147 с.
2. Булат, Л. П. Холодильная техника, 1999. – № 7. – С. 12-14.

© Сутурина М. Н., 2012
© Хмелюк Н. О., 2012

УДК 334.012.34
ББК 65.422

М. Н. Сутурина
Н. О. Хмелюк

Понятие и сущность особого порядка судебного разбирательства

Данная статья освещает вопросы необходимости возникновения особого порядка судебного разбирательства. Раскрывается понятие и сущность особого порядка судебного разбирательства, новой процессуальной формы судебного разбирательства в суде первой инстанции

Институт особого порядка судебного разбирательства появился сравнительно недавно - в 2001 году. Уголовное судопроизводство в нашей стране развивается уже немалое время, но ни досоветский период истории его развития, ни советский не знали такого института. И только с принятием Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (УПК РФ) появилась новая процессуальная форма судебного разбирательства в суде первой инстанции.

Особый порядок судебного разбирательства - новый институт российского уголовно-процессуального права. Он заключается в том, что при согласии обвиняемого с предъявленным ему обвинением, то есть когда отсутствует спор между сторонами обвинения и защиты, суд вправе по ходатайству обвиняемого, если против этого не возражают потерпевший, государственный или частный обвинитель, постановить приговор без исследования доказательств виновности обвиняемого.

Особый порядок судебного разбирательства (гл. 40 УПК РФ) представляет собой упрощенную форму рассмотрения и разрешения уголовных дел.

Суть особого порядка уголовного судопроизводства состоит в том, что при наличии согласия государственного или частного обвинителя и потерпевшего, обвиняемый вправе заявить о согласии с предъявленным ему обвинением и ходатайствовать о постановлении приговора без судебного разбирательства.

Так, в соответствии со ст. 314 УПК РФ судом может быть постановлен приговор без проведения судебного разбирательства.

Имеются различные мнения по поводу практического применения данного института, как среди ученых-юристов, так и в судебной практике. Как отмечает Лупинская П.А.³⁸, решение данного вопроса состоит в принятии нетрадиционных процедур разрешения уголовно-процессуального конфликта.

Справедливо заметил Безлепкин Б.Т.³⁹, что нормы данной главы УПК РФ принципиально новы и нетрадиционны для российского уголовно-процессуального права.

На их основе учреждается своеобразный институт процессуального соглашения, когда в ответ на безоговорочное, добровольное, сознательное признание обвиняемым предъявленного ему обвинения при полном безоговорочном согласии стороны обвинения следует, во-первых, отказ от судебного разбирательства в полном объеме, а во-вторых, назначается наказание, не превышающее двух третей максимального срока или размера наиболее строгого вида наказания, предусмотренного за совершенное преступление соответствующей нормой Особенной части Уголовного Кодекса.⁴⁰

³⁸ Обстоятельства, подлежащие доказыванию по уголовному делу (предмет доказывания) // Уголовно-процессуальное право Российской Федерации / под ред. П. А. Лупинской. – М., 2008. – С. 234.

³⁹ Безлепкин, Т. Б. Уголовный процесс России / Т. Б. Безлепкин. – М. : Проспект, 2012. – С. 353.

⁴⁰ Макаров, Ю. Я. Особый порядок рассмотрения уголовных дел / Ю. Я. Макарова. – М. : Проспект, 2010. – С. 4.

В настоящее время после достаточного периода практической апробации этой процессуальной формы появились существенные вопросы к процедуре особого порядка судебного разбирательства теоретического характера и важные задачи по ее совершенствованию. Доработка института требуется, как представляется, с целью устранения его внутренней и внешней противоречивости. Необходимо достичь ситуации, при которой институты уголовного процесса, в том числе и особый порядок судебного разбирательства, выглядели бы как составляющие одного уголовно-процессуального здания и служащие одним целям.

Более ценным представляется как раз исследование особого порядка во взаимосвязи с другими нормами, содержащимися в УПК РФ (например, нормами о принципах уголовного судопроизводства, об общих условиях судебного разбирательства, о доказывании, предварительном расследовании и проч.), с целью определения общей картины гармоничности отечественного уголовно-процессуального закона, выявления противоречий, возможных коллизий между правовыми нормами, проблем применения особого порядка судебного разбирательства. Такое исследование имеет не только теоретический интерес, но и явную практическую выгоду.

Надо признать, что появление особого порядка судебного разбирательства в уголовном процессе – это решительный шаг отечественного законодателя, связанный с реформированием законодательства об уголовном судопроизводстве, желание придерживаться таких форм судопроизводства, которые позволяют учитывать не только тяжесть и сложность рассматриваемого преступления, но и правовые последствия судебного разбирательства, роль конкретного человека в избрании способа защиты его прав и интересов.

То, насколько такой шаг повлияет в положительную, либо отрицательную сторону на развитие российского права, всей системы правосудия, судебной практики покажет время.

Ситуация, сложившаяся в России, в конце 90-х годов, связанная с быстрым ростом преступности, объективно породила необходимость упрощения громоздкого производства по некоторым категориям уголовных дел, как на досудебных, так и на судебных стадиях уголовного процесса.

Система правоохранительных органов, суды оказались перегруженными огромным количеством уголовных дел, а существовавший УПК РСФСР не давал возможности в необходимых ситуациях по уголовным делам, не составляющим особой сложности в расследовании и дальнейшем производстве и не представляющим серьезной общественной опасности, опустить ряд формальностей и, тем самым, сократить сроки производства по ним. Уголовный процесс необходимо было упрощать и ускорять, чтобы государство справлялось с обязанностью по охране общества от преступности.

Совершенно очевидно, что каждое преступление отличается от массы других, пусть и подобных преступлений. Соответственно, каждое из них представляется более или менее сложным по отношению друг к другу при расследовании; каждое обладает собственной степенью общественной опасности. Поэтому зачастую общая уголовно-процессуальная форма расследования преступлений, или же рассмотрения уголовных дел судами может быть неэффективной.

Общее число зарегистрированных преступлений в России в 1999 году составило 1527557, поэтому было необходимо существование упрощенных и усложненных процессуальных форм, т.е. была необходима четкая и грамотно продуманная дифференциация уголовного процесса.⁴¹

Дифференциация уголовного процесса подразумевает возникновение и существование различных процессуальных форм: общей, упрощенной и усложненной. Дифференциация форм уголовного судопроизводства в 1991 году рассматрива-

⁴¹ Жеребятъев, И. В. Некоторые проблемные вопросы рассмотрения уголовных дел в особом порядке судебного разбирательства // Российский судья / И. В. Жеребятъев. – 2010. – № 5. – С. 14-17.

лась Верховным Советом РСФСР как одно из ключевых решений судебной реформы наряду с введением суда присяжных.⁴² В научной литературе дифференциация процессуального регулирования рассматривалась в числе тенденций развития процессуального права.

Применение такой процедуры (разумеется, при строгом соблюдении относящихся к ней требований закона) направлено на дифференциацию уголовного судопроизводства.

Это соответствует требованиям процессуальной экономии, позволяет избежать излишних затрат времени и сил суда и сторон по очевидным уголовным делам.

Особый порядок судебного разбирательства определенным образом стимулирует поведение обвиняемого, позволяет ему при осознании своей вины избежать неоправданных задержек в разрешении уголовного дела и гарантирует назначение менее строгого наказания. Кроме того, при рассмотрении уголовного дела в особом порядке с осужденного не взыскиваются процессуальные издержки, предусмотренные ст. 131 УПК РФ.

Особый порядок судебного разбирательства, при наличии предусмотренных в законе условий, может применяться по уголовным делам о преступлениях, за которые по закону может быть назначено наказание не выше 10 лет лишения свободы, то есть по большинству уголовных дел.

Особый порядок принятия судебного решения при согласии обвиняемого с предъявленным ему обвинением вызывает горячие споры среди юридической общественности и имеет очевидные изъяны и с теоретических позиций. Он не вполне отвечает конституционному и признанному мировым сообществом принципу презумпции невиновности, согласно которому обвиняемый в совершении преступления считается невиновным, во-первых, пока его виновность не будет доказана в предусмотренном федеральным законом порядке и, только,

⁴² Свиридова, Ю. В. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. В. Свиридова // Уголов. процесс . – 2010. – № 1. – С.76.

во-вторых, установлена вина, вступившим в законную силу приговором суда (ч.1 ст. 49 Конституции РФ). Вопреки первому условию презумпции невиновности по результатам особого производства при согласии обвиняемого с предъявленным обвинением приговор постановляется без доказывания виновности. В данном контексте понимается деятельность стороны обвинения, прежде всего осуществляющего функцию уголовного преследования государственного обвинителя, по обоснованию в суде предъявленного обвинения. В силу отсутствия этой обязательной процессуальной деятельности гражданина, в отношении которого постановляется приговор, основанный на согласии обвиняемого с предъявленным ему обвинением, строго говоря, нельзя назвать виновным в том смысле, который в это понятие вкладывает Конституция РФ.

По мнению Безлепкина Б. Т., идея «сделки о признании вины», семена которой занесены в Россию ветрами из-за океана (в уголовном процессе США такая сделка имеет относительно широкое применение), не имеет корней ни в истории отечественного уголовного судопроизводства, ни готовой почвы в общественном сознании. В памяти наших соотечественников, знающих, читавших, слышавших о зверстве времён сталинизма, гипертрофированное юридическое значение признания обвиняемым своей вины неизбежно ассоциируется с «царицей доказательств», сыгравшей существенную роль в фальсификации уголовных дел в отношении миллионов жертв политических репрессий, в результате которых генофонду нации нанесён невосполнимый урон. Такая ассоциация не может способствовать воспитанию должного гражданского правосознания, уважения к судебной-правовой реформе и родившемуся в ходе её закону, который заимствует правовые идеи, чуждые российскому менталитету, сформировавшемуся в специфических, не имеющих аналога исторических условиях.⁴³

⁴³ Безлепкин, Т. Б. Уголовный процесс России / Т. Б. Безлепкин. – М. : Проспект, 2008. – С. 368.

С указанной позицией в какой-то степени можно согласиться, так как не исключается возможность самоговора обвиняемого, вытекающая из стремления органов и должностных лиц, ведущих уголовный процесс, добиться «любой ценой» признания. Ложное признание при заключении сделки повлечет не только осуждение невиновного, но и оставляет безнаказанным виновное лицо. Не исключается и предъявление обвинения за преступление, которое не было совершено обвиняемым, а также подрыв статуса официального расследования и другое.

Так, по мнению Михайлова П.А., идея введения сделки с правосудием в уголовный процесс противоречит основным правам и свободам граждан и не соответствует общим принципам права в нашем обществе. По его утверждению, многие юристы в США считают, что судебные сделки являются позором для правосудия. Подобные сделки выгодны только для обвиняемого в связи с тем, что он признает себя виновным в большинстве случаев по договоренности с судом. При этом суд соглашается вынести менее суровый приговор, снять некоторые обвинения или гарантировать подсудимому какие-либо другие поблажки в обмен на признание им своей вины в менее тяжком преступлении.⁴⁴

Довольно критическую точку зрения по этому поводу высказывает доктор юридических наук профессор Петрухин И.В. По его мнению в США институт сделки о признании вины выглядит разумным и соответствует национальным традициям, так как он упрощает процесс, разгружает судебную систему и основывается на уважении к позиции психического здоровья человека, имеющего право считать себя невиновным полностью или частично. Однако для нашего менталитета понятие «сделка о признании вины» чуждо. Сделка в уголовном правосудии - явление аморальное, порочное, бесчестное; это торг, компрометирующий власть, свидетельствующий о ее бессии-

⁴⁴ Михайлов, П. А. Сделка о признании вины - не в интересах потерпевших. / П. А. Михайлова // Российская юстиция . – 2009. – № 6. – С. 68.

лии, неспособности установить истину по уголовному делу. Сделки о признании вины могут способствовать распространению коррупции. Квалификация преступления должна отвечать реальным обстоятельствам дела, с достаточной полнотой быть обоснована доказательствами, собранными по уголовному делу, а не являться результатом договоренности сторон защиты и обвинения⁴⁵.

Петрухин И. В. соглашается, что действительно достигается ускорение и упрощение судопроизводства (этому способствует и сокращение судебного следствия), но ценой отказа от раскрытия преступлений, в том числе тяжких. Искажается статистика преступности. Преступники перестают бояться угрозы уголовного наказания, что влечет рост рецидива.

В качестве достоинства этого института отмечают: достижение кратчайшим путем смягчения враждебности сторон в конфликтных ситуациях; демонстрация обвиняемым (подсудимым) в своем заявлении готовности и желания признаться в совершении преступления и начать отбывание наказания; экономия времени и средств судов и органов обвинения для использования их по сложным делам; освобождение органов уголовного преследования от бремени поиска новых улик по бесперспективным преступлениям и концентрация их усилий на раскрытии тяжких преступлений.

Несколько иной позиции придерживаются органы прокуратуры, возражая против рассмотрения дел судами в особом порядке. В отношении обвиняемых, имеющих непогашенные судимости.⁴⁶

И вот почему: как уже было сказано, основанием для рассмотрения дела в особом порядке является признание вины. Под признанием вины, с психологической точки зрения, понимается осознание содеянного, раскаяние, желание исправить совершенные ошибки и больше ни при каких обстоятель-

⁴⁵ Петрухин, И. А. Роль признания обвиняемого в уголовном процессе / И. А. Петрухин // Российская юстиция. – 2009. – № 8. – С. 32.

⁴⁶ Улургашев, Ю. А. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. А. Улургашев. – М., 2009. – С. 25.

ствах не совершать новые преступления. В качестве поощрения суд назначает наказание, которое не может превышать две трети максимального срока или размера наиболее строгого вида наказания.

О каком признании вины в рассматриваемом случае, раскаянии в содеянном может идти речь, когда обвиняемый повторно совершает преступление! В данном случае ни о каком снисхождении к обвиняемому, даже при признании вины, не может быть и речи.

В данной ситуации эту проблему следует решить путем внесения изменения в УПК РФ, а именно, следует указать, что одним из условий проведения дела в особом порядке должно явиться отсутствие у обвиняемого непогашенной судимости.

Кандидат юридических наук Рыбалов К.А. ссылается на следующие аргументы обоснованности особого порядка. Так, традиционное разрешение уголовного дела в России в суде первой инстанции в общем порядке должно последовательно пройти несколько процедурных этапов. Каждый из этапов требует строжайшего соблюдения процессуальных требований, предписанных в УПК РФ. Столь громоздкая и сложная процедура судебного разрешения уголовных дел, не только требует существенных материальных затрат общества, но и резко ограничивает «пропускную» способность судов, ведет к систематическому и повсеместному нарушению судами процессуальных сроков рассмотрения и разрешения уголовных дел, отвлечению большого числа людей (свидетелей, специалистов, потерпевших и т.д.) от основной работы на период рассмотрения уголовного дела.

Поэтому основными задачами рассмотрения дела в особом порядке являются:

- экономия сил и средств органов уголовной юстиции по расследованию преступлений и судебному разбирательству уголовных дел о преступлениях небольшой и средней тяжести;
- склонение обвиняемого к сотрудничеству с органами уголовного преследования и с его помощью избобличение других участников преступления, быстро и с минимальными из-

держками раскрытие преступления, установление всех обстоятельств его совершения и т.д.;

➤ сокращение разрыва во времени с момента совершения преступления до принятия по нему окончательного решения;

➤ рационализация уголовного судопроизводства, модернизация процесса в менее длительный и более эффективный.

Данный перечень задач показывает, что в основе института особого порядка судебного разбирательства лежит идея разумного компромисса в уголовном судопроизводстве.⁴⁷

А что делать, если доказательственная база имеет изъяны? Например, человек совершил кражу или мошенничество. Кража – это тайное хищение чужого имущества, т.е. подразумевается, что в большинстве случаев нет свидетелей. В этом случае очень трудно доказать наличие объективной стороны. Что касается мошенничества, то в этом случае представляется весьма проблемным доказывание субъективной стороны. В результате после утомительного судебного разбирательства обвинение может вообще развалиться. Но в то же время обвиняемый готов себя признать виновным, если будет уверен, что в отношении него будет назначено наказание в пределах санкций, на которые он рассчитывает. В этом случае, по мнению профессора Лазарева В.В., целесообразно допускать использование на практике соглашений о признании вины.⁴⁸

Таким образом, целесообразность рассматриваемого правового института дискуссионна, о чём свидетельствуют диаметрально противоположные точки зрения на таковую

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Безлепкии, Т. Б. Уголовный процесс России / Т. Б. Безлепкии. – М. : Проспект, 2012. – 353с.

⁴⁷ Рыбалов, К. А. Особый порядок судебного разбирательства в РФ и проблемы его реализации / К. А. Рыбалов. – М., 2010. – С. 49.

⁴⁸ Лазарева, В. Легализация сделок о признании вины // Российская юстиция. – 2009. – № 9. – С. 76.

2. Жеребятьев, И. В. Некоторые проблемные вопросы рассмотрения уголовных дел в особом порядке судебного разбирательства / И. В. Жеребятьев // Российский судья. – 2010. – № 5. – С. 14-17.

3. Лазарева, В.И. Легализация сделок о признании вины / В. И. Лазарева // Российская юстиция. – 2009. – № 9. – С. 76.

4. Лупинская, П. А. Обстоятельства, подлежащие доказыванию по уголовному делу (предмет доказывания) / П. А. Лупинская. – М., 2008. – 280 с.

5. Макаров, Ю. Я. Особый порядок рассмотрения уголовных дел / Ю. Я. Макаров. – М. : Проспект., 2010. – 319 с.

6. Михайлов, П. А. Сделка о признании вины - не в интересах потерпевших / П. А. Михайлов // Российская юстиция. – 2009. – № 6. – С.68.

7. Петрухин, И. А. Роль признания обвиняемого в уголовном процессе / И. А. Петрухин // Российская юстиция. – 2009. – № 8. – С. 32.

8. Рыбалов, К. А. Особый порядок судебного разбирательства в РФ и проблемы его реализации / К. А. Рыбалов. – М., 2010. – 249 с.

9. Свиридова, Ю. В. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. В. Свиридова. – М., 2010. – 212 с.

10. Улургашев, Ю. А. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. А. Улургашев. – М., 2009. – 225 с.

© Хмелюк Н. О., 2012
© Супрунов Д. В., 2012

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Н. О. Хмелюк
Д. В. Супрунов

**Уголовно-правовая характеристика незаконного
производства аборта**

Данная статья освещает вопросы необходимости возникновения особого порядка судебного разбирательства. Раскрывается понятие и сущность особого порядка судебного разбирательства, новой процессуальной формы судебного разбирательства в суде первой инстанции.

Институт особого порядка судебного разбирательства появился сравнительно недавно - в 2001 году. Уголовное судопроизводство в нашей стране развивается уже немалое время, но ни досоветский период истории его развития, ни советский не знали такого института. И только с принятием Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации (УПК РФ) появилась новая процессуальная форма судебного разбирательства в суде первой инстанции.

Особый порядок судебного разбирательства - новый институт российского уголовно-процессуального права. Он заключается в том, что при согласии обвиняемого с предъявленным ему обвинением, то есть когда отсутствует спор между сторонами обвинения и защиты, суд вправе по ходатайству обвиняемого, если против этого не возражают потерпевший, государственный или частный обвинитель, постановить приговор без исследования доказательств виновности обвиняемого.

Особый порядок судебного разбирательства (гл. 40 УПК РФ) представляет собой упрощенную форму рассмотрения и разрешения уголовных дел.

Суть особого порядка уголовного судопроизводства состоит в том, что при наличии согласия государственного или частного обвинителя и потерпевшего, обвиняемый вправе заявить о согласии с предъявленным ему обвинением и ходатайствовать о постановлении приговора без судебного разбирательства.

Так, в соответствии со ст. 314 УПК РФ судом может быть постановлен приговор без проведения судебного разбирательства.

Имеются различные мнения по поводу практического применения данного института, как среди ученых-юристов, так и в судебной практике. Как отмечает Лупинская П. А.⁴⁹, решение данного вопроса состоит в принятии нетрадиционных процедур разрешения уголовно-процессуального конфликта.

Справедливо заметил Безлепкии Б. Т.⁵⁰, что нормы данной главы УПК РФ принципиально новы и нетрадиционны для российского уголовно-процессуального права.

На их основе учреждается своеобразный институт процессуального соглашения, когда в ответ на безоговорочное, добровольное, сознательное признание обвиняемым предъявленного ему обвинения при полном безоговорочном согласии стороны обвинения следует, во-первых, отказ от судебного разбирательства в полном объеме, а во-вторых, назначается наказание, не превышающее двух третей максимального срока или размера наиболее строгого вида наказания, предусмотренного за совершенное преступление соответствующей нормой Особенной части Уголовного Кодекса.⁵¹

⁴⁹ Лупинская, П. А. Обстоятельства, подлежащие доказыванию по уголовному делу (предмет доказывания) // Уголовно-процессуальное право Российской Федерации / под ред. П. А. Лупинской. – М., 2008. – С. 234.

⁵⁰ Безлепкии, Т. Б. Уголовный процесс России / Т. Б. Безлепкии. – М. : Проспект, 2012. – С. 353.

⁵¹ Макаров, Ю. Я. Особый порядок рассмотрения уголовных дел / Ю. Я. Макаров. – М. : Проспект., 2010. – С.4.

В настоящее время после достаточного периода практической апробации этой процессуальной формы появились существенные вопросы к процедуре особого порядка судебного разбирательства теоретического характера и важные задачи по ее совершенствованию. Доработка института требуется, как представляется, с целью устранения его внутренней и внешней противоречивости. Необходимо достичь ситуации, при которой институты уголовного процесса, в том числе и особый порядок судебного разбирательства, выглядели бы как составляющие одного уголовно-процессуального здания и служащие одним целям.

Более ценным представляется как раз исследование особого порядка во взаимосвязи с другими нормами, содержащимися в УПК РФ (например, нормами о принципах уголовного судопроизводства, об общих условиях судебного разбирательства, о доказывании, предварительном расследовании и проч.), с целью определения общей картины гармоничности отечественного уголовно-процессуального закона, выявления противоречий, возможных коллизий между правовыми нормами, проблем применения особого порядка судебного разбирательства. Такое исследование имеет не только теоретический интерес, но и явную практическую выгоду.

Надо признать, что появление особого порядка судебного разбирательства в уголовном процессе - это решительный шаг отечественного законодателя, связанный с реформированием законодательства об уголовном судопроизводстве, желание придерживаться таких форм судопроизводства, которые позволяют учитывать не только тяжесть и сложность рассматриваемого преступления, но и правовые последствия судебного разбирательства, роль конкретного человека в избрании способа защиты его прав и интересов.

То, насколько такой шаг повлияет в положительную, либо отрицательную сторону на развитие российского права, всей системы правосудия, судебной практики покажет время.

Ситуация, сложившаяся в России, в конце 90-х годов, связанная с быстрым ростом преступности, объективно породила необходимость упрощения громоздкого производства по некоторым категориям уголовных дел, как на досудебных, так и на судебных стадиях уголовного процесса.

Система правоохранительных органов, суды оказались перегруженными огромным количеством уголовных дел, а существовавший УПК РСФСР не давал возможности в необходимых ситуациях по уголовным делам, не составляющим особой сложности в расследовании и дальнейшем производстве и не представляющим серьезной общественной опасности, опустить ряд формальностей и, тем самым, сократить сроки производства по ним. Уголовный процесс необходимо было упрощать и ускорять, чтобы государство справлялось с обязанностью по охране общества от преступности.

Совершенно очевидно, что каждое преступление отличается от массы других, пусть и подобных преступлений. Соответственно, каждое из них представляется более или менее сложным по отношению друг к другу при расследовании; каждое обладает собственной степенью общественной опасности. Поэтому зачастую общая уголовно-процессуальная форма расследования преступлений, или же рассмотрения уголовных дел судами может быть неэффективной.

Общее число зарегистрированных преступлений в России в 1999 году составило 1527557, поэтому было необходимо существование упрощенных и усложненных процессуальных форм, т.е. была необходима четкая и грамотно продуманная дифференциация уголовного процесса.⁵²

Дифференциация уголовного процесса подразумевает возникновение и существование различных процессуальных форм: общей, упрощенной и усложненной. Дифференциация форм уголовного судопроизводства в 1991 году рассматрива-

⁵² Жеребятьев, И. В. Некоторые проблемные вопросы рассмотрения уголовных дел в особом порядке судебного разбирательства / И. В. Жеребятьев // Российский судья. – 2010. – № 5. – С. 14-17.

лась Верховным Советом РСФСР как одно из ключевых решений судебной реформы наряду с введением суда присяжных.⁵³ В научной литературе дифференциация процессуального регулирования рассматривалась в числе тенденций развития процессуального права.

Применение такой процедуры (разумеется, при строгом соблюдении относящихся к ней требований закона) направлено на дифференциацию уголовного судопроизводства.

Это соответствует требованиям процессуальной экономии, позволяет избежать излишних затрат времени и сил суда и сторон по очевидным уголовным делам.

Особый порядок судебного разбирательства определенным образом стимулирует поведение обвиняемого, позволяет ему при осознании своей вины избежать неоправданных задержек в разрешении уголовного дела и гарантирует назначение менее строгого наказания. Кроме того, при рассмотрении уголовного дела в особом порядке с осужденного не взыскиваются процессуальные издержки, предусмотренные ст. 131 УПК РФ.

Особый порядок судебного разбирательства, при наличии предусмотренных в законе условий, может применяться по уголовным делам о преступлениях, за которые по закону может быть назначено наказание не выше 10 лет лишения свободы, то есть по большинству уголовных дел.

Особый порядок принятия судебного решения при согласии обвиняемого с предъявленным ему обвинением вызывает горячие споры среди юридической общественности и имеет очевидные изъяны и с теоретических позиций. Он не вполне отвечает конституционному и признанному мировым сообществом принципу презумпции невиновности, согласно которому обвиняемый в совершении преступления считается невиновным, во-первых, пока его виновность не будет доказана в

⁵³ Свиридова, Ю. В. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. В. Свиридова // Уголов. процесс. – 2010. – № 1. – С.76.

предусмотренном федеральным законом порядке и, только, во-вторых, установлена вина, вступившим в законную силу приговором суда (ч.1 ст. 49 Конституции РФ). Вопреки первому условию презумпции невиновности по результатам особого производства при согласии обвиняемого с предъявленным обвинением приговор постановляется без доказывания виновности. В данном контексте понимается деятельность стороны обвинения, прежде всего осуществляющего функцию уголовного преследования государственного обвинителя, по обоснованию в суде предъявленного обвинения. В силу отсутствия этой обязательной процессуальной деятельности гражданина, в отношении которого постановляется приговор, основанный на согласии обвиняемого с предъявленным ему обвинением, строго говоря, нельзя назвать виновным в том смысле, который в это понятие вкладывает Конституция РФ.

По мнению Безлепкина Б.Т., идея «сделки о признании вины», семена которой занесены в Россию ветрами из-за океана (в уголовном процессе США такая сделка имеет относительно широкое применение), не имеет корней ни в истории отечественного уголовного судопроизводства, ни готовой почвы в общественном сознании. В памяти наших соотечественников, знающих, читавших, слышавших о зверстве времён сталинизма, гипертрофированное юридическое значение признания обвиняемым своей вины неизбежно ассоциируется с «царицей доказательств», сыгравшей существенную роль в фальсификации уголовных дел в отношении миллионов жертв политических репрессий, в результате которых генофонду нации нанесён невосполнимый урон. Такая ассоциация не может способствовать воспитанию должного гражданского правосознания, уважения к судебной-правовой реформе и родившемуся в ходе её закону, который заимствует правовые идеи,

чуждые российскому менталитету, сформировавшемуся в специфических, не имеющих аналога исторических условиях.⁵⁴

С указанной позицией в какой-то степени можно согласиться, так как не исключается возможность самоговора обвиняемого, вытекающая из стремления органов и должностных лиц, ведущих уголовный процесс, добиться «любой ценой» признания. Ложное признание при заключении сделки повлечет не только осуждение невиновного, но и оставляет безнаказанным виновное лицо. Не исключается и предъявление обвинения за преступление, которое не было совершено обвиняемым, а также подрыв статуса официального расследования и другое.

Так, по мнению Михайлова П. А., идея введения сделки с правосудием в уголовный процесс противоречит основным правам и свободам граждан и не соответствует общим принципам права в нашем обществе. По его утверждению, многие юристы в США считают, что судебные сделки являются позором для правосудия. Подобные сделки выгодны только для обвиняемого в связи с тем, что он признает себя виновным в большинстве случаев по договоренности с судом. При этом суд соглашается вынести менее суровый приговор, снять некоторые обвинения или гарантировать подсудимому какие-либо другие поблажки в обмен на признание им своей вины в менее тяжком преступлении.⁵⁵

Довольно критическую точку зрения по этому поводу высказывает доктор юридических наук профессор Петрухин И. В. По его мнению в США институт сделки о признании вины выглядит разумным и соответствует национальным традициям, так как он упрощает процесс, разгружает судебную систему и основывается на уважении к позиции психического здоровья человека, имеющего право считать себя

⁵⁴ Безлепкии, Т. Б. Уголовный процесс России / Т. Б. Безлепкии . – М. : Проспект, 2008. – С. 368.

⁵⁵ Михайлов, П. А. Сделка о признании вины - не в интересах потерпевших / П. А. Михайлов // Российская юстиция. – 2009. – № 6. – С.68.

невиновным полностью или частично. Однако для нашего менталитета понятие «делка о признании вины» чуждо. Делка в уголовном правосудии - явление аморальное, порочное, бесчестное; это торг, компрометирующий власть, свидетельствующий о ее бессилии, неспособности установить истину по уголовному делу. Делки о признании вины могут способствовать распространению коррупции. Квалификация преступления должна отвечать реальным обстоятельствам дела, с достаточной полнотой быть обоснована доказательствами, собранными по уголовному делу, а не являться результатом договоренности сторон защиты и обвинения⁵⁶.

Петрухин И. В. соглашается, что действительно достигается ускорение и упрощение судопроизводства (этому способствует и сокращение судебного следствия), но ценой отказа от раскрытия преступлений, в том числе тяжких. Искажается статистика преступности. Преступники перестают бояться угрозы уголовного наказания, что влечет рост рецидива.

В качестве достоинства этого института отмечают: достижение кратчайшим путем смягчения враждебности сторон в конфликтных ситуациях; демонстрация обвиняемым (подсудимым) в своем заявлении готовности и желания признаться в совершении преступления и начать отбывание наказания; экономия времени и средств судов и органов обвинения для использования их по сложным делам; освобождение органов уголовного преследования от бремени поиска новых улик по бесперспективным преступлениям и концентрация их усилий на раскрытии тяжких преступлений.

Несколько иной позиции придерживаются органы прокуратуры, возражая против рассмотрения дел судами в особом порядке. В отношении обвиняемых, имеющих непогашенные судимости.⁵⁷

⁵⁶Петрухин, И. А. Роль признания обвиняемого в уголовном процессе / И. А. Петрухин // Российская юстиция. – 2009. – № 8. – С.32.

⁵⁷ Улургашев, Ю. А. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. А. Улургашев– М., 2009. – С. 25.

И вот почему: как уже было сказано, основанием для рассмотрения дела в особом порядке является признание вины. Под признанием вины, с психологической точки зрения, понимается осознание содеянного, раскаяние, желание исправить совершенные ошибки и больше ни при каких обстоятельствах не совершать новые преступления. В качестве поощрения суд назначает наказание, которое не может превышать две трети максимального срока или размера наиболее строгого вида наказания.

О каком признании вины в рассматриваемом случае, раскаянии в содеянном может идти речь, когда обвиняемый повторно совершает преступление! В данном случае ни о каком снисхождении к обвиняемому, даже при признании вины, не может быть и речи.

В данной ситуации эту проблему следует решить путем внесения изменения в УПК РФ, а именно, следует указать, что одним из условий проведения дела в особом порядке должно явиться отсутствие у обвиняемого непогашенной судимости.

Кандидат юридических наук Рыбалов К.А. ссылается на следующие аргументы обоснованности особого порядка. Так, традиционное разрешение уголовного дела в России в суде первой инстанции в общем порядке должно последовательно пройти несколько процедурных этапов. Каждый из этапов требует строжайшего соблюдения процессуальных требований, предписанных в УПК РФ. Столь громоздкая и сложная процедура судебного разрешения уголовных дел, не только требует существенных материальных затрат общества, но и резко ограничивает «пропускную» способность судов, ведет к систематическому и повсеместному нарушению судами процессуальных сроков рассмотрения и разрешения уголовных дел, отвлечению большого числа людей (свидетелей, специалистов, потерпевших и т.д.) от основной работы на период рассмотрения уголовного дела.

Поэтому основными задачами рассмотрения дела в особом порядке являются:

- экономия сил и средств органов уголовной юстиции по расследованию преступлений и судебному разбирательству уголовных дел о преступлениях небольшой и средней тяжести;
- склонение обвиняемого к сотрудничеству с органами уголовного преследования и с его помощью избличение других участников преступления, быстро и с минимальными издержками раскрытие преступления, установление всех обстоятельств его совершения и т.д.;
- сокращение разрыва во времени с момента совершения преступления до принятия по нему окончательного решения;
- рационализация уголовного судопроизводства, модернизация процесса в менее длительный и более эффективный.

Данный перечень задач показывает, что в основе института особого порядка судебного разбирательства лежит идея разумного компромисса в уголовном судопроизводстве.⁵⁸

А что делать, если доказательственная база имеет изъяны? Например, человек совершил кражу или мошенничество. Кража – это тайное хищение чужого имущества, т.е. подразумевается, что в большинстве случаев нет свидетелей. В этом случае очень трудно доказать наличие объективной стороны. Что касается мошенничества, то в этом случае представляется весьма проблемным доказывание субъективной стороны. В результате после утомительного судебного разбирательства обвинение может вообще развалиться. Но в то же время обвиняемый готов себя признать виновным, если будет уверен, что в отношении него будет назначено наказание в пределах санкций, на которые он рассчитывает. В этом случае, по мнению профессора Лазарева В.В., целесообразно допускать использование на практике соглашений о признании вины.⁵⁹

⁵⁸ Рыбалов, К. А. Особый порядок судебного разбирательства в РФ и проблемы его реализации / К. А. Рыбалов. – М., 2010. – С. 49.

⁵⁹ Лазарева, В. Легализация сделок о признании вины / В. Лазарева // Российская юстиция. – 2009. – № 9. – С. 76.

Таким образом, целесообразность рассматриваемого правового института дискусионна, о чём свидетельствуют диаметрально противоположные точки зрения на такую

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Безлепкин, Т. Б. Уголовный процесс России / Т. Б. Безлепкин. – М. : Проспект, 2012. – 353с.
2. Жеребятъев, И. В. Некоторые проблемные вопросы рассмотрения уголовных дел в особом порядке судебного разбирательства / И. В. Жеребятъев // Российский судья. – 2010. – № 5. – С. 14-17.
3. Лазарева, В. И. Легализация сделок о признании вины / В. И. Лазарева // Российская юстиция. – 2009. – № 9. – С. 76.
4. Лупинская, П. А. Обстоятельства, подлежащие доказыванию по уголовному делу (предмет доказывания) / П. А. Лупинская. – М., 2008. – 280 с.
5. Макаров, Ю. Я. Особый порядок рассмотрения уголовных дел / Ю. Я. Макаров. – М. : Проспект, 2010. – 319 с.
6. Михайлов, П. А. Сделка о признании вины - не в интересах потерпевших / П. А. Михайлов // Российская юстиция. – 2009. – № 6. – С.68.
7. Петрухин, И. А. Роль признания обвиняемого в уголовном процессе / И. А. Петрухин // Российская юстиция. – 2009. – № 8.– С.32.
8. Рыбалов, К. А. Особый порядок судебного разбирательства в РФ и проблемы его реализации / К. А. Рыбалов. – М., 2010. – 249 с.
9. Свиридова, Ю. В. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. В. Свиридова. – М., 2010. – 212 с.
10. Улургашев, Ю. А. Применение особого порядка судебного разбирательства / Ю. А. Улургашев. – М., 2009. – 225 с.

УДК 94(571.55)
ББК 65.9(2)

Е. Г. Швец

**Читинская страница жизни министра юстиции
Сибирского правительства Г. Б. Патушинского**

Из среды сибирского купечества вышло немало в последствии известных людей: знаменитый художник - абстракционист В. В. Кандинский, великий врач - психиатр В. Х. Кандинский, потомки знаменитой торговой династии Кандинских, всемирно известный химик Д. И. Менделеев, академик АН СССР А. А. Баландин, основатель химической промышленности Израиля М. А. Новомейский, конструктор вертолетов М. Л. Миль, первый нарком финансов Якутии А. А. Семенов.

В этом списке свое достойное место занимает и имя Григория Борисовича Патушинского (1873-1931), общественного деятеля Сибири, ставшего министром юстиции Временного Сибирского правительства [1, с.199 – 201]. Он родился в 1873 году в семье потомственного почетного гражданина Иркутска, купца и мецената Бориса Григорьевича Патушинского, представителя известной еврейской купеческой династии Восточной Сибири конца 19 – начала 20 века [2, с.107 – 109].

Григорий Патушинский – коренной сибиряк, он родился в Канском уезде Енисейской губернии. Общее образование он получил в красноярской гимназии, затем успешно учился в Московском университете, после окончания которого он вернулся в Сибирь. Свою карьеру в будущем известный общественный деятель юрист и адвокат Г.Б. Пашутинский начинал в 1896 году в качестве кандидата на судебные должности при Иркутской судебной палате, в 1901 году по линии Министер-

ства юстиции направлен в Читу в должности мирового судьи городского окружного суда.

В архивных фондах государственного архива Забайкальского края [3, л.1-24] хранится личное дело Г. Б. Патушинского мирового судьи округа Читинского окружного суда, начатое 22 января 1901 года. Из него следует, что коллежский секретарь Г. Б. Пашутинский, православного вероисповедания, является мировым судьей на 22 участке Читинского окружного суда, имеет законную жену Анну Ивановну (дочь иркутского купца Яковкина). К этому времени чета Патушинских имела двоих детей: сына Бориса и дочь Елену.

Должность мирового судьи была введена в результате судебной реформы 1864 года, проводимой Александром II (Освободителем), в рамках Великих реформ, призванных включать Россию в разряд цивилизованных стран. Институт мировых судей просуществовал в России до 1917 года, однако в регионах страны он просуществовал до 1920 года [4, с.127]. Сам Царь Освободитель стал жертвой самых нетерпеливых и решительно настроенных подданных революционеров в марте 1881.

Мировой судья избирался в городах городской думой и как должностное лицо рассматривал дела в мировом суде. Основу составляли споры по поводу прав собственности, конфликтные ситуации требовали оперативного разрешения с целью ликвидации очагов социальных взрывов.

Мировой судья должен был соответствовать трем цензам:

1) возрастному (не менее 25 лет от роду). Патушинскому на момент вступления в должность было уже 26 лет;

2) служебно – образовательному (получение образования в высших и средних учебных заведениях, либо служба не менее 3 лет в соответствующих должностях). Патушинский после окончания Московского университета имел звание кандидата юридических наук, что в условиях катастрофической нехватки квалифицированных юристов в Сибири его выгодно

отличало. От кадрового голода страдал и мировой суд, да и вся российская правовая система;

3) имущественному. Как известно, сам Патушинский был выходцем из богатой купеческой семьи, обладающей значительной собственностью, кроме того, он имел жену из купеческого сословия.

Мировой судья принимал присягу, имел особый символ своего звания – золотую цепь и знак, который он надевал во время исполнения своих должностных обязанностей, обладал особой печатью [4, с.87].

Показав себя талантливым и высококвалифицированным юристом Г. Б. Патушинский, сделав в Чите себе имя в январе 1902 года, был по приказу Министерства юстиции командирован в Иркутск в качестве судебного следователя Иркутского окружного суда, где трудился вплоть до октября 1903 года, а затем уволился со службы.

Новый поворот в его судьбе связан с избранием Патушинского общим собранием отделения Иркутского окружного суда в число присяжных поверенных. В этом почетном звании он состоял до 1917 года. Патушинский показал себя человеком умело защищающим интересы обездоленных, в судебную палату Иркутска неоднократно поступали прошения арестантов, чтобы именно он защищал их интересы. В адвокатском корпусе о нем сложилось самое наилучшее представление. Большинство проводимых им защит по политическим делам он вел бесплатно.

Среди «громких» дел, проводимых им в условиях самодержавия были: представление к суду жандармов, истязавших рабочих на Кругобайкальской железной дороге, дела о Красноярской республике, Верховенском Крестьянском союзе, захвате Сибирской железной дороги в 1905 году.

В ходе революционных событий, произошедших октябре 1905 года в Иркутске, Патушинский совместно с другими присяжными поверенными, подписал постановление о присоединении адвокатуры города ко всеобщей политической за-

бастовке, против которой выступили монархисты и черносотенцы, которые хотели проучить забастовщиков и «жидов». В ходе беспорядков были разграблены магазины и трактиры, были убиты и ранены 20 человек. Сам Патушинский 21 октября 1905 года был арестован, но после получения 22 октября императорского манифеста (от 17 октября) был освобожден [5, с.272 - 273].

К чести жителей нашего города в нем как в 1905 году, и в последующем не было еврейских погромов, хотя были попытки их организации со стороны местных черносотенцев, однако усилия властей и создание в Чите сил самообороны их предотвратили. «В царской России, – отмечал краевед В. Лобанов – было мало городов, где к евреям (состоявшим 15 % населения города) относились бы так же хорошо, как в Чите» [6, с.283].

Под давлением реакционеров Патушинский по постановлению городской Думы был выведен на 2 года (1906-1908) из числа гласных Иркутской городской думы. В результате полученных переживаний он был вынужден поправлять свое здоровье за границей.

Помимо правозащитной деятельности Г.Б. Патушинский совместно со своими братьями (Яковом и Леонтием), занимался благотворительной деятельностью. В частности, при его активном содействии в 1897 году в Иркутске был построен большой каменный театр. Как отмечал писатель и редактор И. И. Попов – «много помог постройке театра Г. Б. Пашутинский. Он можно сказать не сходил с постройки её хозяйственным способом. Театр вышел великолепный, после одесского лучший в провинциальной России» [5, с.71].

Но наиболее громко о себе имя юриста Патушинского прозвучала в России в 1912 году, в связи с делом о Ленском расстреле. Расправа 4 марта 1912 года над участниками мирного шествия рабочих Ленских золотых приисков, протестовавших против произвола администрации и ареста стачного комитета, в ходе которой было убито 270 и ранено 250 человек вызвало в стране массовые стачки и митинги. В них участ-

вовало около 300 тысяч человек. Патушинский в качестве представителя приисковых рабочих вошел в состав комиссии по расследованию этого дела, наряду с генерал – губернатором Князевым, присяжными поверенными Никитиным и Тюшевским. Он участвовал в подписании договора между администрацией Лензолота и приисковыми рабочими, осуществлял бесплатную защиту от произвола. Патушинский выступал во многих сибирских городах (в том числе и в Чите) с публичными лекциями, которые были отмечены в центральной и сибирской прессе.

Патушинский участвовал и в ряде военных компаний: русско–японской 1904-1905, китайской в 1909, германской 1914-1917, за что имел ряд наград (ордена Св. Станислава 3-й ст. с мечом и бантом, Св. Анны 3-й с мечом и бантом, Св. Владимира с мечом и бантом, ряд медалей и наградных знаков).

В 1917 году Патушинский поддержал Временное правительство России, установившее демократические свободы в стране и был назначен прокурором Красноярского окружного суда. В 1918 году Григорий Борисович возглавил министерство юстиции Сибирского Временного правительства в Омске, которое ранее возглавлял П. Я. Дербер. Это правительство приняло 4 июля 1918 года «Декларацию о государственной самостоятельности Сибири» [8, с. 188]. По мнению современников наиболее ярко и деятельно в этом правительстве показал себя именно Пашутинский, хотя и подвергался со стороны монархических кругов обвинению в сочувствии большинству и антисемитским наветам, что было возможным в условиях колчаковского режима. В марте 1919 года он был смещен с поста министра вместе с Крутовским и Шатиловым, разделявшими его взгляды. В дальнейшем находился в оппозиции режиму Колчака в составе эсеровской группы.

После установления Советской власти в Иркутске в марте 1918 года была проведена конфискация недвижимого имущества (дома, усадьбы) у местного купечества, в том числе и Патушинских. Бывшие владельцы никаких доходов с собст-

венности не получили [7, с. 283]. В дальнейшем Пашутинский был среди главных участников подготовки восстания в Иркутске в декабре 1919 года, январе 1920 года, выступал противником Советской власти и входил в состав Политцентра, после падения которого был арестован большевиками, отправлен сначала в Омск, а затем в Москву.

На этом общественная карьера Г. Б. Пашутинского отличавшегося не только даром оратора, но и иногда излишней экспансивностью закончилось. Этот несомненно талантливый человек был ущемлен в правах, но смог избежать репрессий видимо благодаря заступничеству своих бывших подзащитных, пришедших к власти в результате Октябрьской революции. Г. Б. Пашутинский умер в Москве в 1931 году.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Административно-судебная система Восточной Сибири конца XIX начала XX в лицах и документах: материалы к энциклопедии сост В. Г. Вишнеvский. – Иркутск, 2004
2. Краткая энциклопедия по истории купечества и коммерции Сибири : в 4 т./ под ред. Д. Я. Резуна. – Новосибирск, 1996.
3. ГАЗК. Ф.43.Ок.2. 478
4. Дорошков В. В. Мировой судья. Исторические, организационные и процессуальные аспекты деятельности / В. В. Дорошков. – М., 2004
5. Попов И. И. Забытые иркутские страницы : записки редактора / И. И. Попов. – Иркутск, 1989.
6. Лобанов В. Старая Чита / В. Лобанов. – Чита, 2001.
7. Романов Н. С. Летопись города Иркутска за 1902 – 1924 гг. / Н. С. Романов. – Иркутск, 1994.
8. Олех Л. Г. История Сибири : учеб. пособие / Л. Г. Олех. – Новосибирск, 2005.

© Шевелева О. В., 2012

УДК 334.012.34
ББК 65.422

О. В. Шевелева

Исследование рынка майонезов

Российский рынок майонезов является вторым по объему в мире после рынка США. Объем рынка майонеза в 2011 году составил 445 тыс., что на 10,8 % больше, чем в 2010 году.

Майонез потребляют 92 % россиян, в среднем приходится 4,1 кг майонеза на человека в год. В последнее время заметно увеличились объемы его производства. В 1998 году из-за финансового кризиса в стране производство резко сократилось и составило 167 тыс. тонн, но за последние годы выпуск майонезной продукции резко увеличился и уже к 2011 году достиг 640 тысяч тонн.

Увеличиваются не только объемы производства, но и ассортимент продукции. Многие предприятия для удержания своих позиций выпускают майонез с различными добавками, разной калорийности. В продаже имеются не только все известные марки («Провансаль столовый», «Провансаль легкий» и др.), но и новые брэнды («Слобода», «Моя семья», «Мечта хозяйки» и др.). Не так давно появилась еще одна новинка – майонез «Оливковый», который уже занимает около 5 % рынка. В России оливковые майонезы выпускают 5-6 компаний. Самой же популярной маркой сейчас является «Провансаль».

Лидерами производства майонеза являются крупные холдинговые структуры. По оценке холдинга «Солнечные продукты», основными производителями майонеза в 2011 го-

ду были ЗАО «Эссен продакшн АГ» – 15 %, «Солнечные продукты» – 12 %, группа компаний НМЖК – 12 %, компания «ЭФКО» – 7 %, компания «Скит» – 7 %, компания UNILEVER – 4% и другие.

Структура производства представлена на рисунке 1.

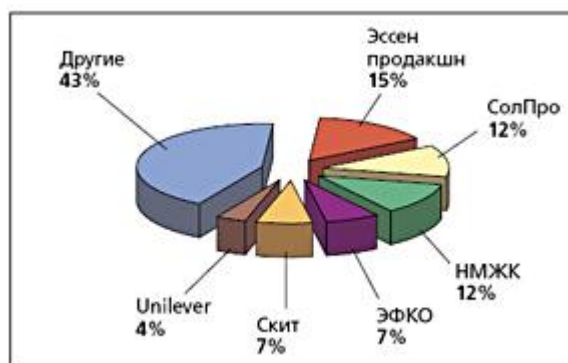


Рис. 1. Структура производства майонеза по итогам 2012 года

Стремясь добиться более устойчивого положения на рынке, а также взять под свой контроль всю производственную цепочку, некоторые крупные компании были преобразованы в вертикально интегрированные холдинги. Так, например, ООО "Балтимор-Холдинг" (Санкт-Петербург) располагает собственными сельскохозяйственными угодьями, а в прошедшем году приступило к строительству маслозавода. Другим примером может служить ООО "Группа компаний "Русагро" (Москва).

Таким образом, российский рынок майонеза представлен широким ассортиментом майонезов и согласно проводимым исследованиям основным критерием при выборе данного продукта является вкус, а также такие показатели как срок годности и соотношение цены и качества, и менее всего потребители обращают внимание на оформление упаковки этих материалов, из которых она изготовлена.

Известность марки, так же как и активная рекламная кампания, практически не влияет на выбор майонеза.

Российские потребители в основном предпочитают майонез, изготовленный отечественными производителями.

Что касается упаковки майонеза, то наибольшую популярность на рынке соусов занимает упаковка дой-пак с дозатором. По данным «АСNielsen Россия», в натуральном выражении в 2012 году доля этой упаковки увеличилась в сегменте майонезов до 58,1 % против 51,9 % в 2010 году. Доля традиционных видов упаковки для соусов в пластиковой упаковке и стекло постепенно сокращаются в пользу дой-пак. Однако многие производители остаются приверженцами упаковки соусов в стекло, считая, что данный материал подчеркивает элитарность продукта.

Современные разработки и технологии позволяют варьировать упаковку продукции, например. Calve первым запустила соусы в упаковке дой-пак с дозатором нестандартной формы и прозрачным окошком, через которое можно увидеть соус. В 2012 году два вида соусов Calve были выпущены в прозрачной пластиковой бутылке, перевернутой крышкой вниз, которая в настоящий момент является оригинальным предложением на рынке соусов.

Поданным компании Бизнес Аналитика в структуре продаж майонеза по видам упаковки преобладают пластиковые пакеты — как с дозатором, так и без него. За три года доля устойчивого пакета с дозатором увеличилась с 8,8 % до 39,2 %, доля же стеклянной тары демонстрирует тенденцию стабильного сокращения с 18,6 % в 2011 году до 9,1 % в первом полугодии 2012 г.

Дой-пак с дозатором на сегодняшний день представляется наиболее популярной упаковкой для майонеза, этому способствует удобство транспортировки, хранения и использования.

Таким образом, дальнейшее развитие российского рынка майонеза будет происходить в соответствии с уже наметившимися тенденциями. В условиях стабильной макроэкономической ситуации в стране продолжится процесс перетекания спроса в сторону более качественной продукции,

что неизбежно приведет к сокращению общего числа участников за счет небольших локальных производств. Отнюдь не исключен приход на российский рынок крупных западных игроков, хотя к настоящему моменту лишь Unilever составляет реальную конкуренцию отечественным компаниям. Интерес представляет и пока не очень заметный сегмент готовых соусов, в том числе на основе майонеза, поскольку его возможный рост в будущем способен оказать существенное влияние на рынок.

В соответствии с ГОСТ 30004.1 - 93 «Майонезы. Общие технические условия» майонезы классифицируют на три группы по калорийности:

- высококалорийные (массовая доля жира не менее 55 %)
- среднекалорийные (массовая доля жира 40 – 55 %);
- низкокалорийные (массовая доля жира менее 40 %).

В зависимости от консистенции майонезные продукты делят на сметанообразные, пастообразные, кремообразные и жидкие.

В зависимости от назначения майонез подразделяют на две группы:

- закусочные;
- для детского и диетического питания.

К закусочным относится майонез столовый, с пряностями, острый с вкусовыми и желирующими добавками.

Для детского и диетического питания предназначены майонез с вкусовыми и желирующими добавками, сладкий, майонезный крем, диетический:

- столовые: «Провансаль», «Нежный», «Летний» и др.;
- с пряностями: «Весна» (с укропным маслом или экстрактом), «Ароматный» (с экстрактом петрушки, укропом, сельдереем), «Стрелецкий» (с экстрактом красного, перца), тмином», «с корицей» и т.д.;
- с вкусовыми и желирующими добавками: «Московский» (с экстрактами лаврового листа, перца душистого и красного горького, гвоздики, корицы), «Сырный»

(с экстрактом сыра), «С лимоном» (с экстрактом лимона), «Праздничный» (с перцем, чесноком, кинзой, орехами) и др.;

➤ сладкие: «Яблочный», «Медовый», «Малиновый», Апельсиновый», «Шоколадный» и др.;

➤ диетические готовят с добавлением лимонной кислоты вместо уксусной: «Карпаты», «Диетический», «Диабетический». В майонезы диабетические вместо сахара вводят ксилит или сорбит.

В соответствии с Федеральным Законом «О специальном техническом регламенте на масложировую продукцию и ее производство» майонезную продукцию можно подразделить на:

- майонезы;
- соусы на основе майонезов;
- салатные заправки (дрессинги);
- кремы.

Существуют различия понятий «майонез», «салатная заправка», «кремы на растительных маслах».

Майонез – сложный тонкодисперсный, однородный, расслаивающийся продукт, приготовленный из рафинированных растительных масел, воды с добавлением эмульгаторов, стабилизаторов, вкусоароматических добавок, пряностей и других пищевых ингредиентов. Запах и вкус должны быть слегка острыми, от кисловатого до кисло-сладкого, без выраженной горечи. Многие о майонезе говорят его консистенция, которая должна быть однородной, сметанообразной, с единичными пузырьками воздуха. Консистенция майонеза напрямую связана жирностью. Чем больше жирность майонеза, тем устойчивее его консистенция. Чем ниже калорийность (жирность) продукта, тем больше "химии" в него добавлено.

Салатная заправка (дрессинги) – неустойчивая эмульсия смешанного типа, состоящая из воды, растительных масел, структурообразующих и вкусоароматических добавок, трав, специй и других пищевых ингредиентов.

Кремы на растительных маслах – эмульсионные продукты на основе растительных масел с добавками (или без добавок) молочных или растительных белков, натуральных фруктов, соков и пищевых и вкусоароматических добавок и других пищевых ингредиентов.

Соусы – жироводные эмульсионные продукты, представляющие собой сложную тонкодисперсную структуру.

В настоящее время на отечественном рынке представлен широкий ассортимент майонеза отечественного и импортного производства.

Традиционными видами отечественного майонеза являются Провансаль и Молочный с массовой долей жира не менее 67 %, которые относятся к группе высококалорийного столового майонеза.

Сладкий майонез и кремы используют для бутербродов, как приправу к кашам, пудингам, запеканкам и другим блюдам. Разработаны рецептуры майонезных паст на основе виноградной, яблочной, сливовой, арбузной паст, морковной пульпы.

Из Великобритании на российский рынок поступают салатные и сырные приправы с массовой долей жира 40 %, обладающие острокислым вкусом и сметанообразной консистенцией. США поставляют майонез с массовой долей жира 80 %, салатные и сырные приправы с массовой долей жира 50 и 34 %, слабоострого вкуса и сметанообразной консистенции. Из Франции поступает майонез с чесноком и приправами, с массовой долей жира 72 и 73 %, кремообразной консистенции, с привкусами чеснока и лука. Из Германии — майонез деликатесный с массовой долей жира 83 %, с пастообразной консистенцией и нежным вкусом; Альтенбургский замок (90 %), Ремулянде (80 %), соусы Беарнез (20 %) с мясным вкусом, по-французски (25 %) и по-голландски (45 %), острого вкуса и жидкой консистенцией. Из Нидерландов поступают майонезы Дайвис, Кальве, Бенедектин (70, 85, 78 %) и соусы для салатов (47 %). Из Швеции поставляют жидкие приправы к овощам и

салатам (25, 57 %), майонезы диетический (37 %), бутербродный (50 %), с лососем (35%), с хреном (70 %). Из Дании постуауют майонезы Викинг (80%), Миллс (75 %).

К факторам, формирующим и сохраняющим качество майонеза, относят: сырье, технологию производства, условия хранения, транспортирования и реализации.

В качестве основного сырья используют масложировую основу. Для производства майонезов используются следующие растительные масла: масло подсолнечное ГОСТ 1129-93; масло соевое ГОСТ 7825-96; масло кукурузное ГОСТ 8808-2000; масло арахисовое ГОСТ 7981-68; масло хлопковое ГОСТ 1128-2002; масло салатное хлопковое ТУ 10-04-02-60-89; масло оливковое ТУ 10-04-11/13-87 [17, С.89].

Все растительные масла должны быть подвергнуты полной рафинации, включая дезодорацию, и соответствовать требованиям стандартов на дезодорированные масла. Для производства майонезов любое из перечисленных масел должно быть переработано не позднее одного месяца с даты его рафинации.

В качестве дополнительного сырья – в состав майонезов входят эмульгаторы, стабилизаторы, структурообразователи, а также вкусовые, функциональные и другие пищевые добавки, придающие майонезам различный вкус, аромат, пищевую и физиологическую ценность и позволяющие создать большой ассортимент этих продуктов.

Производство майонеза складывается из следующих технологических операций:

- приготовление 10 %-го раствора уксусной кислоты;
- подготовка и дозирование сыпучих компонентов;
- подготовка пасты (эмульгирующей и структурирующей основы);
- подготовка грубой эмульсии;
- подготовка тонкодисперсной эмульсии (гомогенизация);
- фасовка и упаковка готового продукта;
- транспортировка готовой продукции на склад.

Основные сыпучие компоненты: яичный порошок, сухое обезжиренное молоко, горчичный порошок, сахар, соль по мере необходимости просеиваются через сито. Просеивание необходимо не только с санитарной точки зрения, но и с технологической, так как отсутствие комков обеспечивает получение стойких эмульсий. Так, чем дисперснее порошок горчицы, тем выше его влагоемкость и эмульгирующие свойства, тем лучше консистенция майонеза и выше его стойкость.

Далее компоненты завешиваются и поступают в зону загрузки в смесители. Загрузка сыпучих компонентов осуществляется вручную.

Важным этапом получения качественного майонеза является процесс гомогенизации, осуществляемый на роторно-пульсационном аппарате. Путем пульсационных, ударных и других гидродинамических воздействий, происходящих в аппарате РПА, изменяются физико-механические свойства майонезной эмульсии, что обеспечивает получение майонеза требуемой консистенции.

Готовый майонез, после процесса гомогенизации, из смесителя направляется на фасовку в полипропиленовые стаканчики, стеклянные баночки, или в полиэтиленовые пакеты.

Фасовку следует производить немедленно после изготовления, так как соприкосновение с кислородом воздуха ухудшает вкус и сохранность майонеза.

Фасуют майонез в стеклянные банки, алюминиевые тубы, покрытые внутри пищевым лаком, бумажные пакеты с полимерным покрытием, пакеты, коробочки и стаканчики из полимерных материалов, разрешенных органами санитарно-эпидемиологического надзора.

Маркировка майонеза включает наличие: товарного знака; наименования предприятия-изготовителя, его адреса; наименования майонеза; даты выработки; сроков и температур хранения майонеза; массы нетто; калорийности (ккал.) в 100 г майонеза; содержания жира в 100 г майонеза; обозначения стандарта.

Готовая продукция укладывается в ящики из гофрированного картона, которые ставятся на поддоны и транспортируются на склад готовой продукции.

Хранят майонез в соответствии с требованиями ОСТа 18-222-75 "Майонезы" в затемненных помещениях. Срок хранения со дня выработки в зависимости от рецептуры указывается производителем.

Майонезы хранятся у изготовителя и потребителя в складских, торговых охлаждаемых помещениях или холодильниках при циркуляции воздуха, и температуре не ниже 0 °С и не выше 18 °С, при относительной влажности воздуха не более 75 %. Не допускается хранение майонезов на прямом солнечном свете.

Качество майонеза оценивается согласно ГОСТ 30004.1–93 «Майонезы. Общие технические условия». Майонезы оценивают по вкусу и запаху, консистенции, цвету, содержанию жира, влаги, кислотности, стойкости эмульсии.

Согласно требований стандарта внешний вид и консистенция майонеза – однородный сметанообразный продукт с единичными пузырьками воздуха. Наличие частиц добавляемых пряностей, в соответствии с техническим описанием для майонеза конкретного наименования. Вкус и запах – в соответствии с техническим описанием для майонеза конкретного наименования, цвет – белый или кремовато-желтый однородный по всей массе с оттенками, установленными в технических описаниях на конкретные наименования майонезов.

При нарушении санитарно-технических требований при производстве майонеза могут попасть микроорганизмы, расщепляющие белки, углеводы, жиры. Это бактерии родов *Bacillus*, *Clostridium*, *Proteus*, *Pseudomonas*, дрожжи *Candida*, *Lipolitica* и грибы родов *Aspergillus*, *Penicillium* и др. Развиваясь в майонезе, эти микроорганизмы могут вызвать его порчу.

Микробиологический контроль производства майонеза включает контроль сырья, готовой продукции и контроль санитарно-гигиенических условий производства. В готовой продукции БГКП не допускаются в 0,1 см³, дрожжи не более

5×10^2 КОЕ/см³, плесени не более 10 КОЕ/см³, сальмонеллы не допускаются в 25 см³.

При нарушении технологии производства продукт может приобретать определенные дефекты.

➤ наличие большого количества пузырьков воздуха. Причиной газообразования является наличие гетероферментативных молочнокислых бактерий и дрожжей.

➤ прогорклый привкус, вызывается гнилостными бактериями, разлагающими белок.

➤ неоднородность окраски.

В случае нарушения условий транспортирования и хранения продукт может приобретать следующие пороки:

➤ расслаивание эмульсии, в результате чего из массы выделяется жир. Расслаивание майонеза является следствием разрушения эмульсии. Сущность этого процесса состоит в нарушении целостности протеиновых оболочек эмульгатора вокруг диспергированных капелек жира под действием неблагоприятных факторов: резких перепадов температур при хранении, несоблюдения температурного режима и др;

➤ несвойственные майонезу привкусы и запахи различного происхождения;

➤ наличие большого количества пузырьков воздуха;

➤ прогорклый привкус, другие неприятные или несвойственные майонезу привкусы и запахи;

➤ неоднородность окраски.

Для исследования ассортимента и качества майонеза в г. Чите нами в качестве объекта взят магазин ООО «Спутник».

Основными поставщиками товаров являются оптовые торговые предприятия городов Новосибирск, Томск, Омск, Москва, Иркутск, Улан-Удэ, Чита, Нерчинск.

Основными потребителями являются жители Железнодорожного района г. Читы. В данном районе основным конкурентом является розничное предприятие супермаркет «Привоз». Супермаркет «Привоз» в сравнении с магазином «Спутник» имеет большую площадь торгового зала, больший ассортимент реализуемой продукции.

Преимуществом магазина является ассортиментная, ценовая политика, хорошее обслуживание покупателей и политика привлечения покупателей системой скидок.

Магазином «Спутник» представлен ассортимент майонезной продукции в количестве 37 наименований.

Расчет удельного веса производился по следующим показателям: калорийность; используемое сырье, наличие специй и добавок, назначение, виду используемой тары (упаковки), наименованию производителей.

По результатам расчетов видно, что из 37 наименований ассортимента майонезов представлены в основном это закусовые средне- и высококалорийные майонезы, в том числе с различным составом и добавками. Лидерами среди отечественных производителей является ОАО «Московский жировой комбинат», ОАО «Эфко» Алексеевка, Белгородской области, ООО «Компания скит», г. Москва

Ассортимент майонезов представлен 37 наименованиями, в основном это закусовые средне- и высококалорийные майонезы, в том числе с различным составом и добавками. Лидерами среди отечественных производителей является ОАО «Московский жировой комбинат», ОАО «Эфко» Алексеевка, Белгородской области, ООО «Компания скит», г. Москва.

По результатам расчета показателей ассортимента выявлено, что коэффициент широты составил 0,91. Это говорит о том, что ассортимент майонезов достаточно широк и удовлетворяет потребности потребителей на 91 %.

Полнота ассортимента удовлетворяет потребительский спрос на 71 % .

Устойчивым спросом у потребителей пользуется 15 видов и коэффициент устойчивости составил 0,33. Это говорит о том, что только 33% майонезов пользуются устойчивым спросом у потребителей.

Новинками ассортимента в магазине «Спутник» являются майонезы: «Провансаль» ОАО «Иркутского масложиркомбината» с оригинальной упаковкой в тубе; «Домашний», с фасовкой дой-пак; «Домашний» с оригинальной упаковкой в

стакан; «Оливковый» ОАО «Московский жировой комбинат» с фасовкой дой-пак; «Для салатов высококалорийный» ООО «Unilever-СНГ» с фасовкой в пластиковое ведро; майонез "Легкий" низкокалорийный, вид фасовки: дой-пак. Майонезные соусы: "Тар-Тар", вид фасовки: дой-пак; майонезный соус «Обжорка» Постный ОАО «Иркутского масложиркомбината». Коэффициент новизны составил 0,24.

Для оценки качества отобрано шесть образцов майонезов: «Провансаль оливковый», ОАО «Московский жировой комбинат», Россия; «Провансаль», «Провансаль лёгкий» (35% жира), ОАО «Иркутский масложиркомбинат», Россия; «Провансаль для салатов» (36% жира), Казанский жировой комбинат, Татарстан; «Любительский», ОАО «Эфко» Алексеевка, Белгородской области, Россия.

Результаты контроля качества майонезов, представленных в магазине «Спутник» позволяют сделать следующие выводы: образцы майонезов ОАО «Московский жировой комбинат», Россия; ОАО «Эфко» Алексеевка, Белгородской области не имеют отклонений от требований стандарта по информации на этикетке и органолептическим показателям (внешний вид, вкус и запах, цвет, посторонние примеси).

Майонез «Провансаль» ОАО «Иркутского масложиркомбината» имеет вкус слишком острый и кислый. Предполагаемая причина – нарушение технологии производства. Образец майонеза «Провансаль для салатов» (36 % жира), Казанского жирового комбината, Татарстан не соответствует требованиям ГОСТа по органолептическим показателям.

Таким образом, майонезная продукция магазина «Спутник» не достаточно удовлетворяет потребности потребителей. Следует обратить внимание на качество реализуемой продукции и расширить ассортимент майонеза с добавками, в том числе с использованием натурального сырья.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Горошенко, А. Майонез / А. Горошенко // Конъюнктура товарных рынков. – 2009. – № 2. – С. 25-27.
2. Дзюбияский, Р. Н. Масложировая промышленность России / Р. Н. Дзюбиянский // Масложировая промышленность. – 2011. – № 1. – С. 6-8.
3. Дмитриченко, М. И. Экспертиза качества и обнаружение фальсификации продовольственных товаров. / М. И. Дмитриченко. – СПб. : Питер, 2009. – 160с.
4. Журавко, Е. В. // Масложировая промышленность. – 2010. – № 4. – С.42-46.
5. Николаев, Б. Л. Исследования реологических характеристик майонеза летнего «Нежко» / Б. Л. Николаев // Масложировая промышленность. – 2009. – № 4. – С. 40.
6. Российский рынок майонезов (по материалам аналитиков компании «Балтимор») // Масложировая промышленность. – 2011. – №10. – С. 41-44.

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Ж. П. Шнорр

**Проблемы идентификации торговых сетей
на потребительском рынке**

Рассмотрены основные подходы к определению торговых сетей и признаков, их характеризующих. На основе обобщения опыта по проблематике идентификации торговых сетей, предложено авторское понимание исследуемой дефиниции и представлена характеристика основных признаков торговых сетей. Сделан акцент на необходимости развития на потребительском рынке территории, как торговых сетей, так и торговых бизнес-сетей.

Современные условия хозяйствования характеризуются тенденцией к усилению процессов глобализации и экономической интеграции. На потребительском рынке территории данная тенденция находит свое выражение в активизации использования сетевых технологий и появления сетевых бизнес-структур. Основная модель сетевых бизнес-структур – торговые сети, сложность в изучении которой заключается в отсутствии четких критериев и признаков, ее характеризующих. Поэтому мы посчитали необходимым разобраться в данной категории и идентифицировать классические торговые сети по наиболее важным социально-экономическим признакам.

Под идентификацией принято понимать соответствие типов и форм структур признакам, присущих им по определению. Установить признаки и критерии возможно на основе четкого определения категории. В литературе существуют различные определения торговых сетей, с определенной долей условности, их можно поделить на две группы: предложенные экономистами и прописанными в нормативных источниках (таблица 1).

Таблица 1

Характеристика термина «торговые сети» в нормативной литературе и работах отечественных экономистов

Автор, нормативный документ	Наименование нормативного документа, работы	Определение
1999 г.		
ГОСТ Р 51303 – 99	«Торговля. Термины и определения» [2]	Торговая сеть – совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением
2003 г.		
Чкалова О.В.	Формирование и развитие розничной торговой сети в мегаполисе, монография [10]	Торговая сеть (как интеграционная структура) – совокупность предприятий, независимо от их месторасположения, находящихся под общим управлением
Телятников Э.Н.	Торговля: формы и методы в условиях глобализации, монография [8]	Торговая сеть – это объединение магазинов в рамках единой системы, ведущих свою деятельность под одной маркой, производящих реализацию продукции одного ассортимента, использующих один формат магазинов, входящих в состав сети, централизованное управление ресурсами, единую ценовую политику.

Продолжение таблицы 1

Автор, нормативный документ	Наименование нормативного документа, работы	Определение
2004 г.		
Хурцилава В.С.	Роль и перспективы сетевой торговли в регионе, монография [9]	Торговой сетью принято считать некоторое количество магазинов, торгующих одинаковым товаром, ориентированных на один класс покупателей, имеющих единый ассортимент, цены и рекламную политику.
2006 г.		
Ивашкин М.В.	Управление торговыми сетями на потребительском рынке, автореферат диссертации на соискание ученой степени д.э.н. [3]	Торговая сеть представляет собой частный случай открытых сложных динамичных многополюсных производственно-экономических систем, включающей в свой состав оптовые и розничные торговые предприятия и координирующих свою деятельность в рамках одного или нескольких территориальных или целевых рынков
2007 г.		
Радаев В.В.	Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле, монография [7]	Торговая сеть – это совокупность торговых объектов, управляемых одним владельцем, использующих сходные торговые форматы и работающих под единой торговой маркой.

Окончание таблицы 1

Автор, нормативный документ	Наименование нормативного документа, работы	Определение
2008 г.		
Котельникова З.В.	Развитие розничных сетей как системообразующий элемент трансформации торговли, монография [4]	Понятие « сеть магазинов » включает следующие признаки: а) наличие группы магазинов, аналогичных по формату или по сфере деятельности; б) нахождение их в единой собственности и под общим управлением; в) осуществление в них централизованной доставки товаров
Наговицин А.А.	Организация сетевой торговли на кластерной основе в условиях глобализации, автореферат на соискание ученой степени к.э.н. [5]	Торговые сети – способ интеграции магазинов в единую сеть на основе следующих признаков: единый управляющий центр, единые ассортиментная и ценовая политика, единая технология завоза товаров и их реализация, типовое оборудование, внешнее и внутренне оформление, бренд
2009 г.		
Федеральный Закон от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ	«Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» [1]	Торговая сеть – совокупность двух и более торговых объектов, которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации

Следует отметить, что в нормативной литературе приведены определения торговых сетей, которые не соответствуют их современному пониманию. Так, в Государственном стандарте Российской Федерации (ГОСТ Р 51303-99 «Термины и определения») дано определение торговой сети как совокупности торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории или находящихся под общим управлением (торговая сеть Забайкальского края, торговая сеть потребительской кооперации, торговая сеть частной торговли, торговая сеть индивидуальных предпринимателей) [2].

Определение торговой сети, прописанное в Федеральном законе № 381-ФЗ от 28 декабря 2009 г. и введенному в действие 1 февраля 2010 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», учитывает лишь два из основных критериев или признаков торговых сетей – количественный критерий и единое управление сетью, вернее критерий индивидуализации. При этом весьма спорен минимальный количественный критерий (два объекта) отнесения к торговым сетям. Современная планка для вхождения магазинов в сеть, по экспертной оценке экономистов, должна быть не менее 15 объектов, и эта величина постоянно возрастает [1]. Указанный подход к пониманию торговых сетей в нормативных источниках, по нашему мнению, в большей степени соответствует инструменту государственного управления торговлей и потребительского рынка, а не экономическим соображениям. Более того, данная трактовка сетевой розницы изначально ставит в неравные условия федеральные и региональные сети.

Прогрессивнее авторские подходы к определению исследуемой дефиниции, но каждое из них раскрывает, как правило, одну из сторон изучаемой дефиниции. Так, Чкалова О. В. характеризует торговую сеть как интеграционную структуру и выделяет лишь один из признаков рассматриваемой категории – «общее управление сетью», то есть акцентируются единые управленческие связи [10].

Телятников Э. Н. при определении торговой сети указывает на единство коммерческо-технологических операций, ассортиментной, ценовой политики и единые символические связи [8].

Хурицилава В. С. подчеркивает единые ассортимент, ценовую и рекламную политику, уделяя внимание стратификации класса обслуживаемых покупателей магазинами, входящими в состав сети [9].

Весьма дискуссионным является определение рассматриваемой дефиниции, предложенной Ивашкиным М. В., поскольку, во-первых, классические торговые сети не могут включать в свой состав одновременно оптовые и розничные предприятия. Во-вторых, координация деятельности в разрезе территориальных рынков является не признаком торговой сети как субъекта торговли, а характеристикой масштабов деятельности и уровнем пространственной интеграции. Наконец, многополюсность, по мнению Ивашкина М. В., означает отсутствие единого управляющего центра, а открытость и динамичность подразумевают свободу входа предприятий в торговую сеть и выхода из нее [3]. Мы не можем согласиться с такими характеристиками, поскольку они противоречат концепции развития торговых сетей в классическом понимании сетевого ритейла. По нашему мнению, некоторые из предложенных характеристик, а именно – признаки открытости и динамичности могут быть учтены при разработке концепции построения и идентификации торговых бизнес-сетей.

Определения рассматриваемой дефиниции в трактовке экономистов Чкаловой О. В., Теляникова Э. Н., Хурицилавы В. С. во многом имеют вполне объяснимый характер и соответствуют начальному этапу развития сетевого ритейла, который характеризовался появлением торговых сетей как субъекта потребительского рынка и конкурентной борьбой между торговыми сетями и независимыми магазинами. Поэтому и идентификационные признаки торговых сетей показывали особенности сетевых технологий в торговле, конкурентные

преимущества торговых интеграций перед независимыми магазинами.

Для современного этапа развития сетевой торговли характерны процессы углубления экономической интеграции, модификации классических торговых сетей, появления организационных форм квазиинтеграции в торговле, что, в свою очередь, обуславливает необходимость уточнения признаков сетевых структур. Становится актуальной характеристика торговой сети не только с точки зрения единых управленческих, коммерческо-технологических и символических, но и институциональных связей в формально-правовом аспекте, которые находят свою реализацию в интеграции прав собственности относительно торговой сети. И это не случайно, поскольку для идентификации сетевых структур в торговле формально-правовые аспекты и контроль над собственностью имеют важное значение. В какой-то мере данным требованиям удовлетворяют определения торговых сетей экономистов Радаева В. В. и Котельниковой З. В. [4, 7]. Так, Радаев В. В. в предложенном определении торговой сети подчеркивает «сеть как совокупность торговых объектов, управляемых одним владельцем» [7]. Примерно аналогичного мнения придерживается и Котельникова З. В., дополняя понятие торговой сети признаком «нахождения группы магазинов в единой собственности» [4]. Тем не менее, комплексное видение торговых сетей с присущими им признаками, характерными для современных процессов глобализации и экономической интеграции, у указанных выше экономистов отсутствует.

В большей степени, по нашему мнению, соответствует определение торговой сети, предложенное Наговициным А. А., где торговая сеть определяется «как способ интеграции магазинов», для которой характерны многие признаки классической торговой сети. Мы их характеризуем как основные или первичные признаки: единый управляющий центр, единые ассортиментная и ценовая политика, единая технология завоза товаров и их реализация, типовое оборудование, внешнее и внутреннее оформ-

ление, единый бренд [5]. Считаем, что необходимо дополнить перечисленные выше признаки следующими: единый контроль над собственностью, централизованное управление ресурсами, использование аналогичных форматов. К вторичным или дополнительным признакам целесообразно отнести наличие оптового распределительного центра, рекламную политику, программы лояльности покупателей.

С учетом обобщения экспертных оценок экономистов в области исследования сетевого ритейла и развития интеграционных трансформаций в сфере обращения на современном этапе предлагаем рассматривать торговую сеть как приращение количества торговых объектов (магазинов), имеющих идентичную концепцию формально-правовых, управленческих и торгово-технологических связей на основе следующих признаков: единый контроль над собственностью, единый управленческий центр, централизованное управление ресурсами, аналогичность торговых форматов, единые ассортиментная и ценовая политика, единство бренда и дизайна. Рассмотрим подробнее признаки торговых сетей.

Единый контроль над собственностью затрагивает формальные институциональные связи и означает наличие одного владельца. Нарращивание активов, как правило, происходит за счет слияний и поглощений, что соответствует традиционному пониманию горизонтальных интеграционных процессов. Единая собственность обуславливает жесткий контроль за использованием ресурсов, строгую многоуровневую иерархию управленческих процессов, зависимость в правовом, хозяйственном и финансовом аспектах деятельности. В юридическом плане классические торговые сети, созданные на основе единой собственности, могут быть в форме монокомпании (акционерного общества), многоуровневой корпорации в виде материнского и дочерних предприятий, холдинга [6]. В монокомпании одно предприятие является головным, а остальные – филиалами. Головная организация осуществляет свою деятельность на основе одного баланса, единого руководства и

обязательств. В монокомпании более эффективна реализация централизованной модели управления, но сложнее обеспечить защиту ресурсов. В многоуровневых корпорациях и холдингах создаются управляющие компании, осуществляющие координацию и управление деятельностью дочерними предприятиями. Головная компания (материнское предприятие или холдинг) владеет контрольным пакетом акций. В рамках корпоративного управления торговым капиталом сложнее осуществлять управление экономическими потоками в целом корпорации, но значительно эффективнее обеспечивать защиту активов и максимизацию финансового результата.

Наличие единого центра управления, концентрация в нем аппарата управления и функций по централизованному управлению ресурсами обусловлены концепцией единых управленческих связей, реализуемых в торговых сетях. Отметим, что степень централизации во многом зависит от внутрифирменной модели управления сетью. Различают следующие модели: консолидирующую, холдинговую, централизованную и гибридную [9, 6]. Консолидирующая модель характеризуется наличием инвестиционно-брендового центра, консолидирующего участников с самостоятельными объектами хозяйствования, но объединенных общими инвесторами и единой торговой маркой. Холдинговая модель – с центром закупочной деятельности и объединяющим на этой основе самостоятельные в оперативном управлении торговые объекты. Централизованная модель представлена единым центром управления, делегирующим магазинам функции товародвижения. Гибридная модель представляет собой комбинацию централизованной и холдинговой модели. В классических торговых сетях более предпочтительны централизованная и гибридная модели внутрифирменной организации управленческих связей. В целом все операции по учету, отчетности, анализу, планированию, управлению логистикой, закупочной деятельностью сконцентрированы в едином офисе и осуществляются централизованно. В магазинах сокращение многих бизнес-функций

позволяет существенно сократить персонал и задействовать только специалистов, работающих непосредственно с покупателями.

В торговых сетях осуществляется единая система закупок, применяются единые технологии завоза и реализации товаров [8]. Централизация закупочной деятельности в едином центре создает объективные возможности для закупки товаров по максимально низким ценам необходимого ассортимента и высокого качества. Закупки производятся у предприятий-изготовителей, минуя оптовое звено, что позволяет сетям диктовать поставщикам свои условия в отношении условий и сроков поставок, формы оплаты, возврата некачественных товаров. Централизация закупочной деятельности и товарных потоков способствует прозрачности сделок, сокращению расходов на логистическое сопровождение, ускорению оборачиваемости товарных запасов и создает потенциальные возможности для снижения цен на реализуемые товары. Централизация и консолидация закупочной деятельности приносят самый быстрый и ощутимый экономический эффект.

Идентичность торгово-технологических связей реализуется в единстве ценовой и ассортиментной политики, аналогичности торговых форматов, стандартизации торговых процессов, что позволяет торговым объектам классической торговой сети работать по единым правилам, быть под единой торговой маркой. Важно выдерживать единые стандарты, стиль, дизайн и единую технологию формирования ассортимента, ценовой политики, продаж товаров. В совокупности идентичность торгово-технологических и символических связей дают возможность стандартизировать и унифицировать продажи, ассортимент товаров, обеспечивать узнаваемость магазинов сети вне зависимости от их местонахождения, создать собственный бренд для покупателей.

Основной эффект торговых сетей состоит в экономии от масштабов бизнеса, при котором с ростом объемов продаж, числа магазинов, торговых площадей средние расходы на еди-

ницу выручки сокращаются. Эффект масштаба позволяет не только снизить издержки, но и получить выгоды от специализации, повышения эффективности рекламной политики, мобилизации финансовых ресурсов и финансовой мощи, снизить расходы на управление и добиться значительного эффекта от логистики, централизованной и консолидированной закупочной деятельности.

Следовательно, идентификация торговых сетей показывает, что торговые сети – это крупные интегрированные отраслевые корпорации на основе единой собственности в результате традиционных способов интеграции, представленные ведущими мировыми и отечественными ритейлерами. В этой связи торговые сети можно отнести, по нашему мнению, к классическим торговым сетям, модель которых предпочтительна для международных и федеральных сетей.

Применительно к потребительскому рынку территории, по нашему мнению, целесообразно развивать не только торговые сети в классическом понимании и построении сетевого ритейла, но и торговых бизнес-сетей, что нуждается в дальнейшем исследовании

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Российская Федерация. Законы. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ // – . – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/-online.cgi?req=-doc;base=LAW;n=108367> [Дата обращения 14.08.2011 г.].

2. ГОСТ Р 51303-99. Торговля. Термины и определения нормативных документов, регламентирующих предоставление услуг розничной торговли // Минторг России / Легкая промышленность и бытовое обслуживание, 2011. – С. 359-369.

3. Ивашкин, М. В. Управление торговыми сетями на потребительском рынке : автореф. на соискание ученой степени д. экон. наук / М. В. Ивашкин. – Хабаровск, 2006. – 33 с.
4. Котельникова, З. В. Развитие розничных сетей как системообразующий элемент трансформации торговли (на примере продовольственного сектора) / З. В. Котельникова // Эволюция торговых форматов в российском продуктах ритейле / отв. ред. В. В. Радаев. – М. : ГУ ВШЭ, 2008. – С. 29-60.
5. Варианты создания торговых сетей / А. А. Наговицин // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. Вып. 2 (26). – 2008. – С. 206–210.
6. Петропавлов, И. А. Развитие сетевых форм организации экономики в современных хозяйственных системах / И. А. Петропавлов. – М. : МАКС Пресс, 2006 – 332 с.
7. Радаев, В. В. Захват российских территорий: новая конкурентная ситуация в розничной торговле / В. В. Радаев. – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 220 с.
8. Телятников, Э. Н. Торговля: формы и методы в условиях глобализации / Э. Н. Телятников. – Новосибирск : Сибирское соглашение, 2006. – 168 с.
9. Хурцилава, В. С. Роль и перспективы сетевой торговли в регионе / В. С. Хурцилава. – М. : МАКС Пресс, 2004. – 23 с.
10. Чкалова, О. В. Формирование и развитие розничной торговой сети в мегаполисе / О. В. Чкалова. – Н. Новгород : Нижегородский университет им. Н. И. Лобачевского, 2003 – 231 с.

© Шоленинова Г.В., 2012

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Г. В. Шоленинова

**Оценка закупочной деятельности оптового
предприятия ИП «Буянов Р. С»**

В статье дан краткий литературный обзор нового подхода к организации закупочной деятельности в условиях рынка, определена роль маркетинговых исследований, представлены результаты исследований оптовой продажи товаров как основного показателя закупочной деятельности, даны оценка закупочной работы и рекомендации по совершенствованию.

Закупочная работа является основой коммерческой деятельности в торговле. С неё, по существу, начинается коммерческая работа. По своей экономической природе закупки представляют собой оптовый или мелкооптовый товарооборот, осуществляемый субъектами торговой деятельности с целью последующей перепродажи закупленных товаров.

Рационально организованные оптовые закупки дают возможность сформировать необходимый торговый ассортимент товаров для снабжения населения или розничной торговой сети, осуществлять воздействие на производителей товаров в соответствии с требованиями покупательского спроса, обеспечивать эффективную работу торгового предприятия.

В рыночных условиях формы и методы закупочной работы претерпели существенные изменения, на смену методам централизованного распределения товарных ресурсов пришла рыночная практика свободной купли-продажи товаров по ценам спроса и предложения. Поэтому коммерческая

инициатива торговых работников по вовлечению в товарооборот максимальных товарных ресурсов с целью получения необходимой прибыли, должна сочетаться с заботой о конечных покупателях, учетом их платежеспособности, предоставлением населению возможности приобрести товары по доступным ценам [4].

Выбор формы закупок зависит от степени сложности ассортимента продукта, от набора комплектующих изделий.

Основными формами закупок являются:

- закупки большими партиями (оптовые закупки);
- периодические закупки небольшими партиями;
- различные комбинации перечисленных методов и закупка по мере необходимости.

Рассмотрим наиболее часто встречающиеся формы [3]:

1. Закупка товара одной партией. Преимущества оптовой поставки заключаются в простоте оформления документов, гарантии поставки всей партии, повышении торговых скидок из-за приобретения товара большой партией. Недостатком является большая потребность в складских помещениях, замедление оборачиваемости капитала.

2. Периодические закупки небольшими партиями. Покупатель заказывает необходимое количество товара, которое поставляется ему партиями в течение определенного отрезка времени. Преимущества такой формы закупки заключаются в ускорении процесса оборачиваемости капитала, так как товар оплачивается по мере его поступления. Достигается экономия на процессе хранения и складских помещениях, сокращаются затраты на документирование поставки, поскольку оформляется только один заказ на всю поставку. Недостатком этой формы является вероятность заказа излишнего количества, необходимость оплаты всей партии товара сразу.

3. Ежедневные или ежемесячные закупки по котиловочным ведомостям. Закупаются дешевые и быстро реализуемые товары. Котиловочная ведомость содержит сведения о полном перечне товаров, количестве имеющегося на складе товара, а

также требуемом количестве товара. Преимущество данной формы - ускорение оборачиваемости капитала, своевременность поставок и снижение затрат на складские операции.

4. Получение товара по мере необходимости. Количество закупок здесь не устанавливается, а определяется приблизительно. Поставщики уточняют с покупателем объем поставки перед выполнением каждого заказа. Поставленное количество товара подлежит оплате. Преимущество - отсутствие конкретных обязательств по покупке определенного количества, ускорение оборота капитала, небольшое количество работы по оформлению документов.

5. Закупка товаров с немедленной сдачей. Товар заказывается по мере необходимости и привозится непосредственно со складов поставщиков. Недостаток данной формы закупки - увеличение издержек, связанных с необходимостью скрупулезного оформления документов при каждом заказе, увеличением количества поставщиков.

В современных условиях коммерческая работа по оптовым закупкам товаров осуществляется на принципах современного маркетинга. С помощью маркетинга коммерческие специалисты, руководители, получают необходимую информацию о том, какие изделия и почему желают покупать потребители, о ценах, которые потребители готовы заплатить, в каких регионах спрос на данные изделия наиболее высокий, где сбыт или закупка продукции может принести наибольшую прибыль [1].

Изучение и прогнозирование покупательского спроса является необходимым маркетинговым условием для проведения успешной коммерческой работы по закупкам товаров. Маркетинговая наука выработала целый арсенал средств и способов изучения и прогнозирования покупательского спроса, которые необходимо использовать при организации оптовых закупок товаров.

В процессе маркетинговых исследований рынка сбыта выделяются следующие этапы:

➤ Оценка конкурентных отношений. Здесь важно выяснить, насколько сильны конкуренты, какова их стратегия продвижения товара на рынок, возможно ли сотрудничество с ними.

➤ Сбор информации о потенциальных потребителях предлагаемой продукции. В качестве способов получения первичных данных о потребителях можно выбрать наблюдение, опрос, личное общение, эксперимент, опрос. После того как первичная информация собрана, можно выявить группу клиентов, которым и будут предназначаться те или иные товары либо услуги. Клиентов необходимо разделить на группы, после чего определить потребности каждой группы, а также разработать способы удовлетворения этих потребностей.

➤ Факторный анализ - определяются факторы, которые влияют на увеличение, либо уменьшение покупательской способности. Данные факторы помогают описать поведение клиентов и осуществить планирование сбыта продукции.

➤ Анализ внешней среды предприятия – учитываются факторы внешней среды (PEST-анализ).

➤ Анализ возможных способов продвижения товаров или услуг на рынок, а также каналов сбыта, способов его стимулирования. Разрабатывается стратегия, согласно которой будет проводиться рекламная кампания [1].

Все результаты, полученные в ходе анализа, должны быть сведены воедино, затем оформляется аналитический отчет.

Таким образом, маркетинговые исследования рынка сбыта являются неотъемлемой частью коммерческой деятельности торгового предприятия. От того, насколько грамотно проведены исследования, зависит эффективность закупочной деятельности предприятия.

Актуальным становится систематическое выявление и изучение источников закупки и поставщиков товара. Выбор поставщика является одной из наиболее важных задач закупочной работы предприятия. Исследования показывают, что во многих компаниях мира, по крайней мере, 50 % проблем,

связанных с качеством товаров и услуг, которыми их обеспечили поставщики.

Возможны два направления выбора поставщика:

➤ Выбор поставщика из числа компаний, которые уже были ранее поставщиками (или являются ими) и с которыми уже установлены деловые отношения.

➤ Выбор нового поставщика. Можно сформулировать следующие главные критерии, на которых рекомендуется строить систему выбора коммерческих партнеров.

➤ В качестве основного критерия выбора следует выдвигать качество продукции. Если с данными поставщиками уже были установлены деловые отношения, то желательно проанализировать статистику поставки забракованных товаров [3].

➤ Надежность поставщика – достаточно емкий критерий, включающий следующие параметры: честность, отзывчивость, обязанность, заинтересованность в ведении бизнеса с вашей фирмой, финансовая стабильность, репутация в своей сфере, соблюдение ранее установленных объемов поставки готовой продукции.

➤ Цена продукции, где учитываются все затраты на закупку готовой продукции, включая транспортировку, административные расходы, риск изменения курсов валют, таможенные пошлины.

➤ Качество обслуживания. Оценка по данному критерию требуется сбор информации у достаточно широкого круга лиц из различных подразделений компании и сторонних источников.

➤ Условия платежа и возможность внеплановых поставок. В бизнесе случаются ситуации, требующие внеплановых поставок или отсрочки платежа. Поэтому поставщики, предлагающие выгодные условия платежа (например, с возможностью получения отсрочки, кредита) и гарантирующие возможность получения внеплановых поставок, позволяют избегать многих проблем снабжения.

Традиционные методы поиска, анализа и выбора поставщиков в последнее время дополняется новыми формами и методами. Рассмотрим методы, наиболее используемые в настоящее время:

1. Метод рейтинговых оценок. Выбираются основные критерии выбора поставщика, далее устанавливается их значимость экспертным путем (табл. 1).

Таблица 1

Выбор поставщика методом рейтинговых оценок

Критерий выбора	Удельный вес критерия	Оценка значения критерия по 10-бальной шкале	Произведение удельного веса критерия на оценку
1. Надежность поставки	0,30	7	2,1
2. Цена	0,25	6	1,5
3. Качество товара	0,15	8	1,2
4. Условия платежа	0,15	4	0,6
5. Возможность внеплановых поставок	0,10	7	0,7
6. Финансовое состояние поставщика	0,05	4	0,2
Итого	1		6,3

Высчитывается значение рейтинга по каждому критерию путем произведения удельного веса критерия на его экспертную балльную оценку (например, по 10-бальной системе) для данного поставщика. Далее суммируют полученные значения рейтинга по всем критериям и получают итоговый рейтинг для конкретного поставщика. Сравнивая полученные значения рейтинга для разных поставщиков,

определяют наилучшего партнера. Если рейтинговая оценка дает одинаковые результаты для двух и более поставщиков по основным критериям, то процедуру повторяют с использованием дополнительных критериев. Следует заметить, что при обращении к потенциальным поставщикам трудно, а иногда практически невозможно, получить объективные данные, необходимые для работы экспертов [3].

2. Метод оценки затрат, иногда называют «методом миссий». Весь исследуемый процесс снабжения делится на несколько возможных вариантов (миссий), и для каждого рассчитываются все расходы и доходы. В результате получают данные для сравнения и выбора вариантов решений (миссий). Для каждого поставщика рассчитываются все возможные издержки, доходы и коммерческие риски. Затем из набора вариантов (миссий), по критерию общей прибыли, выбирается наиболее «рациональный». По существу это – разновидность метода ранжирования (критериев) по стоимости. Метод интересен с точки зрения стоимостной оценки и позволяет определять «стоимость» выбора поставщика. Недостаток метода - он требует большого объема информации и анализа по каждому поставщику.

3. Метод доминирующих характеристик. Метод состоит в сосредоточении на одном выбранном параметре (критерии): наиболее низкая цена, наилучшее качество и др., Преимущество метода – в простоте, а недостаток – в игнорировании остальных факторов - критериев отбора.

4. Метод категорий предпочтения. В этом случае оценка поставщика, в том числе и выбор способа его оценки, зависит от информации, состоящей из многих подразделений фирмы. Инженерные службы дают свою оценку способности поставщика производить высокотехнологическую продукцию и могут компетентно судить о ее качестве. Диспетчерская докладывает о сроках доставки закупаемых товаров. Производственные отделы – о простоте и удобстве пользования материальных ресурсов в производственном

процессе. Такой метод подразумевает наличие обширной и разнообразной информации из множества источников, которая позволяет рассматривать каждый фактор наравне с остальными, в то время как для фирмы, возможно, какой-то фактор является ключевым, например, простота использования продукции в производственном процессе [4].

Несмотря на многообразие критерий и методов оценки коммерческих партнеров, установление системы критериев для первоначального отбора поставщиков зависит от маркетинговой (производственной) и коммерческой стратегии конкретной фирмы. Необходимо также иметь в виду, что система критериев выбора поставщиков является динамичной (особенно в условиях нестабильной экономической ситуации). Для выбора поставщиков в большинстве случаев применяется рейтинговая оценка их соответствия критериям/факторам. В системе установленных критериев может отвечать несколько поставщиков. В этом случае необходимо их ранжировать, опираясь на влияние непосредственных контактов с представителями поставщиков. Окончательный выбор поставщика производится специалистом, принимающим решение в отделе логистики (закупок), и, как правило, не может быть полностью формализован.

Таким образом, закупочная деятельность охватывает информационную и управленческую деятельность, процессы транспортировки и хранения товаров, интеграция которых позволяет осуществлять надежное и качественное обеспечение коммерческих предприятий нужными товарами. Одним из важнейших этапов закупочной работы является установление хозяйственных связей с поставщиками. При этом существенно повышается роль договоров поставки товаров [2].

Успешное осуществление коммерческой деятельности зависит от своевременного исполнения обязанностей сторонами договора. Поэтому важной частью коммерческой работы является организация повседневного контроля исполнения договоров и хода поставки товаров. Это позволяет обеспечивать

своевременное и бесперебойное поступление товаров в согласованном ассортименте, надлежащего качества и в предусмотренном количестве. Исполнение договоров поставки товаров контролируется по общему объему, развернутому ассортименту, срокам поставки, качеству и комплектности поставляемых товаров, соблюдению транспортных условий, расчётной дисциплины.

Объектом исследования послужило оптовое предприятие индивидуального предпринимателя «Буянов Р.С.». Предмет исследования – закупочная работа предприятия. Исследуемое предприятие является коммерческой организацией, цель создания – получение прибыли. Предприятие осуществляет коммерческую деятельность более шести лет на оптовом рынке Забайкальского края. Основные направления деятельности: закупка товаров, оптовая продажа, товарообменные операции кондитерских изделий.

Предприятие является официальным представителем крупных производителей России, заключает гражданско-правовые сделки, в том числе коммерческие договоры. Конкурентная среда предприятия представлена основными субъектами рынка:

1. ООО «СОВЕЛТРЕЙД» - осуществляет продажу продовольственных товаров, в том числе кондитерских изделий, является официальным представителем крупных производителей – бренд компании ООО «Яшкино», ОАО «Конфи», ООО «Сладко», ОАО «АКФ», и ООО "Славянка-Торг».

2. ИП Бажин Е. О. - продажа продовольственных и непродовольственных товаров, в том числе кондитерских изделий, является официальным представителем крупных производителей ООО «Рошен».

3. ИП Иванов В. Е. - продажа продовольственных и непродовольственных товаров, в том числе кондитерских изделий, является официальным представителем крупных производителей бренда компании «Россия», ООО «ПЕКО», и др.

Торговый ассортимент предприятия включает четыре группы товаров: хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, консервы, соки и минеральные воды. Закупка товаров осуществляется у различных поставщиков. Из них, крупными являются: ПК «Черногорский», ОАО «Завод Алешина», ООО «Славянка-Торг», ОАО «Ниагара».

В 2010 г. объем закупок в сравнении с 2009г. существенно увеличился у таких поставщиков как ОАО «Ниагара» – на 77 %, «Славянка-торг» – на 40 %, что свидетельствует о достаточно эффективной коммерческой работе, устанавливая прямые хозяйственные связи с поставщиками товаров.

Основными оптовыми покупателями являются ИП Салапина Е. С., ИП Бажин Е. О., ИП Иванов В. Е., ТД «Читинка», ИП Микашева Е. С.

Оценивая закупочную деятельность, нами проанализированы основные экономические показатели коммерческой деятельности за период 2009-2010 гг. Анализ показал, что в 2010 г. оптовый товарооборот, в сравнении с 2009 г., увеличился на 19,5 %, прибыль – на 16 % при темпе роста расходов 20,4 %. Причина – разработка новых сегментов Забайкальского края и модернизации технологических процессов. Рентабельность на каждый вложенный рубль снизилась на 0,7 копеек. Более наглядно динамика показателей представлена на рисунке 1.

В целом, указанные данные характеризуют достаточно высокий уровень организации коммерческой деятельности по закупке товаров у поставщиков.

Для рациональной организации закупок на оптовом предприятии установлена программа 1С «Торговля и склад», составляются аналитические отчеты по планированию закупок, разрабатываются мотивационные системы по оплате труда.

Организация закупок товаров начинается с разработки товарной политики, цель – сформировать рациональный ассортимент товаров для извлечения прибыли и удержания завоеванных сегментов.

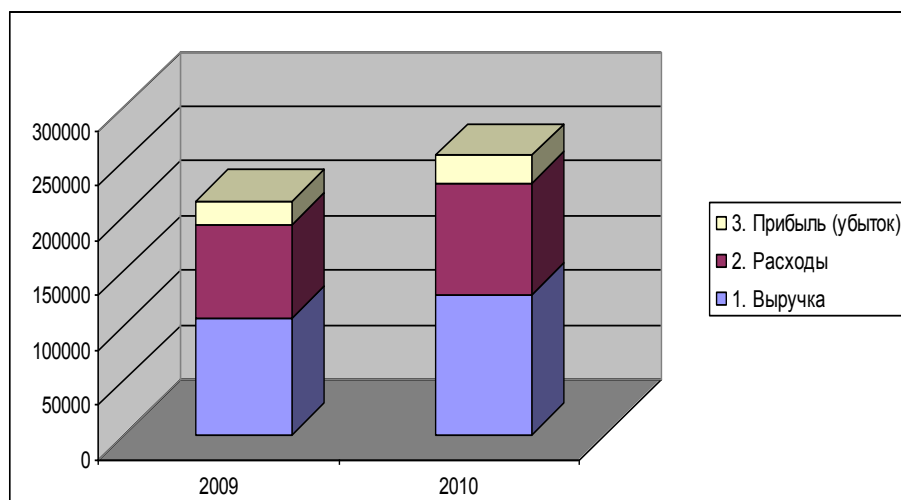


Рис. 1 Динамика основных экономических показателей за период 2009-2010 г.г.

Установлено, что в 2010 г., по сравнению с 2009г., увеличение ассортимента произошло за счет поставки товаров-новинок от основных поставщиков: ООО «Славянка-Торг», «Шоколад»; ОАО «Завод Алешино», «Ниагара»; ПК «Черногорский», ИП Маров Е. С. В результате исследования ассортиментной политики установлено, что коэффициент рациональности по баранке и бараночным изделиям равен 0,45, следовательно, ассортимент бараночных изделий нерационален.

С целью выявления потребности в товарных ресурсах, логист формирует отчет по планированию закупок товара, основываясь на продажах предыдущих периодов. В отчете устанавливаются позиции: количество товара в базовых единицах (упаковках), наличие данного товара по дням за год, автоматически высчитывается средняя продажа в день. Следует заметить, что здесь не учитывается сезонность продажи товара. В связи с этим, менеджер по закупке товара, корректирует изменение, с целью установления планов продаж на заданный период.

Значительное внимание уделяется выбору поставщиков товаров. Поиск потенциальных поставщиков, заключение договоров и сделок, осуществляется на ярмарках и через Интернет.

Важнейшее достоинство ярмарки для покупателя – это возможность рассмотреть товар. Представитель торгового предприятия сравнивает между собой однородные товары, качественные характеристики, рекламную литературу и составляет мнение об уровне товара, ближайших перспективах торговли. Сведение о товарах и услугах конкурирующих фирм в одном месте и в одно время, наличие у них одинаковых условий для представления собственной продукции, привлечение путем широкого информирования максимального числа потенциальных потребителей данной продукции – это факторы, позволяющие заключить, что ярмарка основное место для выгодного заключения договора поставки.

На ярмарке покупатели знакомятся с дегустационными образцами продукта, проектом договора поставки, ассортиментным перечнем и спецификациями. Окончательный выбор поставщика-изготовителя происходит после изучения качества продукта, его ассортимента, цены, местонахождения, условий поставки товара и надежности поставщика.

Кроме того, в течение календарного года на электронный адрес ИП «Буянов Р. С.» поступают от фирм-производителей коммерческие предложения по условиям работы и поставки продукции. После рассмотрения коммерческого предложения высылаются дегустационные образцы продукта. Предпочтения отдаются поставщику-изготовителю после изучения качества предлагаемого товара. В данном случае заключение договора поставки осуществляется через интернет. Договор поставки, подписанный поставщиком, сканируется и отправляется на электронный адрес покупателя, после подписания покупатель сканирует договор и отправляет на электронный адрес поставщика. Договоры составляются в двух экземплярах, подписываются двумя сторонами: руководителями предприятия или лицами, имеющими доверенность на подписание договора, указывается дата его подписания, скрепляется печатью и отправляются по почте. Работа по за-

купке товара начинается сразу после подписания договор в электронном виде.

Закупка товаров также осуществляется на основании дистрибьюторского договора-поставки. В договоре устанавливается график поставки товаров (месячный). С согласия покупателя может производиться досрочная поставка товаров, которая засчитывается в счет количества товаров, подлежащих поставке в следующем периоде. В обязательном порядке указываются условия поставки товара, поставщик обязан согласовать с покупателем вид транспорта, кроме того, указываются дополнительные обязанности сторон.

Для более объективной оценки закупочной деятельности были проведены маркетинговые исследования рынка сбыта баранки и бараночных изделий, которые занимают третью часть товарооборота.

Цель исследования – оценить отношения оптовых покупателей к бараночной продукции ПК «Завода Алешина». Задачи исследования: определить емкость рынка, долю предприятия на оптовом рынке, состав конкурентной среды, выявить причины, устранение которых позволят повысить объем реализации продукции, определить ассортимент товарной группы.

Для изучения спроса была составлена анкета, опрошено 42 респондента. Установлено, что 44,7 % от опрошенных респондентов, предпочитают покупать баранки и бараночные изделия «Завода Алешина», ООО «Кенон» – 29,4 %. Незначительный процент приходится на КД «Северная звезда» и ИП «Зарянова К. Р.».

Следовательно, доля рынка, которую занимает исследуемое предприятие на оптовом рынке г. Чита, составляет по результатам проведенного опроса, 44,7 %, – это достаточно весомый показатель деятельности предприятия, учитывая, что на остальные компании, а их ещё 6, приходится 55,3 %, занимаемого рынка сбыта (рис. 2).

Мотивы предпочтения покупателей баранки и бараночных изделий распределились следующим образом: качество –

40,5 %, упаковка – 9 %, хорошие личные отношения с представителями фирмы – 4,76 % (рис. 3).

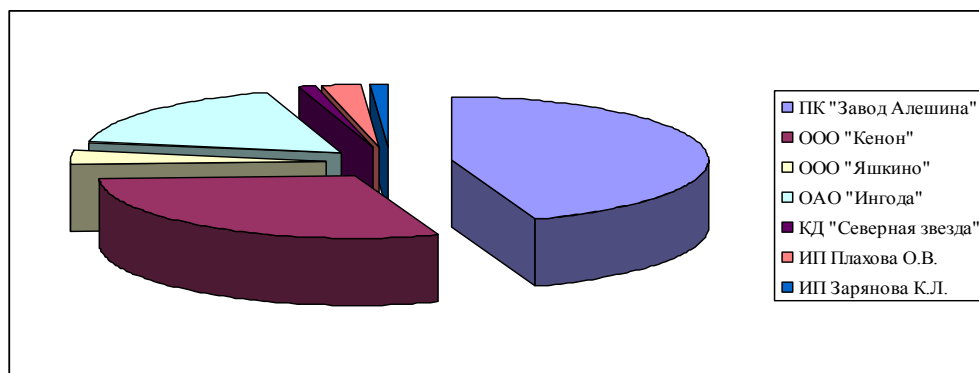


Рис. 2 Доля присутствия каждой отдельной фирмы на рынке г. Читы

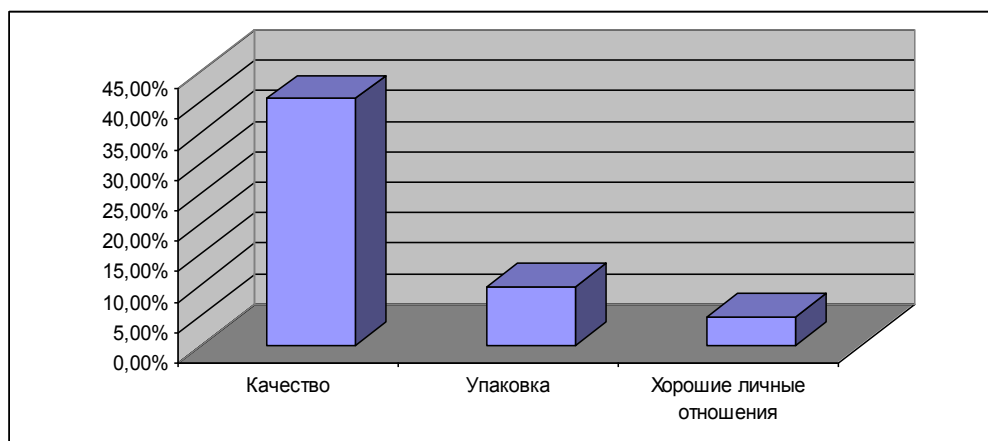


Рис. 3 Мотивы предпочтения продукции «Завода Алешина»

Виды бараночных изделий, закупаемые у ИП «Буянов Р.С» – это баранка – 78,5 %, бублик – 76,19 %, сушка – 64,3 %, соломка – 45,2 %. Бараночные изделия, пользующиеся наибольшим спросом у покупателей: 73,8 % опрошенных респондентов ответили, что это бублик, 71,4 % – баранка, 61,9 % – соломка, 45,24 % – сушка.

Обобщая результат исследования, необходимо сделать следующий вывод: общий потенциал рынка бараночных изделий, согласно расчетам, составляет 53 583 кг/месяц, на дан-

ный момент фирма реализует 19 996 кг/месяц. Качество продукции оценено 4,6 балами по 5-ти бальной системе, внешний вид - 4,3 бала, слабым звеном в оценке потребительских свойств, оказалась упаковка, она получила 3,6 бала. Наибольшим спросом пользуются бублик и баранка.

Для увеличения спроса на данную группу продукции, можно предложить проведение рекламных акций, промо-акций непосредственно в торговых организациях, дать рекламу продукции на радио и телевидению.

На организацию продажи сушки и баранки влияет сезон года. Летом баранка пользуется меньшим спросом, но повышается спрос на сушку, однако осенью и весной повышается спрос на баранку. Такое колебание продажи требует более детальной оценки в организации закупок бараночных изделий. Необходимо учитывать специфику продукта при заказе товара, основываясь на анализе ABC. На продукцию, которая составляет основной товарооборот, необходимо поддерживать постоянный товарный запас, избегать «вымывание» ассортимента.

Обобщая результаты исследования закупочной деятельности оптового предприятия в целом, необходимо сделать следующий вывод: ИП «Буянов Р.С.», осуществляя коммерческую деятельность на рынке г. Читы и Забайкальского края, занимает достаточно устойчивую позицию. В обеспечении коммерческого успеха немалая роль принадлежит закупочной деятельности. Можно оценить закупочную деятельность предприятия как эффективную, однако определены и слабые стороны в закупочной деятельности, а именно:

- недостаточно проводятся маркетинговые исследования;
- при создании страхового запаса, логист не применяет новые методы расчета, поэтому невозможно учитывать сезонность товара, жизненный цикл товара;
- недостаточно используются средства рекламы.
- на предприятии нет юриста, который бы отслеживал условия выполнения договора, как поставщиками, так и клиентами;

Для постоянного совершенствования закупочной деятельности необходимо постоянно анализировать поэтапную систему закупочной деятельности товаров, следить за развитием закупочной деятельности в современном мире и уметь внедрять инновации на предприятии.

Внедрение новых методов расчета, постоянный анализ конъюнктуры рынка позволит скоординировать работу закупочной системы предприятия, восполнить недостающее предложение на рынке, закрепить занимаемые позиции за торговой компанией. Своевременное восполнение потребностей рынка принесет стабильную прибыль фирме.

Коммерческая деятельность тесно связана с конечными результатами работы торговой организации – чем эффективнее организована закупка товара, тем выше его конкурентоспособность. Поэтому необходимо не только непрерывно осуществлять закупочную деятельность по всем ее направлениям, но и постоянно проводить оценку ее эффективности. В настоящее время не существует единой системы показателей, по которым можно наиболее полно провести оценку эффективности закупочной деятельности торговой организации. Исходя из сущности и содержания коммерческой деятельности, целесообразно проводить оценку ее эффективности в оптовой торговле, как в целом, так и по закупу конкретного товара.

С целью совершенствования закупочной деятельности нами разработаны и частично уже внедрены следующие рекомендации:

- расширить ассортимент баранки и бараночных изделий, используя результаты маркетинговых исследований и активной работы с заводами-изготовителями;
- применять новые методы расчета для определения страхового запаса. Например, использовать «двухфакторную матрицу Разгуляева», которая позволит учитывать сезонность и жизненный цикл товара;

➤ усилить контроль выполнения договорных обязательств, как поставщиков, так и покупателей, необходимо включить в штатное расписание юриста.

Предложенные рекомендации по совершенствованию закупочной работы позволят повысить уровень конкурентоспособности предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Беляев, В. И. Маркетинг : основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. – М. : КНОРУС, 2005. – 672 с.
2. Бурдаева, Е. С. Коммерческие закупки: взгляд изнутри / Е. С. Бурдаева, – СПб. : Питер, 2008. – 336 с.
3. Памбухчиянц, О. В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – М. : Дашков и К, 2010. – 640 с.
4. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность деятельности : учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова – М. : Дашков и К, 2010. – 500 с.
5. Третьяк, С. Н. Коммерческая деятельность: Принципы организации и управления в системе «Покупатель-Продавец» : [Электронный ресурс]. – Хабаровск, 2010. – . – Режим доступа : <http://www.aup.ru/books/m164/5>.
6. Практический материал оптового предприятия ИП «Буянов Р.С.» за период 2009-2010 г.г.

© Ялина Н. В., 2012

УДК 334.012.34
ББК 65.422

Н. В. Ялина

**Инновационные кластеры в промышленности
и экономические основы их формирования
(на примере Забайкальского края)**

В статье рассматриваются принципы и методология создания кластеров в промышленности, их формы организации промышленного производства, которые являются основой кластерных моделей

В условиях структурных сдвигов в российской экономике, формирования новых межотраслевых и воспроизводственных пропорций, сырьевого кризиса, и повышения стоимости сырья усложняется инвестиционный процесс, значительно растут издержки производства, дорожают воспроизводственные процессы. Такое развитие событий объективно стимулирует экономические субъекты на поиск новых форм организации производства.

Усиление конкуренции, развитие новых форм общественного спроса, освоение новых видов и образцов техники и принципиально новых технологических процессов приводит к изменению сложившихся в экономике пропорций путем:

- развития секторов наукоемких производств;
- модернизации и реконструкции традиционных ведущих отраслей;
- смены производимой продукции.

Активной модернизации национального хозяйства, оптимизации взаимодействия отраслей способствуют инновационные кластеры. Применительно к экономике кластер представляет собой объединение промышленных предприятий родст-

венных отраслей, которые в совокупности становятся участниками цепочки создания добавленной стоимости.

Одним из условий эффективного функционирования кластера является территориальная близость всех его элементов.

Поддерживающие отрасли могут охватывать:

- высшие учебные заведения края;
- центры повышения квалификации и подготовки кадров;
- сбытовые организации.

В процессе функционирования кластера участвуют различные рыночные институты: финансовые, правовые, профессиональной поддержки малого и среднего бизнеса и т. д.

Согласно теории американского экономиста Майкла Портера, кластер – это краеугольный камень теории конкурентных преимуществ [1, 210-215]. По Портеру, любой экономический субъект страны располагает только ему присущим набором преимуществ, формируемым на основе:

- уровня производительности труда;
- количества и качества природных ресурсов;
- качества трудовых ресурсов;
- качества производимых товаров и услуг;
- искусства управления и др.

Ключевое место в теории Портера отводится «национальному ромбу» - четырем основным факторам конкурентоспособности региона, которые создают конкурентную среду организаций и продвигают бизнес, либо наоборот, препятствуют формированию конкурентных преимуществ. Такими факторами, по Портеру, являются:

- обеспеченность средствами производства;
- стратегия организаций, структура и конкуренция;
- условия спроса;
- родственные и поддерживающие отрасли.

Забайкальский край, на наш взгляд, располагает всем необходимым промышленным потенциалом для создания кластеров.

Охарактеризуем его ведущие производства.

Цветная металлургия. Цветная металлургия в Забайкалье в настоящее время не является сбалансированным комплексом. Её развитие характеризуется неоднородностью, приводящей к значительным структурным изменениям, при которых относительно благополучным выглядит металлургический передел при резком падении, как объемов добычи сырья, так и производства проката цветных металлов.

В перечне цветных металлов в недрах области доминирует медь. Практически пятая часть запасов меди России сосредоточена на уникальном Удоканском месторождении медистых песчанников. Перспективы его освоения значительно повысились в связи со строительством железнодорожной ветки Чара-Чина. В последние годы наметились благоприятные перспективы создания новой крупной сырьевой базы меди на юго-востоке области за счет месторождений медно-порфирового типа в скарнах (Быстринское, Лугоканское, Култуминское).

Из более чем 700 месторождений и проявлений свинца и цинка около 500 располагается в пределах ураново-золото-полиметаллического пояса в междуречье Газимура и Аргуни.

Черная металлургия. Флагман индустрии – Петровск-Забайкальский металлургический завод, специализирующийся на выпуске жести и труб. Металл экспортируется в Китай. Проект обеспечения черной металлургией Забайкалья основан на использовании железорудных месторождений Березовского кряжа. И в этом случае в качестве источника получения кокса, выгоднее всего иметь все те же южно якутские (чульманские) угли. Используются также и некоторые угольные месторождения Забайкальского края. Освоение этих ресурсов осуществляется в порядке решения общей проблемы создания черной металлургии и для Забайкалья. Железные руды Восточной Сибири пока идут лишь на вывоз в другие районы; в частности, добываемые руды Коршуновского и Абаканского месторождений целиком вывозятся в Западную Сибирь. Находящиеся в Восточной Сибири заводы черной металлургии имеют неполный цикл, они лишены доменных цехов и представлены лишь переделом.

Производство строительных материалов. На предприятиях данной отрасли производится шифер, цемент, керамические и тротуарные плитки, кирпич и др. Забайкальский край располагает достаточными запасами разнообразного сырья для выпуска строительных материалов.

Сельское хозяйство – важный сектор экономики края. В северных районах климатические условия благоприятствуют развитию животноводства, пушного промысла, овцеводства.

На юге Забайкалья выращивают пшеницу, овес, ячмень, кормовые культуры.

Сложившийся промышленный потенциал Забайкальского края позволяет создать несколько высокотехнологических кластеров (рис.1).



Рис.1. Кластеры Забайкальского края

Главными целями кластеризации экономики Забайкальского края являются:

- обеспечение высоких темпов экономического роста;
- соблюдение оптимального внешнеторгового баланса;
- повышение материального благосостояния населения;
- защита экономической системы края от внешнего негативного влияния;
- развитие интеграционных процессов в отраслях экономики;
- создание инновационных производств с высокой добавленной стоимостью;
- совершенствование системы образования и структуры занятости;
- повышение конкурентоспособности Забайкальского края и т.д.

Ориентация на создание и развитие кластеров в Забайкальском крае требует пересмотра и совершенствования общественных форм организации промышленного производства, широкого использования специализации, кооперации и комбинирования.

Специализация производства – это сосредоточение промышленного предприятия на выпуске технологически однородной продукции. В условиях глобализации специализация, с нашей точки зрения, не имеет границ, что обусловлено развитием научно-технического прогресса. Достаточно высокий уровень специализации стимулирует развитие кооперации между предприятиями как внутри одной отрасли, так и за ее пределами.

В экономическом понимании кооперирование означает создание длительных устойчивых связей между самостоятельными предприятиями в целях изготовления товарной продукции. Кооперирование является неизбежным следствием углубленной специализации производств. Создание продукции, пригодной для конечного потребления, требует тесных взаимосвязей между специализированными предприятиями, объединения их совместных усилий.

Комбинирование как форма организации производства становится естественным следствием высокого уровня концентрации, специализации и кооперации и означает соединение в рамках одного предприятия нескольких производств, относящихся к разным отраслям промышленности. Производство нескольких видов продукции на единой территории и их комбинирование обуславливают лучшее использование основных фондов, сокращение капитальных вложений во вспомогательные и обслуживающие производства.

Таким образом, кластеризация экономики Забайкальского края становится условием его успешного развития и процветания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Портер, М. Конкуренция / пер. с англ. Вильямс. – М. – 2000. – 200 с.
2. Рябцев, В. М. Конкурентоспособность российских регионов: методология оценки и сравнительного анализа : учебник / В. М. Рябцев. – Самара : СГЭА, 2008. – 128 с.
3. Селезнев, А. З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России : учебник / А. З. Селезнев. – М. : Юрист, 2009. – 384с.
4. Хамел, Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, , К. К. Прахалад. – М. : ЗАО Олимп Бизнес, 2010. – 288 с.
5. Хей, Д., Моррис, Д. Теория организации промышленности : в 2 т. / под ред. А. Г.Слущкого. – СПб. : Экономическая школа, 2009 – т. 2. – 592с.
6. Шерер, Ф., Росс, Д. Структура отраслевых рынков : пер. с англ. М. : Инфра. – М, 2010. – 130 с.

Сведения об авторах

Аверячкина Т.С.	к. ист. наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин, начальник УМО ЗИП СибУПК
Бакшеева Ю.Н.	к. юрид. наук, доцент кафедры гражданского права и процесса, декан юридического факультета ЗИП СибУПК
Городкова С.А.	д. эконом. наук, доцент, профессор кафедры экономики, директор ЗИП СибУПК
Елышева Л.Б.	к. эконом. наук, доцент кафедры экономики ЗИП СибУПК
Заборовская И.Г.	к. юрид. наук, доцент кафедры гражданского права и процесса ЗИП СибУПК
Зверев А.Ф. Алексенцева О.К.	аспирант кафедры экономики АПК ИрГСХА кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики АПК ИрГСХА
Зверев А.Ф. Гриценко О.Н.	аспирант кафедры экономики АПК ИрГСХА кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики АПК ИрГСХА
Кривченко В.Н.	к. тех. наук, доцент кафедры коммерческого товарооборота
Кузнецова Т.Н.	ст. преподаватель кафедры прикладной информатики ЗИП СибУПК
Левченко О.Ю.	к. пед. наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин ЗИП СибУПК
Линева Н.А.	к. тех. наук, доцент кафедры коммерческого товарооборота ЗИП СибУПК
Марусик А.В.	Студент 5-го курса экономического факультета
Липич О.А.	к. юрид. наук, доцент, зав. кафедрой гражданского права и процесса ЗИП СибУПК
Мальцева Е.Ю.	ст. преподаватель кафедры гражданского права и процесса ЗИП СибУПК
Попова Е.М.	к. пед. наук доцент кафедры коммерческого товарооборота
Рыжова Н.И.	к. эконом. наук, доцент кафедры социально-культурного сервиса и туризма ЗИП СибУПК
Силинская Т.А.	ст. преподаватель кафедры гражданского права и процесса ЗИП СибУПК
Степанов Н.П.	д. физ.-матем. наук, профессор, зам. директора по научной работе

Наука и предпринимательство
Выпуск 5 (2012)

Сутурина М.Н.	к. юрид. наук, доцент, зав. кафедрой уголовного права и криминалистики ЗИП СибУПК
Хмелюк Н.О.	ст. преподаватель кафедры уголовного права и криминалистики ЗИП СибУПК
Хмелюк Н.О.	ст. преподаватель кафедры уголовного права и криминалистики ЗИП СибУПК
Супрунов Д.В.	студент 3-го курса юридического факультета
Швец Е. Г.	к. истор. наук, доцент кафедры экономики ЗИП СибУПК
Шевелева О.В.	к. тех. наук, доцент кафедры коммерческого товароведения
Шнорр Ж.П.	к. эконом. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита ЧитИ БГУЭиП
Шоленинова Г.В.	к. эконом. наук, доцент кафедры коммерческого товароведения ЗИП СибУПК
Ялина Н.В.	к. эконом. наук, доцент кафедры экономики ЗИП СибУПК

=====
Наука и предпринимательство
Выпуск 5 (2012)
=====

Научное издание

НАУКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

**Сборник научных статей
преподавателей и аспирантов**

Выпуск 5

Подписано в печать 14.12.2012.

Бумага Business Xerox. Гарнитура Times New Roman.

Формат 60×84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 19,2. Тираж 1000 экз. Заказ № 5083.

Отпечатано в типографии Забайкальского института предпринимательства

Сибирского университета потребительской кооперации

672086, г. Чита, ул. Ленинградская, 16.

