



**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ
УПРАВЛЕНИЕ ПО РАЗВИТИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
АДМИНИСТРАЦИИ Г. ПЕРМИ**

**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»**

***Современный рынок товаров и услуг:
состояние и перспективы***

***Материалы Межвузовской научно-практической
конференции студентов***

20 октября 2017 г

Пермь 2017

Редакционная коллегия: – **Э.В.Воронина** (председатель),
Т.А.Мазунина (зам. председателя),
Ответственный редактор – **Т.А.Мазунина**
Ответственный за выпуск – **Э.В.Воронина**

Современный рынок товаров и услуг: состояние и перспективы: Материалы Межвузовской научно-практической конференции студентов (Пермь, октябрь 2017 г.) / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Пермь: Изд-во «Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2017. – 106с.

В сборнике представлены материалы межвузовской научно-практической конференции студентов «Современный рынок товаров и услуг: состояние и перспективы», организованной кафедрой товароведения и экспертизы товаров Пермского института (филиала) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова 20 октября 2017 года.

В сборнике рассматриваются актуальные тенденции и перспективы развития потребительского рынка товаров и услуг в современных условиях. Материалы опубликованы в авторской редакции. Материалы сборника представляют интерес для студентов и учащихся всех курсов высших и средних учебных заведений, работников торговых организаций и сферы услуг.

© Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО
«Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова», 2017

1. СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТОВАРОВ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

АНАЛИЗ РЫНКА МОЮЩИХ И ЧИСТЯЩИХ СРЕДСТВ В РОССИИ

Баландина Вероника Дмитриевна

Студентка факультета коммерции

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Симанова Ирина Марковна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Проведен анализ современных тенденций в производстве синтетических моющих средств. Показано, что рынок синтетических моющих средств динамично развивается, несмотря на экономический кризис. Основную долю в структуре ассортимента занимают стиральные порошки.

Ключевые слова: синтетические моющие средства, стиральные порошки, рынок, тенденции, ассортимент.

В настоящее время отечественный рынок моющих средств демонстрирует поистине огромный потенциал для роста и развития, ведь в России уровень потребления подобной продукции вдвое, а то и втрое ниже, чем в странах Европы. В среднем он не превышает 5 кг в год на душу населения, тогда как санитарно-гигиенические нормы предполагают 6-7 кг в год. Это значит, что сегмент промышленно-бытовой моющей и чистящей химии в России еще недостаточно насыщен. Соответственно, имеется отличная возможность укрепить и повысить свои позиции, как в сфере продаж, так и на производстве [2; 5].

Рынок чистящих и моющих средств в нашей стране снабжается в основном иностранными производителями или же отечественными предприятиями с иностранным капиталом. На такие компании в России, приходится около 65% продаж. Стоит отметить, что 53% ассортимента синтетических моющих средств занимают стиральные порошки, 20% - ополаскиватели, кондиционеры и жидкости для замачивания и ароматизации. Доля средств для мытья посуды не

превышает 10%, тогда как на хозяйственное мыло и средства для ухода за сантехникой приходится всего 5% [2; 5].

Участники рынка чистящих и моющих средств в России представлены ниже.

Американская транснациональная компания Procter & Gamble является лидером рынка. Основные бренды моющих и чистящих средств данной компании: Fairy, Tide, Ariel, Миф, Ace, Mr.Clean, Lenor, Comet, Fairy Oxi, Mr. Proper, Dreft. Несмотря на высокую долю импорта в нашей стране этот рыночный сегмент снабжается в основном силами внутреннего производства. В нашей стране более 70 компаний выпускают промышленно-бытовую химию различного назначения, большая часть из которых работает в розничном секторе. Доля продукции данной компании в общем объеме представленной на отечественных прилавках составляет более 44%. [7]

Следующую позицию занимает немецкая компания «Henkel Group». В России фирма представлена следующими брендами: моющие и чистящие средства Persil, Pril, Bref, Vernel, «Пемолюкс», «Пемос», «Ласка», «Дени», Losk, Somat, E, Clin; На рынке моющих и чистящих средств в России продукция этого бренда занимает 26% от общего объема производства [6].

Довольно известна в нашей стране компания «Recklitt Benckiser» (Великобритания), представляющая такие бренды, как Dosis, Cilit Bang, Vanish и другие. Продукцией английского производителя у нас пользуется около 14% потребителей [7].

Среди отечественных предприятий, задействованных в этом секторе, наиболее яркие успехи демонстрирует ОАО «Нэфис Косметикс» г. Казань. Производственная доля данной компании находится около 11% от общего объема производства синтетических моющих средств и мыла. Торговые марки «ViMAX», «Биолан», «Sorti» и «AOS», представленные «Нэфис Косметикс», пользуются популярностью среди 15,4% клиентов российских магазинов. Всего

несколькими позициями этому производителю уступает ЗАО «Невская косметика» [2; 5].

Российский рынок средств по уходу за домом продолжает падение в натуральном выражении, за последний год в натуральном выражении продажи снизились на 2,5% в третьем квартале 2016 года, так говорится в исследовании Nielsen.

В натуральном выражении продажи за последний год снизились на 2,5%, в то время как годом ранее сокращались на 1,6%. В свою очередь, темпы роста средней стоимости за единицу товара заметно упали: с февраля 2016 года по март 2017-го цена увеличилась на 5% к тому же периоду годом ранее, когда как год назад — на 18,3% [1; 4].

Основной вклад в динамику рынка средств по уходу за домом внесла категория стиральных порошков — крупнейшая в индустрии, доля данной категории в структуре продаж - 41%. В феврале 2016 года — марте 2017-го по сравнению с тем же периодом предыдущих годов продажи порошков снизились на 5,6% в натуральном и на 1,2% в денежном выражении. Годом ранее показатели были -0,2% и +8,8% соответственно [4].

«В свою очередь, отрицательная динамика натуральных объемов продаж подкрепляется тем, что россияне придерживаются сберегательной модели поведения и переключаются на экономное потребление. Как следствие, с одной стороны, они стали чаще делать выбор в пользу универсальных порошков вместо специализированных, предназначенных, к примеру, для цветного или белого белья. С другой стороны, наблюдается рост интереса к жидким порошкам (гелям), которые более экономно расходуются при пересчете на одну стирку», — считает Марина Лапенкова, директор по работе с глобальными компаниями «Nielsen Россия».

Тенденция переключения на универсальные средства отмечается и в отношении чистящих средств для дома. В феврале 2016 года — марте 2017-го по сравнению с тем же периодом годом ранее универсальные средства

продемонстрировали наиболее заметный среди других категорий рост продаж: +14,9% в натуральном и +20,2% в денежном выражении. В структуре продаж на рынке они занимают долю в 8,2% в денежном выражении. На категорию средств для мытья посуды приходится 9,1%, при этом за последний год ее продажи снизились на 7,1% в натуральном выражении, тогда как годом ранее росли на 4,4%. Лидирующие позиции в этом сегменте занимают торговые марки АОС (Нэфис Косметикс), Bingo (Hayat Kimiya), Fairy (Procter&Gamble), Золушка (Калина), Капля (Весна), Капля Сорти (Нэфис Косметикс). На российском рынке совокупная доля этих марок составляет более 60% в физическом выражении и 70% - в стоимостном [5].

Российский рынок чистящих и моющих средств снижается, начиная с третьего квартала 2016 года, подтвердил генеральный менеджер подразделения Henkel Laundry & Home Care Томаш Дуффек. «Граждане уже не желают покупать несколько средств для чистки разных поверхностей. А, допустим, средствами Pril или Remolux можно спокойно вымыть и стол, и пол, и кухонную плиту. Поэтому необходимость одновременно покупать три - пять разных моющих средств автоматически отпала», — объясняет ситуацию Дуффек [4].

Конечно, в разных сегментах рынка показатели не одинаковы. Например, в такой категории, как средства для посудомоечных машин, сейчас наблюдается рост около 15-20 %. Люди делают ремонты в квартирах, устанавливают на кухнях посудомоечные машины, соответственно, возрастает спрос на данную продукцию [4].

В наиболее крупных категориях — стиральные порошки, чистящие средства и средства для мытья посуды — влияние частных марок практически минимально, отмечается в исследовании. «Сетям здесь сложнее конкурировать с мировыми производителями», которые «уже располагают качественными и при этом доступными с точки зрения цены брендами», - говорит Лапенкова.

Наиболее активный рост в последнее время демонстрируют универсальные и специализированные чистящие средства с жидкой консистенцией, в основном за счет импорта. Лидирующие страны-экспортеры таких средств - Польша, Германия, Нидерланды, Великобритания, Чехия и другие [5].

Сезонность продаж на рынке чистящих средств нельзя назвать ярко выраженной. Например, чистящие средства для сантехники пользуются стабильным спросом в течение всего года. Средства же для мытья посуды активнее продаются в весенне-летний период, когда во многих домах отключают горячую воду. Также закупают чистящие и моющие средства в большем объеме в период дачного сезона [5].

Одна из важнейших тенденций рынка чистящих и моющих средств – это постоянное расширение ассортимента средств с различными отдушками. Как утверждают маркетологи, потребители всегда незамедлительно реагируют на данный фактор. Предложение на рынке средств с различными отдушками постепенно растет, в продаже появляются новинки с фруктовыми и цветочными запахами, которую также набирают популярность. Однако лидерами по-прежнему остаются традиционные ароматы в чистящих средствах – лимон, хвоя, морской бриз.

Недорогие средства являются довольно популярными среди потребителей и имеют свои преимущества, в данной категории имеется много изделий именно отечественных производителей.

В настоящее время популярность у потребителей набирают экологичные чистящие и моющие средства, такие марки как Ecol, Ecover, Synergetic, Ecoroom и другие. Некоторые из них произведены в Германии. Одно из основных преимуществ - использование только натуральных ПАВ в основном растительного происхождения. Разработанные рецептуры обладают способностью к очень быстрому биологическому расщеплению, а значит, уменьшается нагрузка на природу. О безопасности немецкой продукции также

говорит отсутствие вредных химикатов, таких как фосфат, борат, формальдегид, галогенорганические соединения, ПВХ [3].

Таким образом, можно сказать, что в настоящее время на российском рынке представлены десятки наименований малоизвестных и знаменитых чистящих и моющих средств разных наименований и стоимости. Поэтому проблема выбора стоит не только перед потребителем, но и перед производителем, а также перед специалистом, который занимается коммерческой деятельностью на рынке товаров бытовой химии.

Для правильного выбора необходимо знать не только потребительские свойства препаратов и факторов, формирующих и сохраняющих данные свойства, но и основные тенденции развития ассортимента, и критерии конкурентоспособности [2; 5].

Список литературы:

1. Галкина, С. Нам нужно быть там, где наш потребитель / С. Галкина // Сырье и упаковка. – 2017. - №5. — С. 3-5.
2. Демидова, А. Россияне сократили покупки моющих средств и бытовой химии / А. Демидова // РБК. – 2017.
3. Нагибина В. В. Сравнительный анализ рынка моющих средств/В.В. Нагибина // Молодой ученый. — 2014. — №12. — С. 93-95.
4. Фурсова, И. Условия диктует потребитель. Российский рынок бытовой химии растет, несмотря на кризис/ И. Фурсова //Российская Газета. – 2016.
5. Рынок моющих средств [Электронный ресурс] / Режим доступа: – <https://article.unipack.ru/56209/>. (дата обращения: 17.09.2017).
6. Henkel [Электронный ресурс]: Интернет-портал Henkel.- / Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Henkel> (дата обращения: 17.09.2017).
7. Procter & Gamble [Электронный ресурс]: Интернет-портал Procter & Gamble.- / https://ru.wikipedia.org/wiki/Procter_%26_Gamble (дата обращения: 17.09.2017).
8. Reckitt Benckiser [Электронный ресурс]: Интернет-портал Reckitt Benckiser.- / Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Reckitt_Benckiser (дата обращения: 17.09.2017).
9. Мазунина Т.А. Современное состояние и перспективы импортозамещения в косметической отрасли //Актуальные вопросы импортозамещения в России Материалы Всероссийской научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Пермский институт (филиал). - 2016.- С. 5-9.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ГОРОШКА ЗЕЛЕНОГО КОНСЕРВИРОВАННОГО РАЗНЫХ ФИРМ-ПРОИЗВОДИТЕЙ

Власова Ксения Юрьевна

Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Мазунина Татьяна Александровна

*кандидат фармацевтических наук, доцент, зав. кафедрой Товароведения и
экспертизы товаров*

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Лядова Инесса Игоревна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Проведен сенсорный анализ потребительских свойств нескольких образцов горошка зеленого консервированного. Установлено, что не все образцы соответствуют требованиям стандарта и обладают высокими потребительскими свойствами. Внесены предложения по выбору лучших образцов.

Ключевые слова: горошек зеленый консервированный, сенсорный анализ, контроль качества

Как известно, тенденцией для современного рынка является повышение роли конкуренции. Как правило, конкурентоспособность продукции, прежде всего, определяется тем, каким «видит» его качество потребитель, поэтому производитель стремится к расширению доли рынка, оборота и, соответственно, к обеспечению конкурентоспособности своей продукции [6].

В настоящее время, несмотря на быстрое и интенсивное развитие инструментальных методов оценки качества продуктов питания, органолептическая оценка с помощью сенсорных анализаторов человека занимает одно из главных мест среди других методов.

Сенсорный анализ является древним и широко известным способом определения качества пищевых продуктов с помощью органов чувств. Наука органолептика была сформирована во второй половине XX в. Результаты исследований и разработок успешно применяются во всем мире при производстве новых продуктов, пищевых добавок, а также с целью

прогнозирования рынка сбыта продукции при оценке приемлемости для населения новых продуктов, ароматизаторов, нетрадиционных форм пищи.

Одним из преимуществ сенсорного анализа является то, что по сравнению с современными методами лабораторного анализа он быстро, объективно и надежно дает общую оценку качества продуктов. Лабораторные методы сложны и трудоемки, продолжительны по времени и позволяют характеризовать частные признаки качества, а сенсорный контроль дает возможность быстро и целенаправленно воздействовать на каждую стадию пищевого производства.

Главное место при органолептической оценке отводится эксперту-дегустатору, который хорошо разбирается в этапах анализа, характеристиках и особенностях исследуемых продуктов, разбирается в возможностях человеческого восприятия, учитывает влияние факторов, которые оказывают влияние на изменение показателей качества в процессе хранения [5, с. 8].

Чувствительность научно организованного органолептического анализа превосходит многие лабораторные исследования, которые оценивают такие показатели, как вкус, запах и консистенция. Непрофессиональный подход к сенсорному методу анализа приводит к возникновению ошибок при оценке качества продуктов. Сенсорный анализ нацелен не только на констатирование органолептических свойств продукта, но на улучшение качества товаров.

В настоящее время люди, особенно студенты, прибегают к употреблению пищи быстрого приготовления, а именно консервированных продуктов. Главным достоинством натуральных консервированных продуктов считаются полезные свойства того или иного продукта и отсутствие ароматизаторов и красителей.

Флодоовощная промышленность перерабатывает плоды и овощи и производит их в разных формах обработки: консервные, сушеные и замороженные. Под словом консервы подразумевают пищевые продукты растительного или животного происхождения, специально переработанные для длительного хранения [3, с. 15]. Решение задач в области переработки плодов и овощей способствует совершенствованию питания населения России, а также к

повышению конкурентоспособности отечественных консервированных продуктов на рынках как внешних, так и внутренних.

На сегодняшний день совокупность торговых организаций предлагает потребителям широкий ассортимент различных овощных консервов разных фирм-изготовителей. Целью работы является осуществление сравнительной оценки потребительских свойств горошка зеленого консервированного с помощью методов сенсорного анализа.

Объектами исследования являются четыре образца горошка зеленого консервированного разных фирм-изготовителей.

Внешний осмотр образцов показал, что исследуемые образцы консервов находятся в алюминиевых лакированных сборных банках. При оценке корпуса банок не были обнаружены деформации, подтеки, зубцы, а также следы ржавчины. Швы гладкие, крышка и дно имеют плоскую поверхность, без вздутий. На внутренней поверхности банок признаков коррозии металла не было обнаружено. Этикетка исследуемых образцов была целой, чистой, аккуратно и плотно приклеена на банку.

Установлено, что маркировка всех образцов соответствует требованиям ТР ТС 022/ 2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» [1].

Органолептические показатели качества всех образцов должны соответствовать требованиям ГОСТ 54050 – 2010 «Консервы натуральные. Горошек зеленый. Технические условия» [2]. Оценивались такие органолептические показатели как: внешний вид, цвет зерен, вкус и запах, консистенция, качество заливочной жидкости.

Образцы №1, №3, № 4 имеют зерна целые без примесей оболочек зерен и кормового гороха, а в образце №2 присутствуют разваренные зерна и примеси оболочек зерен и кормового гороха коричневого цвета разных размеров. Цвет зерен у образцов №1, №3 и №4 зеленый, светло-зеленый, у образца №2 – оливковый. Вкус и запах исследуемых образцов - натуральные, свойственные консервированному зеленому горошку, без постороннего запаха и привкуса.

Консистенция образцов №1, №3, №4 – мягкая и однородная, образец №2 имеет твердую и неоднородную консистенцию. Заливочная жидкость у всех образцов прозрачная с оливковым оттенком.

Органолептические показатели исследуемых образцов №1, №3 и №4 соответствует требованиям ГОСТ Р 54050-2010 «Консервы натуральные. Горошек зеленый. Технические условия» [2], а образец №2 не соответствует требованиям данного стандарта по показателям внешний вид и консистенция. Следовательно, данный образец не будет участвовать в дальнейшем исследовании.

Сенсорный анализ включает в себя проведение дегустации. Для того чтобы измерить качество, его необходимо перевести в измеряемую величину (количество), при дегустациях применяются балловые шкалы.

Балловая шкала – это совокупность чисел и качественных характеристик, упорядоченных определенным образом и приведенных в соответствии с объектами оценки, согласно измеряемому признаку. Баллы шкалы применяют для количественных оценок, которые выражают качественный уровень признака [5, с. 92]. Разработка балловой шкалы заключалась в том, что была определена градация шкалы в зависимости от органолептических показателей качества исследуемых объектов, качества экспертов-дегустаторов, а также точности результатов и возможности описания критериев оценки [4, с. 249].

Составлена дегустационная 5-балльная шкала оценки качества горошка зеленого консервированного. Скидка баллов производилась за отклонение от требований стандартов в зависимости от их выраженности.

Все исследуемые образцы были оценены дегустационной комиссией, в состав которой входило 5 человек. В таблице 1 представлены результаты оценки экспертным методом. Для обобщения полученных оценок единичных показателей, применялась формула средней арифметической [5].

Таблица 1

Результаты оценки экспертным методом

Показатели	Коэффициент весомости	Эталон	Образцы		
			1	3	4
Внешний вид	0,20	5	2,9	4,8	4,6
Цвет зерен	0,10	5	2,9	5	4,8
Вкус и запах	0,26	5	2,8	4,8	4,6
Консистенция	0,26	5	3	4,8	4,8
Качество заливочной жидкости	0,18	5	3	5	4,8
Комплексный обобщенный показатель качества	1,0	5	2,9	4,9	4,7

Балльная оценка органолептических показателей экспертным методом позволила установить, что наибольшее количество баллов получил образец №3 - 4,9 балла. Высокое значение комплексного обобщенного показателя качества имеет образец №4, получивший 4,7 балла. Наиболее низкое значение комплексного показателя имеет образец №1 – 2,9 балла.

Проведенные исследования показали, что маркировка образцов горошка зеленого консервированного, поступающих на Пермский потребительский рынок полностью соответствуют требованиям нормативной документации. В тоже время следует отметить, что дегустационная оценка позволила выявить недостатки внешнего вида, цвета зерен, вкуса и запаха, консистенции, которые в той или иной мере присутствуют во всех образцах.

Развитие плодоовощной промышленности способствует расширению ассортимента консервов разных производителей и марок на рынках, именно поэтому возрастает роль контроля качества данных продуктов.

Список литературы:

1. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»: [утвержден решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. № 881].
2. ГОСТ Р 54050-2010 «Консервы натуральные. Горошек зеленый. Технические условия» - М.: Стандартинформ, 2011. - 12 с.
3. Елисеева Л.Г. Товароведение и экспертиза продуктов переработки плодов и овощей: Учебник для бакалавров /Л.Г. Елисеева, Т.Н. Иванова, О.В. Евдокимова. – 3-е изд. – М.: Издательского-торговая корпорация «Дашков и К», 2016 – 374 с.

4. Калачев С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для бакалавров /С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 477 с.
5. Родина Т.Г. Сенсорный анализ продовольственных товаров: учеб. для студ. высш. учеб. заведений/Т.Г.Родина. — М.: Издательский центр «Академия», 2004. — 208 с.
6. Сатонина А.О., Мазунина Т.А. Система менеджмента качества в производстве детского питания /А.О.Сатонина, Т.А.Мазунина //В сборнике: Актуальные задачи управления качеством и конкурентоспособностью продукции в современных условиях материалы международной научно-практической конференции. Казанский кооперативный институт (филиал) АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации». - Европейский университет Молдовы. - 2016. - С. 72-73.

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА УПАКОВОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Калинина Мария Михайловна

*Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова,
г. Пермь*

Мазунина Татьяна Александровна

*к.фарм.н., доцент, зав. кафедрой товароведения и экспертизы товаров
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Аннотация

Проведен анализ современных тенденций в производстве упаковки и упаковочных материалов. Показано, что создание новых видов упаковки направлено в основном на расширение ассортимента упаковки, ориентированной на импортозамещение. Показана роль региональных производителей в этом процессе.

Ключевые слова: упаковка, упаковочные материалы, рынок, тенденции, ассортимент

Благодаря маркетинговым исследованиям удалось выяснить, что потребитель до 60% всех своих решений о выборе какого-либо товара принимает на месте, в торговой точке у прилавка [3]. В этом случае большое значение играет упаковка. В связи с этим задача специалистов, участвующих в разработке упаковки, заключается в знании и способности учитывать все функциональные, коммерческие и эстетические характеристики товара. В настоящий момент функции упаковки не ограничиваются лишь обеспечением сохранности изделия, их гигиеничности. К упаковке предъявляются требования, заключающиеся в

облегчении обращения с товарами, обеспечении максимальной экономичности процесса обработки и упаковывания товаров при их распределении, транспортировании, складировании и размещении в торговой точке. Не менее важно, что упаковка должна информировать потребителя о характеристиках товара, способе потребления изделия и т.д. Теперь упаковка становится мощнейшим средством маркетинга и рекламы изделий. Благодаря удачной упаковке становится шире объем продаваемой продукции, появляются перспективы роста производства упаковки и, следовательно, увеличивается прибыль. По своей сути упаковка является системой взаимосвязи производителя, продавца и конечного потребителя готовой продукции.

Упаковочная индустрия является одним из наиболее крупных и конкурентных секторов мировой экономики, являющийся стабильным и быстро развивающимся. Однако упаковочная индустрия сильно зависит от цен на оборудование, материалы, а также от уровня спроса со стороны основных заказчиков упаковки. Международные и национальные экологические нормы заставляют производителей идти по пути консолидации, добиваясь снижения затрат путем использования перерабатываемых материалов при производстве, новых технологических и маркетинговых решений в упаковочной индустрии[4]. Данные мирового потребления упаковочной продукции на потребительские товары отображены на рисунке 1.

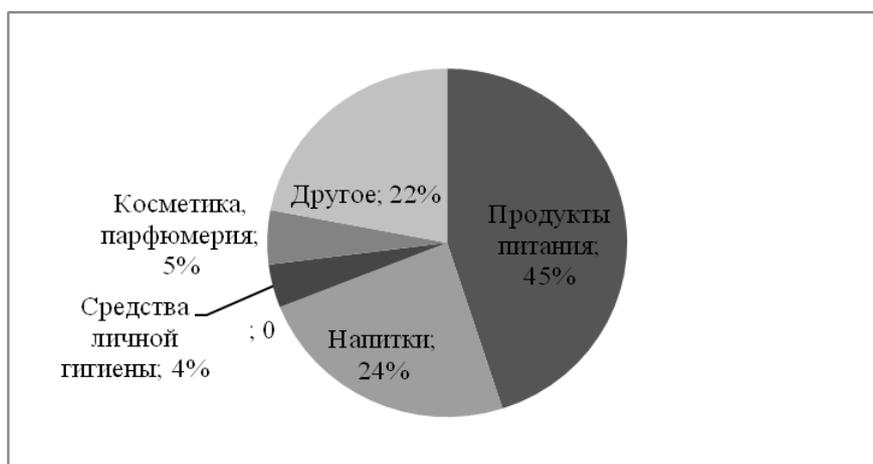


Рисунок 1 – Мировое потребление упаковочной продукции на 2016 год: сегментация по отраслевому назначению

Упаковочная продукция для потребительских товаров занимает 70% рынка (30% приходится на упаковку промышленного назначения), из них большую часть составляют продовольственные товары (продукты питания – 45% и напитки – 24%), и только 9% упаковки приходится на косметику, парфюмерию и средства личной гигиены [3].

Россия является крупнейшим рынком в Восточной Европе, объем продаж в 2016 году составил \$18,5 млрд. Не смотря на то, что на сегодняшний день самым крупным рынком конечных потребителей является пищевая промышленность (рост 4,6% ежегодно), прогнозируется наиболее быстрый рост сектора упаковки парфюмерно-косметических товаров (7,1% ежегодно) [3, 5].

Разные виды пластика являются наиболее востребованными упаковочными материалами. Они давно вытесняют с рынка традиционные материалы. Для изготовления пластмассовой упаковки самым распространенным веществом является полиэтилентерефталат (ПЭТ). Все чаще жесткий пластик заменяет при производстве упаковки стекло, металл. Мягкая пластиковая пленка приходит на смену оберточной бумаге. Преимущества упаковок из пластмассы заключаются в возможности их сделать прозрачными, чтобы потребитель смог рассмотреть содержимое. Это особенно важно, если речь идет о пищевых продуктах. Пластиковая упаковка значительно легче стекла или металла, что делает упакованные в нее товары более привлекательными для потребителя. В результате объемы производства такой упаковки растут во всем мире.

По данным исследовательской компании Smithers Pira в последние годы рост российского рынка ПЭТ-упаковки оставался относительно стабильным, не смотря на экономические трудности [2]. Динамика производства упаковочной пленки (ПЭТ) за 2010-2015 года отображена на рисунке 2.

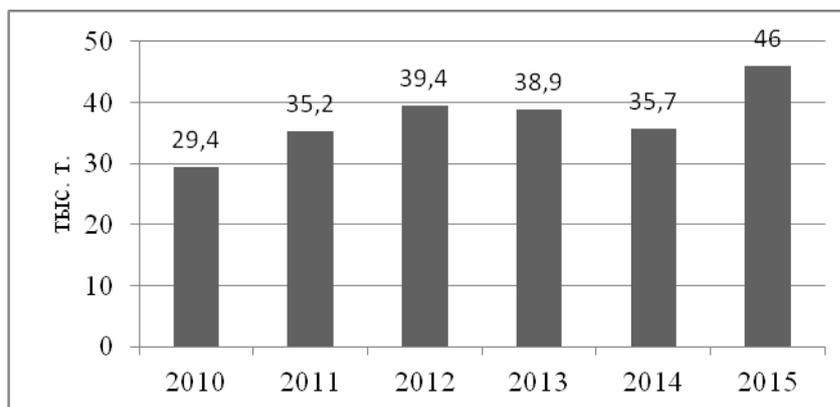


Рисунок 2 – Динамика производства упаковочной пленки (ПЭТ) в 2010-2015 годах, тыс.т.

В России каждый год рынок пластиковой упаковки вырастает в среднем на 20% в натуральном выражении, а рынок пластиковой упаковки для продуктов питания – на 5-10%. В настоящее время в стране ежегодно производится 540 тысяч тонн упаковочного пластика при объеме потребления на уровне 580 тысяч тонн в год. До 2013 года в Россию ввозилось около 50% всей пластиковой упаковки для продуктов из Европы, в частности из Польши и Финляндии. В настоящее время этот процент постепенно снижается. Экономические санкции против РФ привели к тому, что отечественные производители увеличили объемы выпускаемой продукции, закупив недостающее оборудование для изготовления пластиковой упаковки в Китае [2].

На данный момент в России производят пластиковую упаковку около ста предприятий, из которых самыми крупными являются: ООО «Пластимекс М» (Москва), выпускающее более ста видов жестких пластиковых контейнеров; ООО «ТД «Альянсуapak» (Московская обл.), производящее пластмассовые ведра и банки разной емкости; ООО «ЮМТ-Индастри» (Московская обл.), ООО «Стандарт Пластик Групп» (Белгород) и Концерн «Протэк», чьей продукцией являются разнообразные товары из пластика, в том числе, одноразовая посуда, лотки под запайку и пищевые контейнеры. Также стоит упомянуть ЗАО «Георг Полимер» (Москва). Данное предприятие специализируется на производстве контейнеров для полуфабрикатов из рыбы и мяса. Объемы производства этих и более мелких компаний стабильно растут. Эксперты прогнозируют резкое

снижение в ближайшие два-три года на российском рынке доли импортной пластиковой упаковки. Также по некоторым видам упаковки, таким как этикеточная пленка, гибкая пленка для кондитерских изделий будет достигнуто полное импортозамещение [2].

Вспененная упаковка из полистирола – материал, который также набирает популярность в последние годы. Вспененная упаковка из полистирола содержит мельчайшие пузырьки воздуха. Такой материал легче, чем пластик. Кроме того, он обладает свойством амортизировать удары, что делает его использование очень удобным при производстве упаковки для яиц. Также из вспененной упаковки выпускают поддоны для разных пищевых продуктов, упакованных в прозрачную пленку: сырных и колбасных нарезок, рыбных и мясных изделий, овощей и фруктов. В России производство такой упаковки также увеличивается, тем самым вытесняя импортный вспененный полистирол. В 2016 году на российском рынке доля отечественной вспененной упаковки для продуктов питания составила 90% [2]. Основными российскими производителями этого вида упаковки являются: ООО «НПО «Агроэкология» (Москва), компания «Протэк», ООО «Полифас» (Санкт-Петербург), ООО «Пенотерм» (Екатеринбург), ООО «КинПак» (Смоленская обл.), и ООО «ТД «Сибирь-Упак» (Новосибирск).[2]

Менее стабильно в России ведет себя рынок стеклянной упаковки для пищевых продуктов. По информации маркетинговой компании BusinessStat, до 2008 года включительно наблюдался рост производства стеклянных банок и бутылок, но с 2009 по 2015 года спрос на стеклянную упаковку значительно снизился.[4] Это произошло за счет того, что в условиях экономического кризиса население стало покупать более дешевые напитки в алюминиевой или пластиковой упаковке на замену дорогой алкогольной продукции, которая разливается в стеклянные бутылки. Затем производство стеклянных банок и бутылок снова возросло и в 2016 году составило 5,8 млрд штук. Динамика производства стеклянной упаковки за 2010 – 2016 года показана на рисунке 3.

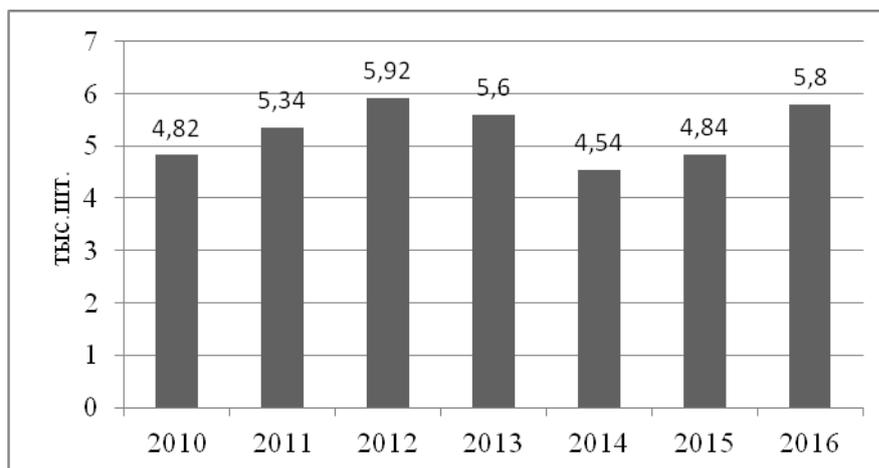


Рисунок 3 – Динамика производства стеклянной упаковки за 2010 – 2016 года

Около 90% пищевой стеклянной упаковки, которая производится в России, составляют бутылки для напитков.

Основными производителями стеклянной упаковки в России являются ООО «Раско» (Владимирская обл.), ОАО «Стеклохолдинг» (Владимирская обл.), Ассоциация производителей стеклотары «РКМ» («Волгоградская обл.) и группа предприятий «ОСТ» (Московская обл.) [4].

Рост производства упаковки из алюминиевой фольги, в том числе и комбинированной упаковки с фольгой, в России начался в 2007 году и продолжается до сих пор. С 2011 по 2015 года производство фольги выросло с 23 до 45 тысяч тонн. Около трети этого материала потребляет пищевая промышленность. Главными его производителями являются ОАО «Уральская фольга» (Свердловская обл.) и ОАО «РусалСаянал» (Республика Хакасия) [3].

Наконец, спрос на картонную и бумажную упаковку сохраняется на достаточно высоком уровне, несмотря на то, что в некоторых сегментах рынка ее вытесняют другие, более современные материалы. В России в 2015 году было произведено 3,9 млн. кв. метров упаковочного картона для коробок [1].

Динамика производства картонной упаковки отображена на рисунке 4.

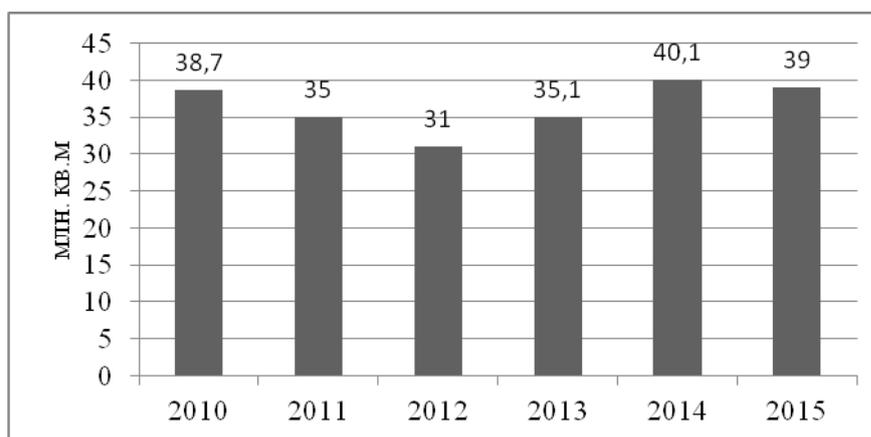


Рисунок 4 – Динамика производства картонной упаковки

Картон и бумага считаются самыми экологически чистыми материалами. Их использование в промышленности становится более выгодным после принятия новых законов об утилизации отходов производства. Главными российскими производителями упаковочного картона и бумаги являются ОАО «Котласский целлюлозно-бумажный комбинат», ОАО «Санкт-Петербургский картонно-бумажный комбинат», ОАО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат», ОАО «Братский целлюлозно-бумажный комбинат» и ОАО «Монди Бизнес Пейпа Сыктывкарский ЛПК» [1].

Современная направленность экономики заставляет выбирать наиболее экологичные упаковочные материалы. В результате бумага в некоторых позициях теснит полимеры, а с полиэтиленом делит рынок в равных пропорциях. Как уверяют эксперты, предпосылкой к динамичному росту производства бумажной упаковки является ужесточение требований к переработке и безопасности отходов [3].

Картон и бумага очень легкие, на них проще всего печатать текст и рисунки, то есть информацию о продукте и логотипы изготовителя товаров. Поэтому, у некоторых предприятий спрос на бумажную упаковку увеличивается, несмотря на то, что некоторые предприятия пищевой промышленности переходят с бумажной упаковки на иные виды. В первую очередь это относится к картонным коробкам для кондитерских изделий и бумажным пакетам для

хлеба. Всего же 13% всей производящейся в РФ оберточной бумаги идет на упаковку для пищевых продуктов [1].

В Перми и Пермском крае одним из ведущих поставщиков упаковки является компания «Дайкон-Пак», основанная в марте 2002 года. «Дайкон-Пак» производит полиэтиленовую, полипропиленовую, бумажную упаковку. Упаковка производится с учетом особенностей производственного процесса и особенностей хранения продукта. Компания продолжает развиваться за счет новых разработок, высокого качества поставляемой продукции, отвечающим всем требованиям современного рынка упаковки.

Производственным предприятием по выпуску пластиковой упаковки является Пермский завод пластмассовых изделий. ООО «ПЗПИ» входит в тройку крупнейших изготовителей пластиковой упаковки в России. Предприятие в настоящее время производит более 150 видов пластиковой упаковки для автомобильной и бытовой химии, продовольственных товаров, медикаментов, косметики. В настоящее время предприятие поддерживает и продолжает наращивать объемы производства, предлагает самый крупный ассортимент продукции.

Упаковку из картона и гофрокартона в Перми на сегодняшний день предлагают 13 компаний, ведущими из которых являются: рекламно-производственная фирма «Братья Рим», торговый дом «ЗУБК», ООО «Экомир», производственная компания «Люкс-пак» и другие.

Отдельно стоит отметить «Пермский целлюлозно-бумажный комбинат (ПЦБК)». Это компания с 55-летней историей успеха, обладающая одним из лучших в России техническим оснащением в гофропроизводстве. Высокое качество продукции данной компании отмечено «Всероссийской организацией качества». Также ПЦБК занимает первое место в России по выпуску макулатурного тарного картона.

Таким образом, упаковка играет большую роль в реализации товаров. Анализ рынка упаковки показал, что статистика развития данного сегмента

неактуальна. В связи с этим задача маркетологов, экономистов, специалистов, которые участвуют в разработке упаковки, заключается не только в знании и способности учитывать все функциональные, коммерческие и эстетические характеристики упаковки, а также в периодическом анализе рынка упаковочного материала и самой упаковки.

Можно сказать, что рынок упаковки для потребительских товаров зависит от производства самих товаров, требующих упаковки, и растет вместе с ними. Поскольку в настоящее время выпуск большинства товаров в России увеличивается в рамках импортозамещения, можно спрогнозировать и рост производства всех видов упаковочных материалов для этих товаров.

Импортозамещение стало важным фактором, который положительно повлиял на развитие рынка упаковки. Увеличивается доля отечественных производителей в розничной торговле, что ведет к дальнейшему росту спроса на упаковку.

Список литературы:

1. Бойко А.Г. Тенденции российского рынка бумажных и картонных упаковочных материалов [Электронный ресурс]: Интернет-портал «PLASTINFO». – Режим доступа: <https://plastinfo.ru/information/articles/473/>.
2. Коваленко О. Упаковка потребительская полимерная / О. Коваленко, М. Молодиченко // Интернет-журнал «Тара и упаковка». – 2015. - № 5. – С. 38-41.
3. Ламакин М.М. Рынок упаковки-2016, проверка на прочность [Электронный ресурс]: Отраслевой портал «UNIPACK.RU». – Режим доступа: <https://article.unipack.ru/56209/>.
4. Мирошенко Д.А. Обзор рынка упаковки [Электронный ресурс]: Интернет-портал «Openbusiness.ru». – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-upakovki/>.
5. Мазунина Т.А. Проблемы и перспективы развития косметической отрасли России. / Сборник статей по материалам международной научно-практической заочной конференции. - Хабаровский государственный университет экономики и права.- 2016. -С. 149-154.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ИГРУШЕК

Катаева Кристина Вячеславовна

Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им.Г.В.Плеханова

Мазунина Татьяна Александровна

кандидат фармацевтических наук, доцент, заведующий кафедрой

Товароведения и экспертизы товаров

Пермского института (филиала) РЭУ им.Г.В.Плеханова

Аннотация

Проведен анализ современных тенденций в производстве игрушек. Показано, что создание новых видов игрушек связано в основном с героями недавно вышедших в кинотеатрах и на экранах телевизоров мультфильмов, фильмов, сериалов.

Ключевые слова: игрушки, рынок, тенденции, ассортимент

На сегодняшний день рынок детских игрушек остается одним из самых прибыльных отраслей в бизнесе. Исследование анализа современного ассортимента можно считать актуальным, поскольку игрушки относят к товарам, которые приобретают достаточно часто. Так как спрос на такие товары велик, то конкуренция на рынке игрушек очень большая.

История игрушек имеет настолько длинные и древние корни, что можно утверждать, что игрушки появились практически тогда же, когда появился на свет человек. Время идет, но привычки не меняются. Для того, чтобы дети были чем-то заняты в древнее время, их родители давали им камушки, ракушки, палочки, что и являлось их первыми игрушками. Со временем человек научился обрабатывать природный материал - делать из него вырезанные фигурки.

Игрушками можно считать изделия, предназначенными для детей до 14 лет [1]. Им отведена огромная роль в развитии ребенка. Формирование интеллекта и личностных качеств во многом зависит от игрушек, окружающих ребенка. Они дают ребенку подсказки об окружающем их мире, учат мыслить, помогают развивать воображение, интуицию, начинают формировать у ребенка такие качества, как любознательность ко всему окружающему, вырабатывают наблюдательность, в какой - то степени помогают выбрать будущую профессию [4].

Развитие современного рынка игрушек сейчас определяется двумя важными факторами – быстрым развитием электроники и изменением демографической ситуации. Из-за того, что в нашей стране снижается рождаемость, успех продажи игрушек предприятиями во много зависит от того, насколько товар отвечает требованиям современности, а также от хорошо организованных маркетинговых кампаний [4].

Детские игрушки имеют огромный ассортимент, который постоянно меняется вместе с различными сферами жизни. Многие игрушки создаются со встроенными в них электронными материалами, которые позволяют игрушкам двигаться, издавать голосовые команды. По данным экспертов большим спросом пользуются игрушки, способные развивать способности детей, а также всевозможные игрушки с управлением, такие как машинки, вертолеты, различные роботы и многие другие [2].

Очень большое значение имеет и безопасность игрушек. Тем более, они поступают и в детские образовательные учреждения. Как показывает практика, экспертиза иногда бывает затруднена, что может привести к поставкам небезопасных игрушек [6].

В России не так много предприятий, которые изготавливают игрушки. Но по стране можно встретить несколько сотен таких организаций. Так, в Пермском крае есть предприятие, которое поддерживает российское производство – Краснокамская фабрика деревянной игрушки. Она является единственным представителем игрушечного производства в Пермском крае и имеет богатую историю развития – более 75 лет от создания [3].

Нами был проведен опрос потребителей по отношению к игрушкам регионального производителя. Установлено, что 95% опрошенных хотели бы, и готовы, покупать товары местного производства. По мнению покупателей, игрушки Российского производства ценятся на вес золота.

По статистике одного из магазинов детских игрушек в г. Перми, каждый второй человек, зашедший в магазин за новой игрушкой, когда узнает, что в

данном месте представлена продукция Краснокамской фабрики деревянных игрушек, без раздумий совершает покупку. Это говорит о том, что потребители пытаются отказаться от покупки зарубежных игрушек, в частности китайских, и отдать предпочтение в пользу местного производителя, который к тому же изготавливает игрушки из экологически чистых материалов.

Сейчас во всем мире развито производство игрушек по мотивам недавно вышедших в кинотеатрах и на экранах телевизоров героев мультфильмов, фильмов, сериалов. Например, на протяжении многих лет у нас все так же пользуются спросом товары по мотивам мультфильма «Маша и медведь», «Лунтик», «Фиксики» и другие. Получается, что киностудии формируют заранее спрос у населения, производителям достаточно будет посмотреть какие фильмы и мультфильмы выйдут в прокат в ближайшем будущем, и они сразу поймут, какие детские товары будут актуальны в ближайшее время.

Нельзя не заметить тенденцию: в России, да и на всем мировом рынке, популярны электронные игрушки, у которых появляются дополнительные функции – говорить, двигаться, летать. Микросхемы внедряются почти во все традиционные игрушки: современный волчок работает на светодиодах, старый добрый паровоз оборудуется настоящей видеокамерой, конструктором можно управлять через персональный компьютер, а плюшевые зверушки, снабженные сенсорными датчиками, реагируют интерактивно - их даже можно "обучать". Правда, стоят такие забавы недешево, а потому большинству российских покупателей не по карману.

На сегодняшний день российский рынок игрушек далек до насыщения. К тому же рынок долгие годы остается непрозрачным, для него по-прежнему характерна высокая доля нелегального импорта и контрафактной продукции (по разным оценкам, до 60-70% от всего импорта), особенно это характерно для сегмента игрушек, которые в основном ввозятся из Китая и Юго-Восточной Азии. При этом на официальный импорт приходится 80-90% рынка. Из этого

следует, что доля внутреннего производства игрушек крайне мала - не более 10-20%.

Структура российского рынка игрушек по странам-производителям выглядит следующим образом: 70% игрушек, представленных на рынке, производит Китай, 20% - Европа, 10% - Россия (см. рисунок 1) [5].

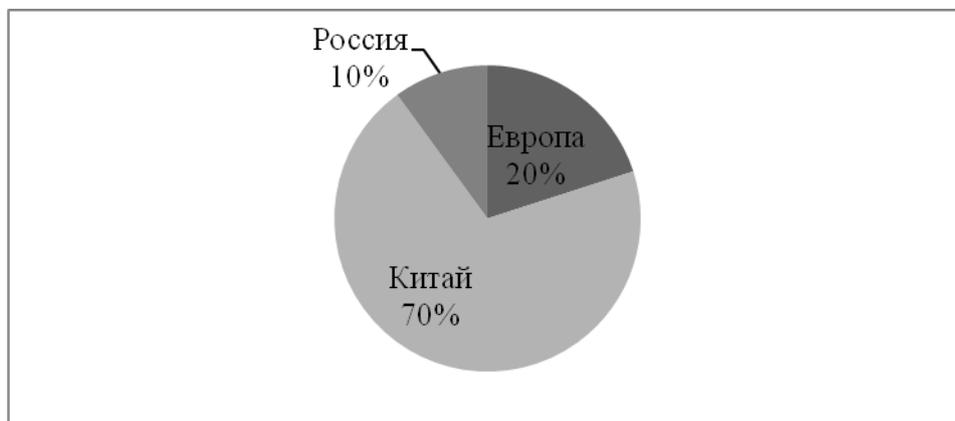


Рисунок 1 - Доли стран-производителей игрушек на российском рынке

По результатам анализа ассортимента рынка детских игрушек выявлено, что 40% занимают куклы и мягкая игрушка, 22% - конструкторы, 20% - видеоигры, 8% - технические игрушки (машинки с моторчиком и без и т.п.) и 10% - настольные игр (см. рисунок 2).

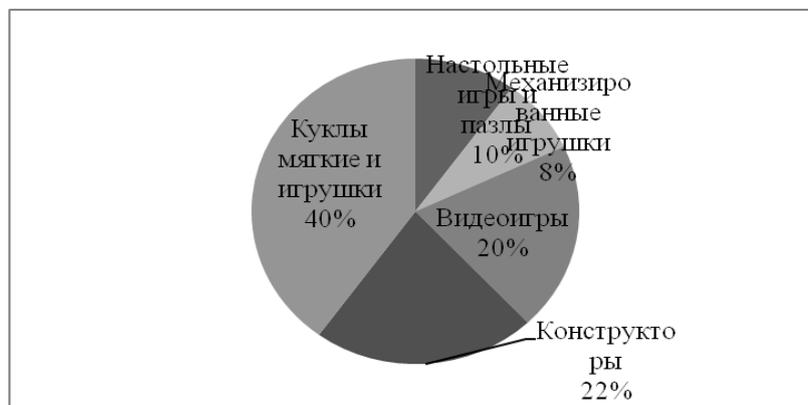


Рисунок 2 - Сегменты российского рынка игрушек

По данным опроса, 65% покупателей тратят деньги на игрушки своим детям раз в несколько месяцев. Также люди стали проявлять интересы к настольным играм, в которые можно будет играть всей семьей. Причем 90% людей совершают покупки в специализированных детских магазинах, а оставшиеся 10% покупают игрушки на ярмарках и рынках. Это объясняется тем,

что люди готовы переплатить один раз деньги за качественный товар, чем постоянно покупать товары плохого качества, но по низкой цене.

Также при анализе ассортимента игрушек было установлено, что на протяжении последних нескольких лет ценовая категория, которую могут позволить себе покупатели на покупку игрушек, стала гораздо ниже, чем было ранее. Нельзя не отметить сезонность торговли игрушками. Пик продажи начинается в августе и продолжается до Нового года. В этот период у магазинов огромная выручка, на прилавках появляются интересные для детей новинки. А вот после Нового года начинается спад [4].

В заключении можно отметить, что ассортимент предлагаемых сейчас игрушек огромен. Если не так давно большую часть составлял импорт, то в последние годы на рынок начали врываться российские производители. Благодаря инновационным технологиям, игрушки и игры, как любой другой товар, совершенствуются, обновляются и видоизменяются. Игрушка - это важная составляющая мира любого ребенка. Спрос на игрушки был, есть и будет, так как они являются товаром, необходимым для детей в любое время.

Список литературы:

1. Технический регламент Таможенного Союза 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков».
2. Обзор рынка детских товаров [Электронный ресурс] /Готовые руководства по открытию любого вида бизнеса –2017. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru> (дата обращения: 4.10.2017).
3. Краснокамская фабрика деревянной игрушки [Электронный ресурс] /Краснокамская фабрика деревянной игрушки – 2015. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.igrushka.perm.ru> (дата обращения: 4.10.2017).
4. Исследование рынка игрушек [Электронный ресурс] / Готовые Библиофонд – 2013. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru> (дата обращения: 4.10.2017).
5. Производство детских игрушек: ситуация на рынке и перспективы развития бизнеса [Электронный ресурс] /Готовые руководства по открытию любого вида бизнеса – 2014. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru> (дата обращения: 4.10.2017).
6. Мазунина Т.А. Нормативно – правовое регулирование описания объектов закупок и особенностей исполнения контракта для обеспечения государственных и муниципальных нужд/ В сборнике: Потребительский рынок в системе

социально-экономических отношений Монография. - Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова».- Пермь, 2014.- С. 46-67.

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВЕННОГО СОДЕРЖАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ СТАНДАРТОВ НА ПРОДУКЦИЮ

Коршунова Мария Алексеевна

Студентка техникума

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Барabanова Анастасия Викторовна

преподаватель Техникума Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.

Плеханова

Аннотация

В работе дан сравнительный анализ стандартов на чай и проведена оценка органолептических показателей чая по утратившим силу и действующим стандартам. Установлено, что соответствующий по всем показателям чай по действующему стандарту, на самом деле не обладает высоким качеством.

Ключевые слова: стандарты, качество, проблемы, сравнительный анализ, содержание

Одной из основополагающих характеристик товара является его качество. Только товар, отвечающий всем требованиям по установленным показателям качества, может в полной мере обладать высокими потребительскими свойствами. В соответствии с требованиями Федерального закона «О стандартизации в Российской Федерации» [2] к документам по стандартизации относятся: документы национальной системы стандартизации; стандарты организаций, в том числе технические условия; документы по стандартизации, которые устанавливают обязательные требования в отношении объектов стандартизации.

Дадим определения перечисленным документам в соответствии с требованиями закона. Документы национальной системы стандартизации - документы, разрабатываемые и применяемые в национальной системе стандартизации: национальный стандарт Российской Федерации [2].

Стандарт организации - документ по стандартизации, утвержденный юридическим лицом, в том числе государственной корпорацией,

саморегулируемой организацией, а также индивидуальным предпринимателем для совершенствования производства и обеспечения качества продукции, выполнения работ, оказания услуг [2].

Технические условия - вид стандарта организации, утвержденный изготовителем продукции (далее - изготовитель) или исполнителем работы, услуги (далее - исполнитель) [2].

Технический регламент - документ, который принят международным договором Российской Федерации, и устанавливает обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования (продукции или к продукции и связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации) [1].

Для потребителя важным подтверждением качества продукции является присутствие на маркировке аббревиатуры ГОСТ. Товар с таким знаком вызывает больше доверия и пользуется спросом. Как показывают исследования, продажи увеличиваются до 40%. Действительно, ГОСТ - государственный стандарт, качество, подтверждено государством, что может быть лучше? Но всегда ли товар с таким знаком на самом деле обладает и высокими качественными характеристиками?

В настоящее время проводится замена «старых советских» стандартов на новые системы ГОСТ Р, ISO, межгосударственные стандарты. И это, в общем, обосновано, в современных условиях, когда один документ может иметь юридическую силу на территории нескольких стран, или должен соответствовать новым требованиям.

При разработке заменяющих и новых документов помнить о качестве товаров. Всегда ли это происходит? При сравнительном анализе «старых» и «новых» стандартов можно сделать вывод, что не всегда. Больше внимания уделяется безопасности товаров, а не их качеству. В документах перестали

указывать требования к рецептуре изделий (как это было, например, в ГОСТ 23670-79 Колбасы вареные, сосиски и сардельки, хлеба мясные [8]), отсутствуют градации к качеству, требования к качеству становятся менее жесткими, а описание основных показателей более расплывчатыми. В качестве примера можно представить документы, регламентирующие качество яблок: ГОСТ 21122-75 [8] и ГОСТ Р 54697-2011 [8]. В первом документе обозначены требования к сортам продукции по внешнему виду, указаны площади и размеры допустимых повреждений, обозначены размерные характеристики плодов. Во втором документе формулировки более размыты. Например, по показателю дефекты для первого сорта указано, что допускаются незначительные дефекты формы, а для второго сорта – допускаются дефекты формы. Но как определить эти допуски, для каждого человека они будут свои.

Интересным моментом в современных стандартах является отсутствие требований к условиям и срокам хранения продукции, которые устанавливаются изготовителем. Конечно, у производителей различные условия производства, применяются разные виды упаковки, и это может вызвать сложности при установлении единых требований к срокам и условиям хранения. Однако, и на упаковку, и на условия производства продукции сегодня разработаны и действуют нормативные документы и вполне возможно более четко прописать требования к хранению.

Подобных примеров можно найти достаточно много, в данной статье более подробно представим анализ стандартов на чай черный фасованный. Действующим документом является ГОСТ 32573-2013 Чай черный. Технические условия, который заменил ГОСТ 1938-90 Чай черный байховый фасованный. Технические условия. Требования к качеству чая по этим документам представлены в таблицах 1 и 2 [3,4].

Таблица 1

Требования к качеству чая в соответствии с ГОСТ 1938-90

Наименование показателя	Характеристика сорта чая				
	«Букет»	высшего	первого	второго	третьего
Аромат и вкус	Полный букет, тонкий нежный аромат, приятный сильно-терпкий вкус	Нежный аромат, приятный с терпкостью вкус	Достаточно нежный аромат, средний терпкости вкус	Недостаточно выраженный аромат и терпкость	Слабый аромат, слабо-терпкий вкус
Настой	Яркий, прозрачный, интенсивный, «вышесред-ний»	Яркий, прозрачный, «средний»	Недостаточно, яркий, прозрачный, «средний»	Прозрачный, «ниже-средний»	Недостаточно прозрачный «слабый»
Цвет разваренного листа	Однородный, коричнево-красный		Недостаточно однородный, коричневый	Неоднородный, темно-коричневый. Допускается зеленоватый оттенок	
Внешний вид чая (уборка) листового	Ровный, однородный, хорошо скрученный		Недостаточно ровный, скрученный	Неровный, недостаточно скрученный	
Массовая доля влаги, % не более	8,0				

Наглядно видно, что в стандарте четко прописаны требования к основным показателям качества, что позволяет установить сорт товара.

Таблица 2

Требования к качеству чая в соответствии с ГОСТ 32573-2013

Наименование показателя	Характеристика чая первого сорта
Внешний вид настоя чая	Яркий, прозрачный
Аромат и вкус настоя чая	Нежный аромат, терпкий вкус
Цвет разваренного листа чая	Однородный, коричнево-красный, коричневый
Внешний вид чая	Однородный, ровный, хорошо скрученный
Массовая доля влаги, %,(мас.)	10,0

Во второй таблице характеристики более общие, отсутствуют градации качества товара, большой допуск по массовой доле влаги.

Проведем оценку качества образца чая по критериям таблиц 1 и 2.

Образец – чай черный фасованный листовый Greenfield. Производитель: ООО «ОРИМИ», 188682, Россия, Ленинградская область, Всеволожский район, пос. им. Сверлова, 1 мкр. Оценка проводилась в соответствии с методиками, представленными в ГОСТ 32572 – 2013 Определение органолептических

показателей и ГОСТ 1936 – 85 Определение массовой доли влаги [8]. Результаты и оценки качества представлены в таблице 3 и 4.

Таблица 3

Результаты оценки по ГОСТ 1938-90

Наименование показателя	Характеристика
Аромат и вкус	Нежный аромат и средний терпкости вкус
Настой	Недостаточно яркий, прозрачный
Цвет разваренного листа	Цвет однородный, коричневый
Внешний вид чая (уборка)	Чаинки недостаточно однородные, скрученные.
Массовая доля влаги,%, не более	5%

По результатам определения органолептических и физико-химических показателей, образцу можно присвоить первый сорт.

Таблица 4

Результаты оценки по ГОСТ 32573-2013

Наименование показателя	Характеристика
Внешний вид настоя чая	Яркий, прозрачный
Аромат и вкус настоя чая	Нежный аромат, терпкий вкус
Цвет разваренного чайного листа чая	Однородный, коричневый
Внешний вид чая	Достаточно однородный, скрученный
Массовая доля влаги, % (мас.)	5%

Чай по всем показателям соответствует требованиям нормативного документа и является стандартной продукцией.

Таким образом, можно сделать общий вывод, что соответствующий по всем показателям чай по действующему стандарту, на самом деле не обладает высоким качеством. Поэтому необходимо больше уделять внимание качественным характеристикам продукции, вводить градации качества, чтобы потребитель четко понимал, какой товар он приобретает и по какой цене.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 29.07.2017)
2. Федеральный закон «О стандартизации в Российской Федерации» от 29.06.2015 N 162-ФЗ (ред. от 03.07.2016)
3. ГОСТ 1938-90 Чай черный байховый фасованный
4. ГОСТ 32573-2013 Чай черный. Технические условия
5. ГОСТ 1936-85 Чай. Правила приемки и методы анализа
6. ГОСТ 32572 – 2013 Определение органолептических показателей

7. Консультант Плюс [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=home&rnd=290511.360230939&ts=007846022745938084>
8. Всегост [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://vsegost.com/>

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В КАТЕГОРИИ РАСТИТЕЛЬНЫХ МАСЕЛ

Лезина Вероника Юрьевна

*Студентка Пермского института (филиала) РЭУ
им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Воронина Эмма Васильевна

*кандидат химических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь*

Аннотация

В работе приведены результаты исследования потребительских предпочтений при выборе растительного масла жителями г. Перми. Полученные данные позволяют составить портрет среднестатистического потребителя растительного масла: покупатель в основном приобретает рафинированные растительные масла торговых марок «Слобода» и «Золотая семечка».

Ключевые слова: растительные масла, исследования, потребительские предпочтения

Санкционная политика западных стран, направленная против России, заставила в экстренном порядке принимать меры по переводу ключевых звеньев агропромышленного комплекса на отечественного производителя. Так в обиходе россиян появилось новое слово – импортозамещение, то есть совокупность мероприятий, в результате которых подавляющее большинство заграничных товаров будет заменено на российские товары. К таким продуктам относится мясо, растительные масла, молоко и молочные продукты, включая сыры [4]. В работах [1,2] нами отражены проблемы импортозамещения в производстве пищевых добавок и в рыбной отрасли.

По итогам второго квартала 2017 года доля импорта в российских магазинах сократилась до рекордных 33 %, при этом доля продовольственных товаров сократилась до 21% [3]. Причинами снижения импорта товаров являются санкции, введенные после воссоединения Крыма с Россией; курс

рубля, который делает многие импортные продукты неконкурентоспособными на российском рынке; активное развитие сельскохозяйственного производства.

Растительное масло относится к продуктам повседневного спроса и является интересным товаром для игроков рынка, которые предлагают потребителю всю ассортиментную линейку. Это относится как непосредственно к производителям растительных масел, так и к оптовым компаниям, реализующим соответствующую продукцию.

Подсолнечник относится к агрокультурам, при возделывании которых можно получать наибольшую прибыль с каждого гектара, в связи с чем, в нашей стране аграрии проявляют к нему особый интерес. Последние два десятилетия производство этой культуры в России постоянно росло. Расширились площади посевов, объемы валового сбора семян подсолнечника и его урожайность. Насколько оправдаются ожидания сельхозпроизводителей, заинтересованных в получении прибыли, и переработчиков, которым необходимо качественное и недорогое сырье в 2017 году будет понятно по итогам сбора урожая, который в этом сезоне может запоздать почти на месяц из-за непогоды [6].

Масложировая отрасль по многим показателям уже перевыполнила план, обозначенный в Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности до 2020 года [5]. Рекордный урожай подсолнечника, полученный в 2016 году в России, позволил сократить недозагруженность перерабатывающих предприятий до 30% и произвести самый высокий за всю историю страны объем подсолнечного масла. Минсельхоз России разрабатывает программу более эффективного производства и переработки масличных культур, в том числе подсолнечника, что позволит реализовывать продукцию не только на внутреннем рынке, но и экспортировать.

Целью работы является исследование потребительских предпочтений при выборе растительного масла жителями г. Перми. Актуальность работы связана с тем, что растительные масла являются одним из лидеров среди продуктов по потреблению. Исследование проведено методом опроса, который проводился на

основе очного заполнения анкет респондентами. Местом проведения опроса выбрано предприятие розничной торговли – супермаркет. В опросе принимали участие 120 человек. Анкета состояла из 11 вопросов, раскрывающих основную суть потребительских предпочтений в категории растительных масел.

Социально-демографический состав респондентов представлен потребителями разного пола, возраста и социального положения. В опросе принимали участие преимущественно женщины (81%), в связи с тем, что именно они в основном покупают растительное масло, лучше ориентируются в области предложения и цены, легче идут на контакт. Социальное положение респондентов представлено на рисунке 1.

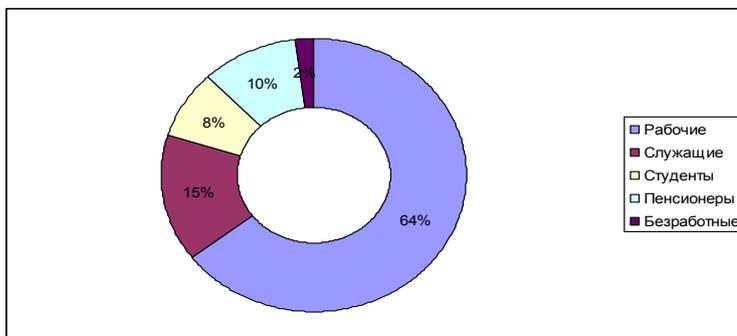


Рисунок 1 – Распределение респондентов по социальному положению

Большую часть опрошенных отнесла составляют рабочие - 64%, доля служащих составила 15%, студентов - 8%, пенсионеров - 10%, и безработных - 3%.

Распределение потребительских предпочтений по видам растительного масла представлены в виде диаграммы на рисунке 2.

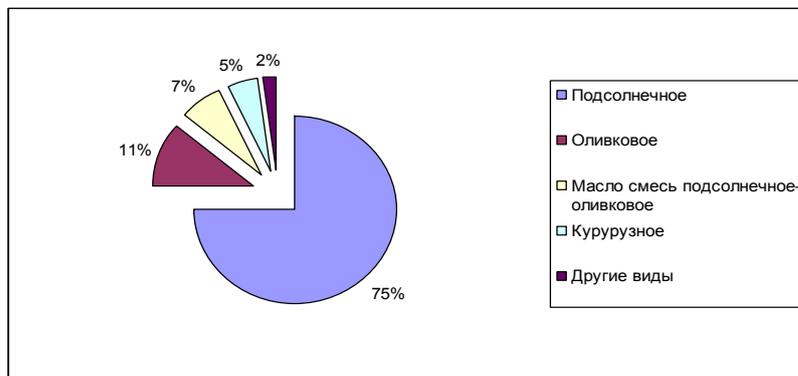


Рисунок 2 - Распределение потребительских предпочтений по видам растительного масла

Установлено, что среди видов растительного масла 75 % респондентов предпочитают покупать подсолнечное масло, что связано с их устоявшимися вкусами, а также ценой.

Распределение потребительских предпочтений по маркам растительного масла представлено на рисунке 3.

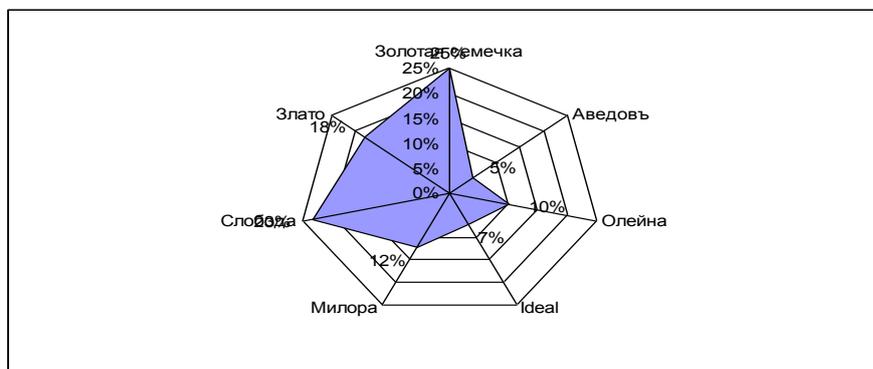


Рисунок 3 - Распределение потребительских предпочтений по маркам растительного масла

Как видно из диаграммы, на первом месте находится растительное масло марки «Золотая Семечка» (25%), на втором «Слобода» (23%). Третье место у марки «Злато» (18%).

Предпочтения потребителей в зависимости от рафинации растительного масла представлены на рисунке 4.

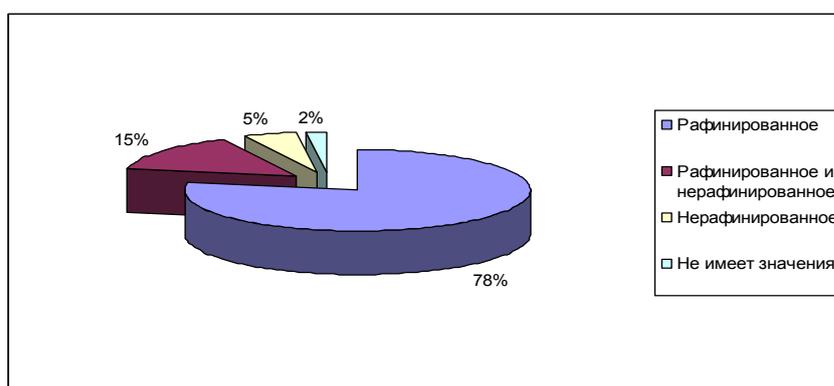


Рисунок 4 - Предпочтения потребителей в зависимости от рафинации растительного масла

Анализ полученной нами информации показал, что 78% опрошенных употребляют растительное масло для приготовления блюд; 12% предпочитают использовать в натуральном виде и 10% в целях домашнего консервирования.

Полученные данные позволяют составить портрет среднестатистического потребителя растительного масла: покупатель со средними доходами, в потреблении и покупке растительного масла себе не отказывает и в основном приобретает рафинированные растительные масла торговых марок «Слобода» и «Золотая семечка».

Список литературы:

1. Воронина Э.В. Импортзамещение в рыбной отрасли: оценка качества консервов из копченой рыбы // Актуальные вопросы импортзамещения в России Материалы Всероссийской научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Пермский институт (филиал). - 2016.- С. 5-9.
2. Воронина Э.В. К вопросу применения пищевых добавок в производстве продуктов питания // «Наука сегодня: факты, тенденции, прогнозы». Материалы международной научно-практической конференции (Вологда, Россия - 28 июня 2017). - Научный центр «Диспут», 2017.- С. 87-88.
3. Импортзамещение– URL:<http://ruxpert.ru/>(дата обращения 28.09.2017)
4. Импортзамещение в России с 2017 до 2020 года– URL:<http://banki-v.ru/economics/importozameshhenie-v-rossii/>(дата обращения 28.09.2017)
5. Карабут Татьяна. Масло на выход. Россия — второй в мире экспортер подсолнечного масла // Агроинвестор, 2017 - №5 (9912) . – С. 45-49
6. Россия. Прогноз урожая подсолнечника 2017/2018 – URL:<http://www.oilworld.ru/reference/cases/15/news/261837> (дата обращения 28.09.2017)

АНАЛИЗ СОСТАВА ХЛЕБЦЕВ И ИХ АКТУАЛЬНОСТЬ НА СОВРЕМЕННОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Мелюхина Юлия Олеговна

Студентка факультета коммерции

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Исследован состав четырех образцов хлебцев различных производителей по данным маркировки. Выявлена продукция, не содержащая пищевых добавок. Проведено исследование потребительских предпочтений в категории хлебобулочных изделий. Выявлено, что хлебцы пользуются спросом у населения города Перми.

Ключевые слова: хлебцы, маркировка, состав, пищевая ценность, исследование, энергетическая ценность, потребительские предпочтения

Реализация программы импортозамещения в России предполагает производство не только качественных и безопасных продуктов питания, но и имеющих высокую пищевую ценность [3]. В наше время как никогда ранее, актуальным является здоровый образ жизни и сбалансированное питание. Люди стали внимательнее относиться к тому, что они включают в свой рацион, в нем стало больше полезных и питательных продуктов, одним из которых являются так любимые всеми хлебцы. Многие слышали о высокой пищевой ценности цельнозерновых хлебцев, кроме того, что они являются продуктом, обогащенным витаминами, обладающим высокими органолептическими свойствами, надолго утоляют голод и позволяют держать в порядке фигуру, что так немаловажно для нынешнего поколения.

Изготовление данного продукта производится по особым технологиям обработки зерновых культур, которые содержатся в составе хлебцев. Как правило, для создания хлебцев используют пшеничную, рисовую, гречневую, ячменную, кукурузную и ржаную крупу. Несмотря на то, что хлебцы являются хлебобулочным изделием, калорийность их весьма небольшая [2].

Ассортимент хлебцев на современном потребительском рынке настолько велик, что зачастую потребителю бывает очень сложно найти действительно стоящий продукт. В зависимости от рецептуры и назначения хрустящие хлебцы изготавливаются следующих наименований: десертные, столовые, любительские, ржаные простые и ржаные, посыпанные солью, к чаю, с корицей, московские, спортивные, домашние, к пиву [1].

Зачастую производители добавляют в состав хлебцев различные добавки: отруби или дробленая крупа, пророщенные зерна злаков, лецитин, кальций, морская капуста, йод, морковь, каротин, чеснок, изюм, укроп [4].

В зависимости от добавок хлебцы могут быть лечебным продуктом. К хлебцам, которые имеют более высокую лечебную и профилактическую направленность, нужно относиться особенно внимательно – их употребление ограничено, диетологи не рекомендуют их есть всем без исключения [5].

Самыми обогащенными являются хлебцы, изготовленные из цельного зерна, полученные методом экструзии. Чтобы приготовить экструзионные хлебцы используют аппарат экструдер. Особенность данной технологии состоит в том, что производитель не сможет использовать в процессе приготовления различные вредные и нежелательные добавки: ни жир, ни крахмал, ни дрожжи, ни сахар, ни консерванты с красителями. Следовательно, в составе таких хлебцев содержатся лишь два продукта: зерна и крупа. Вначале готовится влажная смесь из зерен, которая вымачивается от получаса до 12 часов с целью размягчения грубых оболочек. Затем эта масса засыпается в экструдер, где выдерживается еще некоторое время при очень высоком давлении и очень высокой температуре. В подобных условиях вода, впитавшаяся в зерна, мгновенно превращается в пар – происходит что-то вроде взрыва [4]. Практически тем же методом готовится всем известный попкорн. Только в отличие от попкорна зерно для хлебцев помещается в небольшую емкость, и в результате зерна слипаются друг с другом, формируя плотный брикет. При этом благодаря короткому периоду «выпечки», полезные вещества зерен и круп сохраняются в максимальном количестве [6].

Хлебцы, представляющие собой тонкие сухарики, состоящие из плохо заметных целых зернышек, изготавливаются точно так же, как и обычный хлеб. То есть замешивается тесто из муки, воды, дрожжей, сухого молока и специй, которое затем раскатывается пластинами и выпекается [7]. Данные хлебцы нужно выбирать более тщательно, ведь здесь производитель вправе добавить в продукт все что угодно. Это может быть лишенная витаминов и клетчатки мука высшего сорта, дрожжи, жир, сахар, соль, антиокислители и консерванты, следовательно, продукт не будет обладать высокой пищевой ценностью. Для фигуры такие хлебцы не рекомендованы, иначе вместо похудения вам обеспечен обратный эффект. В них содержатся быстрые углеводы, а разница лишь в том, что они содержат чуть меньше влаги, нежели хлеба и булки [5]. В соответствии с требованиями ГОСТ 9846-88 «Хлебцы хрустящие. Технические условия»

хлебцы должны быть сухими, хрустящими, хрупкими, слегка ломающимися, не крошиться, иметь равномерный цвет [1].

Целью данного исследования является выявление наиболее натуральных продуктов в данной группе товаров. Для проведения исследования было взято 4 образца. Результаты исследования состава и энергетической ценности по данным маркировки приведены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты исследования состава и энергетической ценности хлебцев по данным маркировки

Номер образца	Наименование продукта	Состав	Пищевая ценность в 100 г, г	Энерг. ценность, ккал/кДж
1	Хлебцы ржаные ТМ «Щедрые»	мука ржаная хлебопекарная обдирная, отруби пшеничные, мука пшеничная хлебопекарная второго сорта, вода питьевая, маргарин, дрожжи хлебопекарные, соль поваренная пищевая, солод ржаной	белки – 10 жиры – 4,5 углеводы – 70 клетчатка – 18,4	360/ 1752,5
2	Хлебцы вафельные «Елизавета»	мука пшеничная хлебопекарная высший сорт (содержит глютен), мука ржаная обдирная, масло подсолнечное рафинированное дезодорированное, молоко сухое обезжиренное, крахмал кукурузный, яичный порошок, соль поваренная пищевая, разрыхлитель натрий двууглекислый, эмульгатор лецитин обезжиренный соевый.	белки – 11,4 жиры – 3,5 углеводы – 70,7	368 / 1801
3	Хлебцы хрустящие «Капитан Хлебцов»	мука ржаная обдирная, мука пшеничная, мука кукурузная, солод, соль.	белки – 11,05 жиры – 1,50 углеводы – 64,25	310/ 1297
4	Хлебцы сухие брикетированные пшенично-гречневые ТМ «Здорово»	зерно пшеницы, крупа гречневая, соль пищевая	белки – 10,1; жиры – 0,0; углеводы – 57,1	289,5/1212, 1

Анализ состава образца №1 хлебцы ТМ «Щедрые» показывает, что он является отнюдь не идеальным для фигуры, в связи с тем, что в них был добавлен маргарин. Однако с другой стороны, они содержат большое количество клетчатки, которая обладает профилактическим действием, улучшает моторику кишечника и способна предупредить развитие рака кишечника.

Хлебцы хрустящие «Елизавета» имеют наибольшую калорийность по

сравнению с остальными представленными продуктами. Она составляет 368 ккал на 100 г продукта, это можно объяснить тем, что в составе образца №2 наблюдается большое количество различных ингредиентов, которые делают продукт столь калорийным. Такие хлебцы точно не следует употреблять тем, кто тщательно следит за своей фигурой.

Составляющие ингредиенты образца №3, несомненно, радуют, если верить производителю, продукт полностью натурален и имеет достаточно высокую пищевую ценность для организма. Состав образца №4 является простым и понятным, продукт не содержит никаких добавок.

По результатам исследования установлено, что состав всех образцов хлебцев, реализуемых на потребительском рынке г. Перми, соответствует требованиям ГОСТ 9846-88 «Хлебцы хрустящие. Технические условия» [1]. Пищевые добавки искусственного происхождения в составе всех образцов отсутствуют.

С целью выявления актуальности хлебцев на современном рынке нами проведен опрос среди населения г. Перми, в котором приняло участие 30 человек. Целью опроса является выявление людей, предпочитающих в своем рационе хлебцы другим хлебобулочным изделиям.

Результаты опроса представлены на рисунке 1.

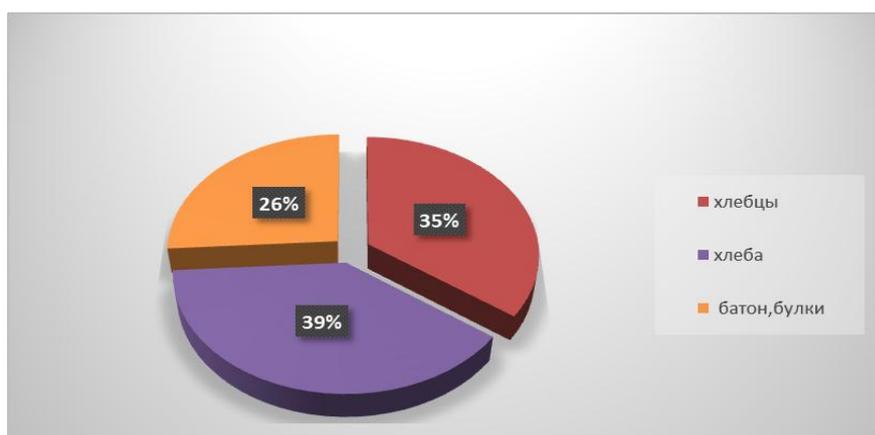


Рисунок 1 – Предпочтения потребителей в категории хлебобулочных изделий

Как видно из диаграммы на рисунке 1, большая часть населения все-таки предпочитает обычный хлеб (39%), на втором месте, как раз таки расположились хлебцы (35%), на третьем - батоны и булки. Это значит, что хлебцы занимают одну из лидирующих позиций в группе данных продуктов.

В данной статье были проанализированы метод изготовления, состав, а также полезные свойства хлебцев. Действительно, хлебцы имеют большое количество ингредиентов, которые способны не только насытить наш организм, но и оказать лечебные свойства, особенно действенным является оказание эффекта на желудочно-кишечный тракт, улучшается пищеварение. Данный продукт обладает профилактическим действием и вдобавок ко всему, помогает поддержать фигуру в отличной форме. Выше перечисленные свойства имеют только цельнозерновые хлебцы.

В проведенном опросе была рассмотрена актуальность хлебцев по сравнению с другими хлебобулочными изделиями. Из опрошенных 30 человек, почти половина проголосовала за хлебцы, а это значит, что для потребителя это очень важный и необходимый продукт.

Список литературы:

1. ГОСТ 9846-88 «Хлебцы хрустящие. Технические условия», М.: Стандартинформ, 2009 . – 12 с.
2. Богданова Татьяна. Хлебцы: одни сжигают калории, а другие вреднее батона - URL: <http://www.aif.ru/food/products/19057> (дата обращения 13.10.2017)
3. Воронина Э.В. Исследование качества и безопасности соковой продукции из фруктов и овощей / Э.В.Воронина, С.С.Дубровина, В.В.Новикова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук, 2016. – Т.8. - №2-3. – С.653-657
4. Принципы похудения. Принципы диет: низкокалорийная диета, маложирная диета, монодиеты, белковые диеты - URL: <http://inflora.ru/diet/diet393.html> (дата обращения 13.10.2017)
5. Хлебцы - калорийность и состав. Польза и вред хлебцев - URL: <http://findfood.ru/product/xlebc1> (дата обращения 13.10.2017)
6. Хлебцы — калорийность и пищевая ценность - URL: <http://dietadiary.com/how-many-calories/%D0%A5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D1%86%D1%8B> (дата обращения 13.10.2017)

7. Чем полезны хлебцы: выбор, использование в диетическом питании -
URL: <http://woman365.ru/polza-i-vred-hlebcev/> (дата обращения 13.10.2017)

ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ В ГОРОДЕ ПЕРМИ

Мусина Диана Александровна

Студентка Пермской государственной фармацевтической академии

Минздрава РФ

Дубровина Светлана Сергеевна

*кандидат фармацевтических наук, доцент Пермской государственной
фармацевтической академии Минздрава РФ*

Аннотация

В работе рассмотрены вопросы обеспечения населения города Перми безопасной питьевой водой. Приведены результаты исследования микробиологических показателей безопасности бутилированной воды, реализуемой на потребительском рынке г. Перми.

Ключевые слова: питьевая вода, безопасность, качество, микробиологические показатели

Общеизвестно, что вода является важнейшим фактором здоровья человека. В работе [7] нами показано, что загрязнение водных объектов в настоящее время является глобальной экологической проблемой. Обеспечение населения безопасной питьевой водой осуществляется главным образом путем организации централизованной системы хозяйственно-питьевого водоснабжения. Качество водопроводной воды зависит от качества воды в водоисточнике и состояния системы водоснабжения. Подача питьевой воды низкого качества может быть причиной увеличения числа болезней инфекционной и неинфекционной природы, сокращения продолжительности жизни человека. Население вынуждено использовать альтернативу – употреблять родниковую воду или воду, расфасованную в емкости. Согласно данным специалистов, российский рынок бутилированной воды к настоящему моменту в целом сложился. На нем присутствуют большинство мультинациональных брендов, несколько независимых российских компаний, множество мелких производителей [9].

Основной целью исследования является изучение проблемы качества питьевой воды в г. Перми, оценка эпидемической безопасности расфасованной воды по микробиологическим показателям.

Водоснабжение города осуществляется из рек Камы, Чусовой, Сылвы. Исходная вода имеет низкое качество и вследствие природно-обусловленных высоких концентраций солей жесткости, общего железа и вследствие большого числа техногенных источников загрязнения [5, 11]. Оборудование и технологии пермских водозаборов обеспечивают очистку воды до уровня гигиенических требований к питьевой воде. Основные этапы водоподготовки заключаются в ее осветлении, фильтрации, дезинфекции методом хлорирования. Однако, согласно данным Роспотребнадзора, в Пермском крае количество нестандартных проб воды в водопроводах составляет по санитарно-химическим показателям 9%, по микробиологическим показателям – 2,5% [5]. Основными причинами сложившейся ситуации в сфере водоснабжения и водоотведения специалисты называют высокий уровень загрязнения водных объектов и санитарное неблагополучие водоисточников, высокую степень изношенности водопроводных систем, использование устаревших технологий водоподготовки, недостаточное финансирование отрасли.

Безопасность питьевой воды в эпидемическом отношении наиболее приоритетна в сравнении с химическими показателями, что обусловлено популяционным риском микробиологического загрязнения для здоровья человека. Хлорирование воды на очистных станциях на сегодня является наиболее эффективным, доступным, недорогим и распространенным методом обеззараживания природных вод. Наличие остаточного хлора в пределах установленных норм в водопроводной воде гарантирует ее безопасность в эпидемическом отношении. Существенный недостаток данного метода - образование тригалометанов (хлороформа, бромформа, дибромхлорметана, бромдихлорметана, четыреххлористого углерода), которые в организме человека могут вызвать развитие заболеваний органов пищеварения, эндокринной

системы, ЦНС, системы крови [10]. Установлена зависимость развития у детей избытка массы тела с повышенным содержанием хлороформа в крови [8].

Питьевая вода, расфасованная в емкости, должна быть безопасна для потребления человеком по микробиологическим, паразитологическим и радиационным показателям, безвредна по химическому составу и иметь благоприятные органолептические свойства [1,2]. Гарантом качества расфасованной воды выступает изготовитель, который обязан обеспечить безопасность для здоровья человека расфасованных вод при их розливе, транспортировке, хранении и в течение всего разрешенного срока реализации в оптовой и розничной торговле. В зависимости от качества питьевой воды расфасованную воду подразделяют на две категории: первая и высшая. Последнюю производят из воды самостоятельных подземных (родниковых или артезианских) водоисточников, надежно защищенных от биологического и химического загрязнения. Она должна быть оптимальна по качеству и дополнительно соответствовать критериям физиологической полноценности. В зависимости от способов водообработки расфасованную воду подразделяют на очищенную или доочищенную из водопроводной сети и кондиционированную (дополнительно обогащенную макро- и микроэлементами) [3]. В качестве методов доочистки производители бутилированной воды используют обратный осмос, коагуляцию [6]. Такая технология при тщательной очистке приводит к удалению всех примесей и снижению общей минерализации воды, потере физиологической полноценности. Есть данные, что качество воды, расфасованной в емкости, не всегда отвечает гигиеническим требованиям по химическим и микробиологическим показателям [6, 11].

Нами исследованы 2 образца бутилированной воды, источники которой находятся на территории Пермского края, и 3 образца воды, расфасованной на территории Московской, Самарской областей и в городе Екатеринбурге. Согласно маркировке, вода всех образцов относится к первой категории расфасованных вод: производители использовали артезианские воды (3 образца)

и доочищенную воду централизованных систем питьевого водоснабжения (2 образца). Определение общего микробного числа воды, общих колиформных бактерий проводили по общепринятой методике [4]. Результаты показали содержание микроорганизмов менее 10 КОЕ/мл и отсутствие санитарно-показательных микроорганизмов, что соответствует гигиеническим требованиям.

Вопросы обеспечения населения города Перми безопасной питьевой водой являются актуальными и приоритетными. Необходимо проведение со стороны уполномоченных государственных органов более строгой системы контроля качества расфасованной воды, а также реализация государственных программ по внедрению в производство новейших технологий очистки и подготовки воды.

Список литературы:

1. ГОСТ 32220-2013 Вода питьевая, расфасованная в емкости. Общие технические условия.
2. Технический регламент Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011)
3. СанПиН 2.1.4.1074-01. Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества.
4. МУК 4.2.1018-01. 4.2. Методы контроля. Биологические и микробиологические факторы. Санитарно-микробиологический анализ питьевой воды. Методические указания
5. Государственный доклад «О состоянии санитарно-эпидемиологического благополучия населения в Пермском крае в 2016 году». URL: http://59.rospotrebnadzor.ru/c/document_library/get_file?uuid=1eb7862f-cd8a-4d9e-87de-e687570fd5b8&groupId=10156 (дата обращения 05.10.2017)
6. Арефьева А.С, Батракова Г.М. Вопросы качества бутилированной воды в г. Перми / А.С. Арефьева, Г.М. Батракова // Научные исследования и инновации. 2010. - № 4. - С. 3-6.
7. Воронина Э.В. Формирование профессиональных компетенций провизоров при выполнении самостоятельной работы студентами по дисциплине «Основы экологии и охраны природы» / Э.В.Воронина, В.В.Новикова, С.С.Дубровина, А.В.Баландина // Современные наукоемкие технологии, 2016. – №.3-1. – С. 106-110.
8. Лужецкий К.П, Маклакова О.А., Палагина Л.Н. Нарушения жирового и углеводного обмена у детей, потребляющих питьевую воду ненормативного качества / К.П. Лужецкий, О.А. Маклакова, Л.Н. Палагина // Гигиена и санитария. – 2016. - № 1. – С. 66-70.

9. Рынок питьевой воды в России: объем производства стабилизировался URL: <http://www.indexbox.ru/news/obiem-proizvodstva-pitievoi-vodi-v-rossii-stabilizirovalsya/> (дата обращения 05.10.2017)
10. Сбоев А.С., Романенко К.В. Анализ влияния хлорорганических соединений, содержащихся в воде сети хозяйственно-питьевого водоснабжения, на здоровье населения в городах Пермского края / А.С. Сбоев, К.В. Романенко // Гигиена и санитария. – 2016. - № 1. – С. 14-17.
11. Щукова И.В. Проблема качества питьевой воды (на примере г. Перми) // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=15810> (дата обращения: 04.10.2017).

РЫНОК ОБУВИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Мисютина Таисия Александровна

Студентка факультета коммерции

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Симанова Ирина Марковна

кандидат фармацевтических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

В работе проведен анализ современных тенденций на рынке обуви. Показано, что на рынке обуви основную долю занимают импортные производители, и эта доля постепенно увеличивается.

Ключевые слова: обувь, рынок, тенденции, ассортимент.

Обувной рынок в РФ динамично развивался в докризисный период. Обувь – это товар, который имеет ограниченный срок службы – в среднем 1,5-2 года, поэтому человек независимо от уровня дохода, периодически меняет обувь, так как она изнашивается.

Начиная с 2008 года, рынок обуви испытывает взлеты и падения. В период кризиса 2008-2009 гг. наблюдалось сильное падение спроса на обувь, а в 2010 году спрос вернулся к докризисному уровню. В период с 2011 по 2014 года наблюдался незначительный рост обувного рынка в РФ. Однако в 2015 году спрос на обувь резко упал (на 28%). Среднее потребление обуви в РФ с 2015 года составляло около 2 пар на человека в год, что близко к уровню физического износа [4].

По результатам исследований маркетингового агентства DISCOVERY Research Group объем российского обувного рынка в 2016 году снизился на 17,1% по сравнению с 2015 годом и составил 271,1 млн. пар. В стоимостном выражении объем рынка обуви достиг 1043,2 млрд. руб., что на 6,8% больше показателя 2015 года [1]. В 2017 году продажи обуви в России в натуральном выражении по разным оценкам увеличатся на 5-6%.

В первой половине 2017 года объем рынка обуви в натуральном выражении вырос по сравнению с первой половиной 2016 года на 17,2% и составил 181 млн. пар. В стоимостном выражении прирост рынка составил 24,6%, т.е. 721,6 млрд. руб. В тоже время первое полугодие 2017 года, несмотря на наметившиеся положительные тенденции, прошло под флагом кризиса.

Кризис носит продолжительный характер, россияне адаптируются к новым условиям, пересматривают структуру своих расходов. Уровень жизни снизился, тем самым потребители переходят из более дорогих сегментов в более дешевые. Покупатели продолжают экономить, их реальные доходы снизились. Россияне тратят свои доходы на продукты питания, лекарства, а также на жилищно-коммунальные услуги, что в свою очередь приводит к экономии на покупке обуви. Обувным компаниям в данной ситуации приходится выводить на рынок более дешевые линейки товаров, в новых коллекциях предлагать классическую обувь, универсальные модели, которые подходят под любую одежду, а также модели обуви из искусственных и комбинированных материалов [5].

У крупных сетевых компаний всегда есть преимущество перед разоренными магазинами с точки зрения цены, контроля качества и логистики. В плане консолидации обувной рынок проходит тот же этап, что и рынок продуктов питания лет пятнадцать назад.

В период кризиса часть мелких магазинов уходит с рынка и у крупных компаний есть шанс нарастить свою долю. Если в предыдущие годы многие российские обувные сети делали ставку на сохранение текущих объемов бизнеса, то в этом году уже ряд ритейлеров планируют рост и открытие новых

магазинов. При этом ждать активного прихода на российский рынок иностранных обувных сетей не стоит, хотя, наш рынок привлекает их своими масштабами (до кризиса в РФ продавалось более 400 млн. пар обуви в год). Некоторые компании, в частности из Польши и Германии, предпринимали попытки открыть свои магазины в России, но пока в массовом среднеценовом сегменте иностранцы (за исключением ЕССО) не смогли выдержать конкуренцию на российском рынке. В первую очередь это связано с климатическими особенностями. Иностранным обувным компаниям необходимо разрабатывать коллекции специально для российского рынка, подстраиваться под иные сроки начала и завершения обувных сезонов, потребительские предпочтения и прочее [2]. На рисунке 1 представлены российские производители обуви эконом сегмента в 2016 году [3].

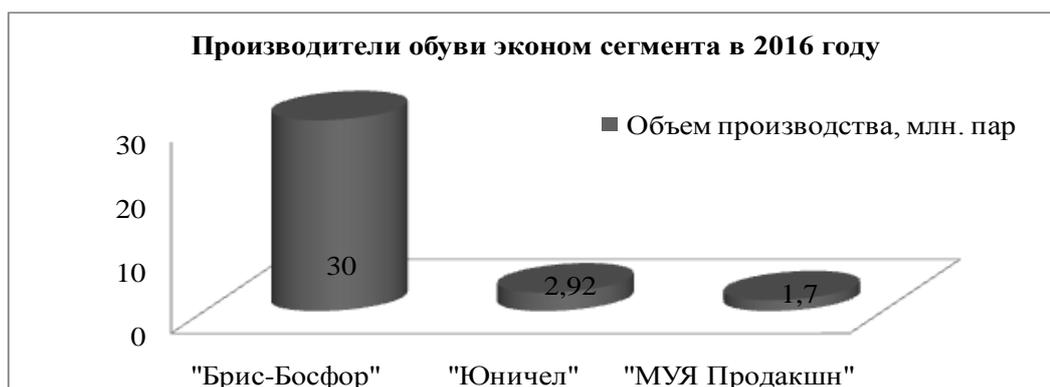


Рисунок 1 – Производители обуви эконом сегмента в 2016 году [3]

Как видно из рисунка 1, в эконом сегменте в 2016 году лидирующим производителем обуви остается компания «Брис-Босфор» с объемом производства 30 млн. пар. На втором месте стоит «Юничел» с выпуском обуви 2,92 млн. пар. На третьем месте «МУЯ Продакшн» – 1,7 млн. пар.

На рисунке 2 представлены производители обуви среднего ценового сегмента в 2016 году [4]. В среднеценовом сегменте лидером-производителем стала компания «Егорьевск-обувь» с объемом выпуска 3 млн. пар. Далее следует «Скороход» – 1,6 млн. пар. Замыкает тройку лидеров «Парижская коммуна» – 0,657 млн. пар (рисунок 2).

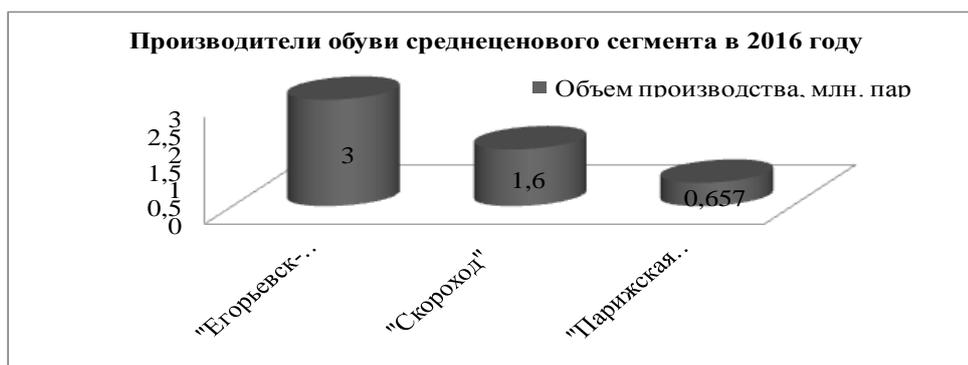


Рисунок 2 – Производители обуви среднеценового сегмента в 2016 году

На рисунке 3 представлен топ-10 игроков российского обувного рынка по числу фирменных магазинов на 31.12.2016 г. [6].



Рисунок 3 – Топ-10 игроков российского обувного рынка по числу фирменных магазинов на 31.12.2016 г.

Из рисунка видно, что самое большое количество магазинов составляет у обувной сети «Kari» - 836, а самое маленькое у сети «Ессо» - 158.

Рассмотрим наметившиеся тенденции, происходящие на рынке обуви на современном этапе.

1. Постепенно стала увеличиваться доля среднеценового сегмента обуви. Так, в первой половине 2017 года низкоценовой сегмент обуви сократился до 59%, среднеценовой увеличился до 36%, а высокоценовой остался на уровне 5%.

2. На рынке РФ наибольшую долю занимает обувь импортного производства и эта доля постепенно увеличивается. В первой половине 2017 года объем импорта обуви в Россию составил 132,6 млн. пар, что на 24,8% больше показателя первой половины 2016 года. В стоимостном выражении объем импорта вырос на 28,5% и составил 583,5 млрд. руб.

В первой половине 2017 года доля отечественного производства составила 22,3%, доля импорта – 80,9%. В первой половине 2017 года наибольшая доля импорта обуви в натуральном выражении поставлялась из Китая – 75%. Остальные страны занимают незначительную долю. Так, на Вьетнам приходится только 3% импорта, на Турцию – 1% [5].

Список литературы:

1. Анализ рынка обуви в России: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://drgroup.ru/235-issledovanie-rossiiskogo-rinka-obuvi.html>. (дата обращения: 17.09.2017).
2. Кожевенное производство: результаты и перспективы: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://legprom.rbc.ru/articles/kozhevennoe-proizvodstvo-rezultaty-i-perspektivy/> (дата обращения: 17.09.2017).
3. Обувная промышленность в России: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://delonovosti.ru/business/3404-obuvnaya-promyshlennost-v-rossii-rech-o-zameschenii-importnyh-tovarov-ne-idet.html>. (дата обращения: 19.09.2017).
4. Пять трендов обувного рынка в 2017 году: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://uprzapasami.ru/pyat-trendov-obuvnogo-rynka-v-2017-godu/>. (дата обращения: 17.09.2017).
5. Российский обувной рынок после двухлетнего падения вырастет в 2017 году: [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://www.dp.ru/a/2017/03/16/Rossijskij_obuvnoj_riнок (дата обращения 11.10.2017).
6. Рынок обуви в России: [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.indexbox.ru/news/dno-projdeno-po-itogam-pervogo-polugodiya-2016-g-proizvodstvo-obuvi-vyroslo/>. (дата обращения: 17.09.2017).

АССОРТИМЕНТ ТОВАРОВ БЫТОВОЙ ХИМИИ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В МАГАЗИНАХ ГОРОДА ПЕРМИ

Соловьева Юлия Ивановна

*Студентка факультета коммерции
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова*

Мазунина Татьяна Александровна

*кандидат фармацевтических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова*

Аннотация

Проведен анализ ассортимента товаров бытовой химии, реализуемого в г. Перми. Показано, что ассортимент разнообразный и постоянно расширяется, в том числе за счет товаров региональных производителей.

Ключевые слова: товары бытовой химии, ассортимент, тенденции, региональные производители

Бытовая химия – это подотрасль химической промышленности, осуществляющая разработку и производство химических средств бытового назначения [1]. Жизнь современного человека невозможно представить без товаров бытовой химии. Они облегчают быт, сохраняют потребительские свойства одежды, предметов домашнего обихода. Ассортимент товаров бытовой химии постоянно обновляется и расширяется за счет как отечественной, так и зарубежной продукции. В результате стабильного спроса на бытовую химию многие российские торговые предприятия специализируются на ее продаже. При этом в силу ограниченности отечественного ассортимента торговые организации ориентируются на заключение договоров с зарубежными производителями. Импортные товары бытовой химии составляет большую часть ассортимента в магазинах благодаря разнообразию ассортимента, современному дизайну упаковки и гибкой политике цен.

К товарам бытовой химии относятся чистящие и моющие средства, клеющие товары, лакокрасочные товары, пятновыводящие средства, полирующие средства, дезинфицирующие средства, средства для борьбы с насекомыми и грызунами, удобрения, автокосметика и др. [4].

В магазинах Перми большую часть ассортимента товаров бытовой химии занимают следующие группы товаров: средства для стирки, средства для мытья посуды, чистящие и дезинфицирующие средства, средства для ухода за одеждой и обувью, средства от насекомых, освежители воздуха и др. Формирование ассортимента товаров бытовой химии в магазине в первую очередь подчинено интересам наиболее полного удовлетворения спроса населения и, кроме того, обеспечению прибыльной работы магазина. Ниже на рисунке 1 представлена структура ассортимента товаров бытовой химии в городе Перми в зависимости от объема продаж.

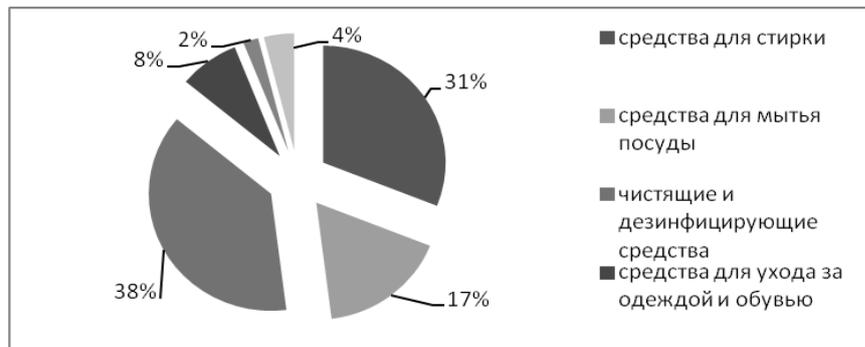


Рисунок 1 – Структура ассортимента товаров бытовой химии

Как видно из рисунка 1 наибольший удельный вес имеют чистящие и дезинфицирующие средства (38%), а также средства для стирки (31%), так как они имеют наибольший расход, соответственно спрос на них большой. Наименьший удельный вес имеют средства от насекомых (4%). Спрос на средства от насекомых особенно увеличивается с наступлением летнего сезона. Также наименьший удельный вес имеют освежители воздуха (2%).

Ассортимент чистящих и дезинфицирующих средств в магазинах Перми представлен чистящими порошками, средствами для мытья полов, гелями для удаления стойких и жирных загрязнений, гелями для ванной комнаты, чистящими средствами для устранения засоров, средствами для удаления накипи и ржавчины.

Чистящие и дезинфицирующие средства представлены торговыми марками «Salix», «Мастер Блеск», «Sanita», «Zero», «Mr. Proper», «Comet», «CillitBang», «Cif», «Sanfor», «Биолан», «Пемолюкс», «Dosia», «Санокс», «Аист», «Mr. Muscle», «Clean», «Glorix», «Sarma», «Larbrevert», «Salix» и др.

К отечественным производителям чистящих и дезинфицирующих средств относятся:

- Компания «Норвин», Московская область, выпускает чистящие средства «Salix»;
- ЗАО «ДомБытХим»- чистящие средства «Мастер Блеск»;

- «Ступинский химический завод», расположенный в Московской области, г. Ступино, производит чистящие средства под такими марками, как «Sanita» и «Sanfor»;
- ООО «НэфисКосметикс» г. Казань производит чистящие средства под торговой маркой «Биолан»;
- ЗАО «Аист» г. Санкт-Петербург производит чистящие и дезинфицирующие средства под торговой маркой «Санокс»;
- Компания «НОРВИН», Московская область выпускает чистящие средства.

Одним из Пермских производителей является филиал предприятия ООО «Хенкель Рус», который выпускает чистящие средства «Пемолюкс».

Средства для стирки представлены на рынке гелями, порошками, капсулами для стирки, таблетками, кондиционерами для стирки, отбеливателями и пятновыводителями.

Их реализуют под следующими торговыми марками: «Ласка», «Lenor», «Vernel», «Бос», «Vanish», «АСЕ», «Персоль», «Антипятин», «Selena», «Dr. Beckmann», «Tide», «Losk», «Persil», «Аистенок», «Лотос-М», «Пемос», «Ariel», «Миф», «Sorti», «Deni», «Биолан», «ViMax» и др.

Отечественные производители средств для стирки – это:

- ЗАО «Аист» г. Санкт-Петербург-выпускает отбеливающие средства «Боси», стиральные порошки «Аистенок»;
- ООО «ГРИНФИЛД РУС» г. Москва производит отбеливатели под торговой маркой «Персоль»;
- ООО «Торговый дом НХК» г. Москва выпускает хозяйственные мыла и пятновыводители под торговой маркой «Антипятин»;
- ООО «ХенкельРус» г. Москва производит стиральные порошки «Losk», «Persil», «Пемос», «Deni»;
- ООО Невская бытовая химия, г. Санкт-Петербург выпускает стиральные порошки «Лотос – М»;

— ООО «НефисКосметикс», г. Казань производит стиральные порошки под торговой маркой «Sorti», «Биолан», «Vimax».

Средства для мытья посуды магазины Перми реализуют под торговыми марками «Fairy», «Миф», «Pril», «Sorti», «AOS», «Пемолюкс», «Биолан». Среди российских производителей средства для мытья посуды выпускают ООО «ХенкельРус» и ОАО «НэфисКосметикс».

Освежители воздуха реализуют следующих товарных марок: «Greenworldмох», «Прованс», «Symphony», «AirWick», «Glade», «Breesal», «Ambipur», «Alpica» и др.

Российскими производителями освежителей воздуха являются ООО «Аэростар Контракт», ООО «Аэрозоль Новомосковск», «Арнест» и др.

К средствам для ухода за одеждой и обувью относятся кремы для обуви, аэрозоли для обуви, крем-воск, крем-краска для обуви. Их реализуют под марками: «Salton», «Kiwi», «Salamander», «Silver», «Дивидик» и др.

Одним из главных производителей в России является ООО «Аэрозоль Новомосковск».

Средства от насекомых реализуют различные пластины, аэрозоли, спреи, крема торговых марок «Раптор», «Чистый дом», «Mosquitall», «Gardex», «Picnic», «Тайга», «Мое солнышко» и др. К российским производителям средств от насекомых относятся:

— ООО «ПСК Техноэкспорт» - Московская область;

— ООО «Аэрозоль Новомосковск»;

— ГринфилдРус – г. Москва;

— ОАО «Аванта» - г. Краснодар.

Рынок товаров бытовой химии сильно монополизирован двумя ведущими иностранными компаниями. Лидером является американская компания «Procter&Gamble», которая владеет контрольным пакетом акций завода «Новомосковскбытхим». Основные бренды этой компании – это «Ariel», «Tide», «Dreft», «Ace», «Миф», «Lenor», «Comet», «Fairy», «Mr.Proper». Второе место у

немецкого производителя «Henkel Group», владеющего предприятиями «Эра» и «Пемос» (бренды «Пемолукс», «Prill», «Somat», «Persil», «Losk», «Deni», «Пемос», «Ласка», «Vernel», «Bref», «Clin»). На долю этих компаний в 2016 году приходилось примерно 53% всех розничных продаж бытовой химии в денежном выражении. На рисунке 2 представлены доли основных производителей товаров бытовой химии в денежном выражении [6].

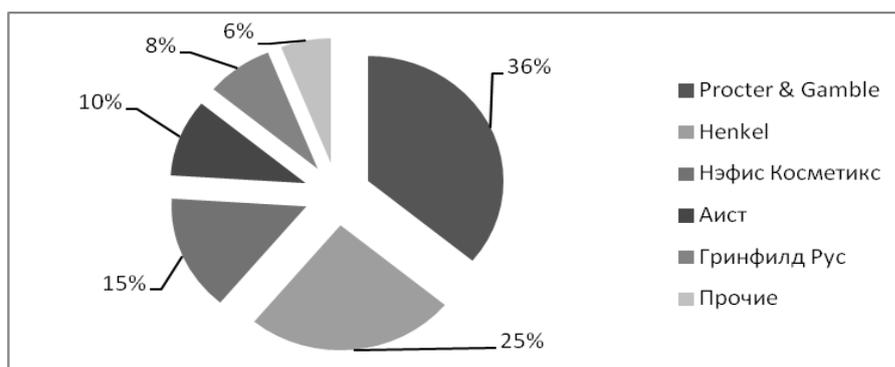


Рисунок 2 – Доли основных производителей товаров бытовой химии в денежном выражении, %

Как видно из рисунка 2 большую долю реализуемых товаров бытовой химии имеет компания «Procter & Gambel», а также компания «Henkel». Наименьшую долю реализуемых товаров имеют «Гринфилд Рус» и прочие производители.

Таким образом, ассортимент товаров бытовой химии, реализуемых в магазинах города Перми достаточно многообразен. Помимо зарубежных производителей большое количество товаров реализуется российских производителей. Среди российских производителей выделяют ЗАО «Аист», «Гринфилд Рус», ООО «Хенкель Рус», ООО «Невская бытовая химия». Они выпускают товары бытовой химии различного назначения.

Ассортимент товаров бытовой химии постоянно расширяется за счет введения новых наименований товаров и появления новых производителей, не только зарубежных, но и отечественных.

Список литературы:

1. Вилкова, С. А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров:/С.А.Вилкова. - М.: Дашков и К, 2014. - 500 с.

2. Голубенко О.А. Товароведение непродовольственных товаров: Учебное пособие/ - М.: Альфа-М: НИЦ [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.libsid.ru/teoreticheskie-osnovi-tovarovedeniya/tovarovedenie-neprodovolstvvennich-tovarov/tovari-bitovoy-chimii> (дата обращения 20.09.17).
3. Классификация товаров бытовой химии. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://megaobuchalka.ru/5/7496.html> (дата обращения 20.09.17).
4. Рынок товаров бытовой химии. [Электронный ресурс]/Режим доступа: <https://rg.ru/2016/09/19/rynok-bytovoj-himii-nachal-orientirovatsia-na-ekologichnost.html> (дата обращения 23.09.17).
5. Ruhim. ru информационно-новостной портал о бытовой химии. [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.ruhim.ru/article/rinok_tov_rek.htm (дата обращения 23.09.17).

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ПОЛИМЕРАЗНОЙ ЦЕПНОЙ РЕАКЦИИ В КОНТРОЛЕ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Стародубцева Наталья Игоревна

Студентка Пермского института (филиала)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Аннотация

В работе рассмотрена сущность, преимущества и возможности применения метода полимеразной цепной реакции для контроля качества и безопасности продуктов питания.

Ключевые слова: импортозамещение, пищевые продукты, применение, полимеразная цепная реакция, безопасность, качество

Приоритетным фактором в обеспечении продовольственной безопасности и независимости России реализация программы импортозамещения, которая ориентирована не только на сокращение импортных товаров, но и создание рабочих мест, поддержание отечественного производителя, а также удешевление товаров при одновременном сохранении высокого качества и безопасности. В работах [2,3] освещены вопросы реализации данной программы.

По статистическим данным численность людей на планете составляет 7,5 млрд. человек, в перспективе к 2030 году ожидается увеличение больше чем на миллиард. По этой причине возрастает вероятность возникновения нехватки продуктов питания. Одним из решений настоящей проблемы стало создание

генетически модифицированных продуктов. В последнее время отмечается увеличение производства и импорта данного вида продукции. За последние 10 лет объемы потребления модифицированной сои в России составили 300 тысяч тонн, в странах Европейского союза и США - 50 миллионов тонн [6].

Полимеразная цепная реакция (ПЦР) - это метод, с помощью которого можно добиться увеличения малых концентраций определённых частей нуклеиновой кислоты (ДНК) в пробе. Его сущность заключается в имитировании естественной репликации ДНК, что позволяет обнаружить единственную специфическую молекулу ДНК наряду с большим количеством других.

Главными преимуществами ПЦР являются высокая чувствительность исследования, которая предоставляет возможность обнаружить довольно малые концентрации возбудителей в образцах; регулируемая специфичность анализа; универсальность (использование одного и того же оборудования для ПЦР-диагностики инфекционных или наследственных заболеваний человека); экономия времени (время проведения анализа не превышает 4-5 часов); эффективность (помогает избежать сложностей, возникающих при выращивании трудно культивируемых и некультивируемых форм микроорганизмов для диагностики хронических инфекций); широта исследуемого клинического материала. В качестве образца может быть использован как биологический материал от больного человека, так и другие субстраты, в которых могут быть идентифицированы молекулы ДНК (вода, почва, продукты питания, микроорганизмы и т.д.).

Области применения полимеразной цепной реакции как современного метода разнообразны. Это обусловлено вышеназванными достоинствами, а также широтой материала, который можно анализировать. Основные области, в которых находит применение ПЦР: клиническая медицина (диагностика инфекционных и наследственных заболеваний); экология (исследование состояния окружающей среды, анализ продуктов питания); судебная медицина и

криминалистика (распознавание личности, установление отцовства); фармакология; ветеринария; научные исследования (генетика) [4].

В настоящее время одним из путей увеличения продовольственных ресурсов является применение методов современной генной инженерии. Генетически модифицированные организмы (ГМО) – это организмы, генетический материал которых изменен с помощью методов генной инженерии. Прежде всего, это относится к растениеводству и созданию генно-модифицированных растений (ГМ-растений) с увеличенным сроком хранения, а также характерной устойчивостью к различным видам природных и антропогенных факторов. Благодаря производству пищевых и технологических добавок с помощью ГМ-микроорганизмов ассортимент поступающих на рынок продуктов стал расширяться.

Наиболее распространенными ГМ-растениями являются хлопок (до 81% присутствия в пищевых продуктах), соя (до 80%), картофель (до 60-70%), рис (до 50%), кукуруза (до 35%) и свекла сахарная (до 30%).

На сегодняшний день для контроля состава, качества и безопасности пищевых продуктов применяется полимеразная цепная реакция. За последние годы был исследован ряд пищевых продуктов с помощью данного метода, в результате чего выявлено наличие в них генетически модифицированных ингредиентов (некоторые виды рыбных и мясных полуфабрикатов, кондитерских изделий, пищевых добавок для кондитерской и хлебопекарной промышленности). В большинстве случаев это продукты, которые были произведены с применением сои. В таких наполнителях и стабилизаторах как картофельный и кукурузный крахмал также может содержаться генетически модифицированный материал. В этом случае особое внимание необходимо уделять изучению состава и соответствующей маркировке данной продукции. Использование белковых добавок, например, глютена и арахиса находит широкое применение, поскольку это существенно облегчает процесс придания некоторых особенностей, консистенции и вкуса многим продуктам.

Особое место метод ПЦР занимает в поиске новых штаммов микроорганизмов в производстве пищевых продуктов. Так, с целью нахождения новых видов молочнокислых микроорганизмов, используемых в качестве заквасок и пробиотиков, изучают состав микрофлоры кисломолочных продуктов, выделяют из них культуры бактерий, исследуют их свойства и характеристики. Некоторые молочнокислые бактерии семейства Lactobacillaceae входят в состав большинства заквасок, используемых для производства кисломолочных продуктов с использованием бифидобактерий (йогурт, простокваша, ряженка и др.). С помощью методов на основе полимеразной цепной реакции возможно качественно и в кратчайшие сроки идентифицировать молочнокислые бактерии [7].

На территории РФ действует ГОСТ Р 52833-2007 Микробиология пищевой продукции и кормов для животных. Метод полимеразной цепной реакции (ПЦР) для определения патогенных микроорганизмов. Общие требования и определения [1]. Минимальные требования, установленные в нем, предназначены для обеспечения сопоставимости результатов, полученных в разных лабораториях. Это способствует проведению эффективного контроля качества и безопасности пищевых продуктов, их идентификации и выявления фальсифицированной продукции, а также продукции имеющей несоответствующую маркировку.

В России в 2000-ом году метод ПЦР был утвержден Министерством здравоохранения РФ в качестве основного для идентификации ГМИ (генетически модифицированных источников) растительного происхождения в пищевых продуктах. Чувствительность этого способа позволяет определить ГМИ в продукте, даже если его содержание не превышает порогового значения - 0,9% [5].

Таким образом, несмотря на то, что данная технология появилась относительно недавно, сфера применения методов на основе ПЦР в испытаниях пищевой продукции находится в стадии стремительного развития. Согласно

анализу мирового рынка молекулярной диагностики, это одно из наиболее быстрорастущих направлений биотехнологии.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 52833-2007 Микробиология пищевой продукции и кормов для животных. Метод полимеразной цепной реакции (ПЦР) для определения патогенных микроорганизмов. Общие требования и определения. - Введ. 01.01.2009. - М.: Стандартинформ, 2008. - 12 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.internet-law.ru/gosts/gost/44318/> (дата обращения 04.11.2017)
2. Воронина Э.В. Импортозамещение в рыбной отрасли: оценка качества консервов из копченой рыбы // Актуальные вопросы импортозамещения в России Материалы Всероссийской научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Пермский институт (филиал). - 2016.- С. 5-9.
3. Дубровина С.С. Поиск перспективных пищевых ингредиентов среди продуктов органического синтеза / С.С.Дубровина, Э.В.Воронина, Н.М.Игидов, В.В.Новикова, Т.А.Мазунина // Современные проблемы науки и образования, 2015. - №5. – С.341.
4. Метод ПЦР. URL: <http://www.ld.ru/PCR/ilist-4208.html> (дата обращения 04.11.2017)
5. Методы определения ГМО в пищевых продуктах. URL: <https://bio.wikireading.ru/285> (дата обращения 04.11.2017)
6. Определение ГМО в продуктах и кормах для животных. URL: <http://kaz-nivi.kz/images/docs/rek2014/04rek2014.pdf> (дата обращения 04.11.2017)
7. Применение полимеразной цепной реакции для контроля качества пищевых продуктов. URL: <https://vivliophica.com/articles/food/464341> (дата обращения 04.11.2017)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ НОВЫХ ВИДОВ МОРОЖЕНОГО

Углева Екатерина Александровна

Студентка факультета коммерции

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Воронина Эмма Васильевна

кандидат химических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Проведен анализ современных тенденций в производстве мороженого. Показано, что создание новых видов этого продукта направлено в основном на расширение ассортимента продукции, ориентированной на здоровый образ жизни.

Ключевые слова: мороженое, рынок, тенденции, ассортимент

Потребительское поведение в отношении продуктов питания постепенно возвращается к докризисным показателям. Покупатели приобретают привычный для себя продуктовый ассортимент, но стали более внимательны к тратам средств, а именно, более тщательно относиться к качеству, количеству и цене тех продуктов, которые привыкли потреблять.

В ближайшее время начнется длительный процесс восстановления рынка, но уже сейчас ничего не мешает представлять актуальный и интересный продукт. Категория мороженого демонстрирует положительную динамику в последние два года, наращивая продажи в натуральном выражении на 6-7% и в денежном на 6-7% [12]. Способствует расширению ассортимента мороженого программа импортозамещения, которая в настоящее время успешно реализуется в различных отраслях пищевой промышленности России [4].

Рынок мороженого был и остается привлекательным с точки зрения инвестиций и перспектив развития технологий. Одним из подтверждений является усиление позиций сетевого ритейла, который активно вводит в свою продуктовую матрицу различные виды мороженого под собственной торговой маркой.

Ассортимент мороженого, производимый на предприятиях РФ, имеет характерную особенность: основу продукции составляет порционное мороженое - 70-80% общего объема производства, которое в осенне-зимний период сокращается максимум до 55%. Количество наименований продукции в зависимости от сезона изменяется на 15-20% (от 530 до 450). Объем выработки продукции изменяется существенно: в период спада - зимой - он составляет 30-40% летних объемов.

Анализ литературных источников [6] показывает, что в ассортименте мороженого можно выделить следующие тенденции: вытеснение дешевых видов продукции и наращивание высокодоходных групп; расширение сегмента продукции, ориентированной на здоровый образ жизни; увеличение

производства мороженого с пониженным содержанием жира и сахара; рост объемов выпуска мороженого с функциональными добавками и для домашнего употребления.

Тренд потребительского поведения развивается в сторону качественных продуктов, имеющих в своем составе натуральные ингредиенты и оригинальные вкусы [8]. Внимание производителей направлено на улучшение потребительских свойств продукта. Так, специалистами датской компании «Тетра Пак» разработана технология низкотемпературного фризирования DeerBlue. Она позволяет за короткий промежуток времени довести температуру мороженого до минус 12-15°C. Традиционная технология с применением обычного фризера позволяет достичь температуры продукта до минус 5°C. Технология DeerBlue позволяет не только снизить себестоимость продукции и повысить эффективность производства, но и существенно улучшить качество мороженого. В процессе низкотемпературного фризирования в мороженом до 60-65% воды переходит в твердое состояние, водные кристаллы имеют меньшие размеры, молочный жир распределяется более равномерно. Все эти процессы улучшают потребительские свойства продукта, такие как органолептическая ценность и усвояемость. Немаловажное значение для мороженого имеют эргономические свойства, а именно устойчивость к таянию, которая также повышается при применении технологии DeerBlue [12].

Тенденция к здоровому образу жизни в настоящее время набирает силу, прослеживается она и в отрасли мороженого. Многие производители наладили производство продуктов здорового питания. Известно, что кисломолочные продукты играют важную роль в диетическом и лечебном питании, так как имеют более высокую пищевую ценность, обусловленную высоким содержанием биологически активных веществ. В настоящее время разработана технология производства кисломолочного мороженого. В качестве пробиотических культур используются закваски AiVi, а в качестве пребиотика – Пищевые волокна пшеничные Nutriosa FB 06. Разработанные и утвержденные

технические условия включают ассортимент более чем 10 видов мороженого различных наименований: йогуртовое, творожное, кефирное, кумысное, сметанное, ацидофильное и другие виды [7].

В работе [5] нами показано, что невозможно решить вопросы продовольственной безопасности и производить качественные продукты питания без наличия в стране собственного развитого производства пищевых добавок. Активно внедряются новые пищевые добавки в производстве мороженого. Государственные стандарты качества в стране допускают наличие в продукте некоторых добавок, так как иначе срок хранения будет мал до невозможности реализации. При этом применение добавок искусственного происхождения не является благоприятным для организма человека. Проведены успешные выработки мороженого на молочной основе с применением нового натурального сахарозаменителя производства компании Processing Corporation, США - Мальтодекстрин Малтрин 100, который является легко усвояемым углеводом, идеальным источником энергии в диетических продуктах. В производстве мороженого он может применяться в качестве заменителя сахарозы, источника сухих веществ и как компонент, положительно влияющий на формирование структуры мороженого [3].

Разработаны рецептуры, позволяющие снизить калорийность мороженого и новая технология мороженого пониженной калорийности с использованием растворимых пищевых волокон, их композиций с полиолами, мальтодекстрином и подсластителями [9]. Разработаны новые виды мороженого с использованием соевых компонентов, в которых повышен уровень содержания белка. Известно, что по усвояемости соевые белки не уступают животным белкам, поэтому используются в рационе питания человека с целью увеличения общего объема потребления усвояемых белков, а также повышения пищевой ценности продуктов питания [2].

Отечественный рынок мороженого предлагает широкий выбор вкусов и наполнителей. Наряду с ценой разнообразие вкусов является важной

составляющей для удержания покупательского интереса и лояльности [11]. Вместе с тем, и на рынке мороженого возникают новые перспективные ниши. Например, до сих пор остается невостребованным огромный потенциал позиционирования продукции в сегменте «красота и здоровье». Примером такой продукции является создание черного мороженого. Данный тренд в текущем 2017 году прибыл из Японии в Россию. В сегменте HoReCa мороженое черного цвета можно попробовать в Москве. Продукт является полностью натуральным, черного цвета добиваются добавлением кокосового пепла, который получают обжигом и обработкой остатков кокосовой скорлупы, представляющей собой не что иное, как активированный уголь [10]. Пищевая добавка E153 - растительный уголь входит в список разрешенных к применению на территории стран Евразийского Союза в соответствии с ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств» [1]. Черное мороженое позиционируют как продукт с повышенной пищевой ценностью, так как активированный уголь является эффективным адсорбентом.

Среди промышленных фабрик, производящих мороженое для сегмента Retail тоже есть новатор. Черное мороженое «Сибирский уголь» с массовой долей жира 10% появилось в ассортименте холдинга «Снежный городок», который находится в Кемеровской области.

Анализ современных тенденций в производстве мороженого позволяет сделать вывод о том, что создание новых видов этого продукта направлено в основном на расширение ассортимента продукции, ориентированной на здоровый образ жизни.

Список литературы:

1. ТР ТС 029/2012 «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств»
2. Бикбаева Т.Ю. Технология мягкого мороженого с использованием продуктов переработки сои: дис...канд. т. наук. - Санкт-Петербург, 2003. - 203 с.

3. В ГК «Союзснаб» прошли успешные испытания нового мальтодекстрина в производстве мороженого – URL: <http://www.dairynews.ru/photoreports/v-gk-soyuzsnab-proshli-uspeshnye-ispytaniya-novogo.html> (дата обращения 22.10.2017)
4. Воронина Э.В. Импортзамещение в рыбной отрасли: оценка качества консервов из копченой рыбы // Актуальные вопросы импортзамещения в России Материалы Всероссийской научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Пермский институт (филиал). - 2016.- С. 5-9.
5. Дубровина С.С. Поиск перспективных пищевых ингредиентов среди продуктов органического синтеза / С.С.Дубровина, Э.В.Воронина, Н.М.Игидов, В.В.Новикова, Т.А.Мазунина // Современные проблемы науки и образования, 2015. - №5. – С.341.
6. Елхов В. И в зной, и в стужу. Рынок мороженого России – URL: <http://www.sostav.ru/news/2008/03/26/bissled/> (дата обращения 22.10.2017)
7. Инновационные технологии в производстве мороженого – URL: <http://www.foodnavigator.ru/inform/tehnology/innovacionnyie-texnologii-v-proizvodstve-morozhenogo.html> (дата обращения 22.10.2017)
8. Караваев С. Тренд потребительского поведения развивается в сторону качественных продуктов – URL: <http://www.holodteh.ru/UserFiles/File/Mbp-03-10/4-8.pdf> (дата обращения 22.10.2017)
9. Казакова Н.В. Разработка научно обоснованной технологии мороженого пониженной калорийности: автореф. дис. ...канд. т. наук - М., 2008. - 34 с.
10. Модный тренд: Черное мороженое – URL: <http://kaktutest.by/2016/06/modnyiy-trend-chnoe-morozhenoe/> (дата обращения 22.10.2017)
11. Моисеева Т.Г. Сладкий холод: бизнес на мороженом. «Справочник экономиста», 2013. - №12 / Экономика отрасли – URL: https://www.profiz.ru/se/12_2013/sladkij_holod/ (дата обращения 22.10.2017)
12. Новая технология производства мороженого разработана датскими учеными – URL: http://www.dairynews.ru/news/novaja_tehnologija_proizvodstva_morozhenogo_razrab.html (дата обращения 22.10.2017)
12. Nielsen: тенденции на российском рынке мороженого – URL: <https://mresearcher.com/2016/07/nielsen-tendentsii-na-rossijskom-rynke-morozhenogo.html> (дата обращения 22.10.2017)

2. СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК УСЛУГ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

РЫНОК САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Исакова Анастасия Дмитриевна

Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Оборин Матвей Сергеевич

доктор экономических наук, профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Фролова Наталья Владимировна

к. физико-математических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Санаторно-курортная деятельность имеет немаловажное значение в укреплении здоровья нашей страны. Санаторно-курортное лечение является особым видом медицинской помощи, которая основана на преимущественном использовании природных лечебных ресурсов для лечения, профилактики и оздоровления. Социально-экономическая эффективность оказываемых санаторно-курортных услуг характеризуется такими показателями, как снижение заболеваемости населения, увеличение продолжительности жизни, снижение трудовых потерь, снижение травматизма. В статье характеризуется и анализируется санаторно-курортная деятельность Сибирского федерального округа, рассматриваются и характеризуются основные социально-экономические и демографические показатели.

Ключевые слова: санаторий, курорт, санаторно-курортная деятельность, федеральный округ, рекреационные услуги, природный потенциал

Объектом исследования выбран Сибирский федеральный округ (СФО). Площадь региона 5114,95 тыс. км², что составляет 30,04% от всей территории России. Численность населения на 2015 год составила 19312169 человек (13,16% от населения РФ) [5]. В состав округа входят 12 субъектов (регионов) Российской Федерации: Красноярский край, Новосибирская область, Кемеровская область, Иркутская область, Алтайский край, Омская область, Забайкальский край, Томская область, Республика Бурятия, Республика Хакасия, Республика Тыва, Республика Алтай.

Лечебно-оздоровительные местности региона обладают уникальным сочетанием природных факторов – разнообразием форм рельефа, живописного ландшафта, наличием пресных и соленых вод, тянувшихся на тысячи километров многоводных рек, озер, горных гряд и плоскогорий, бескрайней тайги, холодного царства тундры, арктических пустынь.

По данным официальной статистики за последние 10 лет в России наметилась тенденция к увеличению потребности населения в санаторно-курортных услугах.

Таблица 1

Динамика изменения показателей СКО по РФ за период 2005-2015 года*

Год	Число СКО		Число размещенных в СКО		Число мест в СКО	
	Кол-во СКО (ед.)	Удельный вес СКО (%)	Кол-во размещенных в СКО (чел.)	Удельный вес размещенных в СКО (%)	Кол-во мест	Удельный вес мест в СКО (%)
2005	2173	9,87	5941198	9,10	431695	9,10
2006	2148	9,76	6084758	9,32	441482	9,30
2007	2118	9,62	6071425	9,30	432725	9,12
2008	2147	9,75	6356495	9,74	445924	9,40
2009	1997	9,07	5774527	8,85	428250	9,02
2010	1945	8,83	5674233	8,70	422886	8,91
2011	1959	8,90	5732863	8,79	424669	8,95
2012	1905	8,65	5750682	8,81	419980	8,85
2013	1840	8,36	5682543	8,71	407388	8,58
2014	1905	8,65	6087366	9,33	443405	9,34
2015	1878	8,53	6100583	9,35	447035	9,42
Итого	22015	100,00	65256673	100,00	4745439	100,00

*составлено по данным [4]

Анализируя динамику показателей СКО за период 2005-2015 года можно заметить, что количество санаторно-курортных организаций за 10 лет уменьшилось на 295 организации, в то время как показатели количества размещенных в СКО и числа мест в СКО увеличились. Это можно объяснить тем, что сегодняшняя нестабильность в экономической и политической среде толкает население к предпочтению внутреннего туризма выездному.

Сибирский федеральный округ занимает четвертое место среди других федеральных округов по количеству СКО – 236 организаций, что составляет

12,57% от общего количества СКО по РФ. Доля размещенных в них человек составляет 11,35%, что в натуральном выражении равно 692501 чел. [4].

Таблица 2

Динамика СКО по субъектам СФО за 2015 год*

Субъект СФО	Число СКО		Число мест СКО		Число номеров		Число ночевок		Число размещенных	
	Кол-во СКО, (ед.)	Удел. вес СКО, (%)	Кол-во мест в СКО, (мест)	Удел. вес мест в СКО, (%)	Кол-во номеров, (номеров)	Удел. вес номеров, (%)	Кол-во ночевок, (ночевок)	Удел. вес ночевок, (%)	Кол-во размещ. в СКО, (чел.)	Удел. вес размещ. в СКО, (%)
Новосибирская обл.	28	11,86	5852	13,15	2101	11,07	923705	10,62	76840	11,10
Респ. Алтай	2	0,85	253	0,57	97	0,51	71010	0,82	1762	0,25
Респ. Бурятия	19	8,05	2443	5,49	857	4,52	384091	4,42	26214	3,79
Респ. Тыва	4	1,69	434	0,98	246	1,3	58946	0,68	1972	0,28
Респ. Хакасия	9	3,81	1936	4,35	853	0,004	419594	4,83	21784	3,15
Алтайский край	41	17,37	8324	18,71	4005	21,10	2105834	24,22	186093	26,87
Забайкальский кр.	11	4,66	1660	3,73	976	5,14	183757	2,11	17271	2,49
Красноярский кр.	19	8,05	4960	11,15	2094	11,03	926033	10,65	71146	10,27
Иркутская обл.	26	11,02	4790	10,77	2428	12,79	796027	9,16	57783	8,34
Кемеровская обл.	45	19,07	7332	16,48	2707	14,26	1541022	17,72	103597	14,96
Омская область	23	9,75	5065	11,38	1910	10,06	959634	11,04	107100	15,47
Томская обл.	9	3,81	1445	3,25	705	3,71	324992	3,74	20939	3,02
Всего по СФО	236	100,00	44494	100,00	18979	100,00	8694645	100,00	692501	100,00

*составлено по данным [4]

Общее количество СКО в СФО равно 236. Проанализировав данные таблицы 1, можно сделать вывод о том, что санаторно-курортная деятельность больше всего развита в Алтайском крае и Кемеровской области, показатели этих субъектов лидируют среди других субъектов СФО.

Заболевания, выявленные у населения страны, могут быть предупреждены в СКО, обеспечивающих эффективную профилактику различных заболеваний. Самым знаменитым курортом в СФО является «Белокуриха». Основной лечебный эффект достигается применением минеральных вод из естественных термальных источников. На территории курорта проводится обследование и

лечение опорно-двигательных, желудочно-кишечных, эндокринных, нервных, костно-мышечных, сердечно-сосудистых, мочеполовых и дыхательных нарушений. В наличии бальнеологические, массажные, магнитотерапевтические, лазерные и многие другие медицинские услуги.

На сегодняшний день система санаторно-курортной помощи в РФ не имеет единой структуры и распределена между министерствами, ведомствами, общественными организациями и АО. Санатории страны составляют единый комплекс, требующий управления и методического обеспечения. Для этого в 2014 году была утверждена программа РФ «Развитие здравоохранения» (15.042014 года №294) [3].

В последние годы выявлено, что особо благоприятными зонами с высоким курортно-рекреационным потенциалом являются юг Алтайского и Красноярского краев, республики Хакасия, Горный Алтай, Республика Бурятия, юг Иркутской области, Забайкальский край [1].

Наличие большого числа уникальных природных комплексов на данной территории делает их особенно привлекательными для отдыха и туризма.

Несмотря на разнообразие и богатство санаторно-рекреационными ресурсами СФО имеет достаточно много проблем:

- ярко выраженную сезонность туристического потока из-за климатических особенностей региона;
- высокие цены на предоставляемые услуги;
- недостаток профессиональных квалифицированных кадров;
- плохо развитую инфраструктуру и недостаточную освоенность лечебно-оздоровительных территорий региона;
- удаленность от экономически более развитой части России, и как следствие, высокие затраты на передвижение; загрязнение курортных территорий;
- изменение природных комплексов в результате развития в курортных зонах частного строительства;

- нерациональное использование природных лечебных ресурсов;
- урбанизация курортов, недостаточное научное сопровождение курортной отрасли и другое.

Сибирь благодаря своему уникальному природному потенциалу имеет большие перспективы и все основания для развития СКО: наличие разнообразных лечебных ресурсов и значительность их запасов; большое число уникальных природных зон; реализация федеральных и региональных программ; высокий научно-образовательный потенциал и другое.

Понимание государством социальной значимости санаторно-курортного лечения, комплексное принятие мер по устранению выявленных проблем и решение поставленных задач по сохранению и изучению природных лечебных ресурсов, развитие инфраструктуры, модернизация материально-технической базы СКО, создание и продвижение конкурентоспособных услуг, качественная подготовка кадров могут обеспечить развитие курортной отрасли Сибирского федерального округа и России в целом.

Список литературы:

1. Левицкий Е.Ф., ред. Курортные и лечебно-оздоровительные местности Сибири. Томск: Печатная мануфактура, 2009.
2. Оборин М.С. Социально-экономические условия и функции санаторно-курортной системы региона как фактор создания маркетинговой стратегии развития рынка санаторно-курортных услуг // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2015. № 2. С. 49-56.
3. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravo.gov.ru/> (дата обращения 26.09.2017).
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 26.09.2017).
5. BankGorodov [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bankgorodov.ru/> (дата обращения 26.09.2017).

САНАТОРНО-КУРОРТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ТЕРРИТОРИИ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Костина Ксения Константиновна

*Студентка факультета менеджмента
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Оборин Матвей Сергеевич

*доктор экономических наук, профессор
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Фролова Наталья Владимировна

*кандидат физико-математических наук, доцент
Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова*

Аннотация

Одно из главных мест в системе здравоохранения занимает санаторно-курортная деятельность, в которой с каждым годом нуждается все большее количество населения. В данной статье дана общая характеристика Приволжского федерального округа, рассматривается анализ показателей деятельности СКО на территории данного округа: число организаций, мест, номеров и ночевок.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортная деятельность, природно-лечебные ресурсы, санаторий, рекреация, бальнеотерапия.

Приволжский федеральный округ (ПФО) является одним из богатейших субъектов РФ по рекреационным ресурсам. Потребность в улучшении качества здоровья населения на данный момент является серьезной проблемой, которую можно решить с помощью санаторно-курортных учреждений. Деятельность санаториев и курортов направлена на восстановление и развитие физических, духовных и интеллектуальных сил на основе использования природно-лечебных ресурсов. Стабильное развитие рынка санаторно-курортных услуг туристско-рекреационного комплекса формирует необходимые социально-экономические условия для повышения качества жизни и состояния здоровья населения.

ПФО занимает центральную и восточную часть европейской части России. Площадь округа составляет 1038 тыс. кв. км. Территория ПФО занимает 7,27% от территории Российской Федерации [5]. В состав округа входят 6 республик: Башкортостан, Марий Эл, Мордовия, Татарстан, Удмуртская и Чувашская, 7

областей: Нижегородская, Кировская, Оренбургская, Самарская, Саратовская, Пензенская, Ульяновская и Пермский край.

По данным статистики [4] в 2016 г. на территории Приволжского федерального округа в структуре общей заболеваемости, как всего населения, так и детского населения (особенно чувствительного к факторам окружающей среды), на первом месте находятся болезни органов дыхания.

Одной из основных причин заболевания органов дыхания является качество воздуха, другими словами состояние окружающей среды. У людей, старше 18 лет, первое место занимают болезни системы кровообращения (18,7%), что, в первую очередь, связано со стремительностью ритма жизни, нагрузками, стрессами именно в этой группе населения, т.е. социальная составляющая является ведущим фактором.

На втором месте для всего населения и взрослого населения старше 18 лет – болезни костно-мышечной системы и соединительной ткани (8,9 %); у детей 15–17 лет – болезни органов пищеварения. Все болезни, которые в наибольшем числе представлены у населения ПФО, могут предупреждаться в системе санаторно-курортной деятельности, поскольку лечение природным лечебными ресурсами благоприятно сказывается на всех системах организма человека.

Территория ПФО очень богата природными туристско-рекреационными ресурсами. Природные факторы данного округа, благоприятствующие для развития туризма [5], подходящие климатические условия (северная часть относится к области малоблагоприятных, а южная часть - к области благоприятных условий проживания и отдыха населения), разнообразный рельеф (равнинный в западной части, восточная часть лежит в пределах Среднего и Южного Урала), наличие нескольких природных зон и крупной водной артерии (река Волга), наличие уникальных бальнеологических ресурсов.

Динамика санаториев и курортов в ПФО за период с 2003-2016 гг. представлена на рисунке 1.

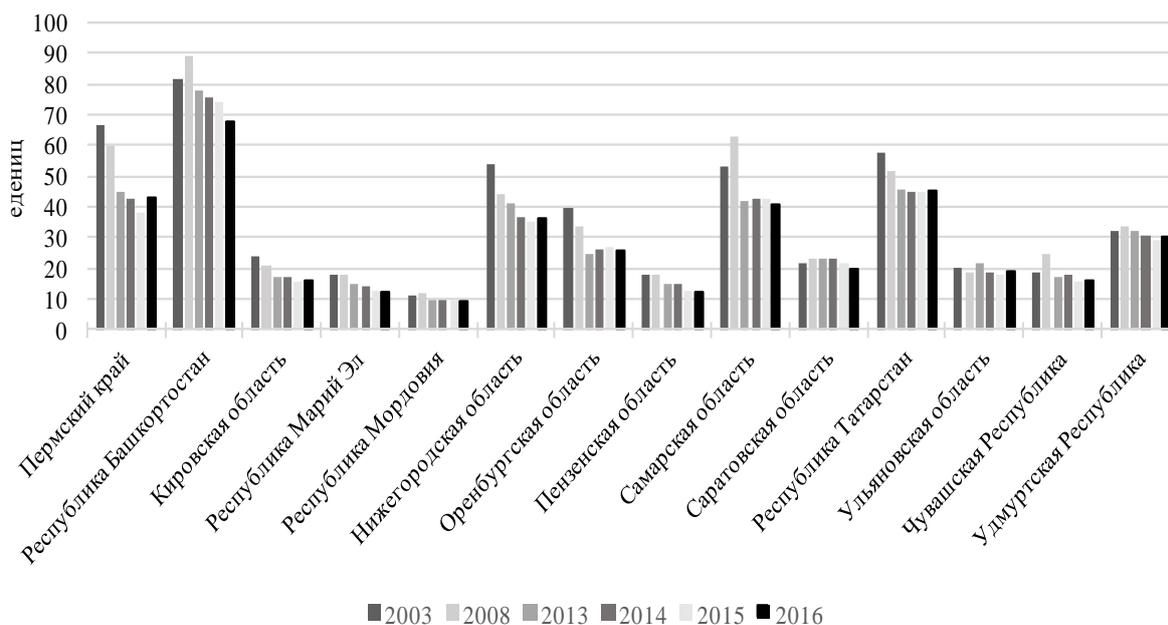


Рисунок 1 - Число санаторно-курортных организаций на территории ПФО за период с 2003-2016 гг.

Согласно статистическим данным, на территории Приволжского федерального округа наблюдается значительное уменьшение количества лечебных здравниц в 2016 г. по сравнению с 2003 г. на 24,13%. Их наибольшее количество наблюдалось в 2003 г. – 518 организаций и в 2008 г. – 512 организаций, в остальные годы их число значительно меньше. На 2016 год насчитывается 393 объектов.

На 2016 год наибольшее число санаториев и курортов насчитывается в республиках Башкортостан – 68 организаций, Татарстан – 45 объектов и в Пермском крае – 43 объекта. Уменьшение количества санаторно-курортных организаций может быть обосновано следующими факторами: низкий спрос на санаторно-курортную путевку в связи с ее высокой стоимостью, несоответствие цены путевки и качества оказываемых услуг, высокая степень изношенности инфраструктурного комплекса, низкий уровень сервиса и работы обслуживающего персонала, отсутствие государственной материальной стимуляции для деятельности организаций данного направления [2,3].

Основными из показателей функционирования санаториев и курортов является наличие мест, количество номеров и число ночевок в СКО (таблица 1). Как отмечалось выше, в ПФО происходит уменьшение числа лечебно-оздоровительных организаций, соответственно снижается количество коек.

Таблица 1

Анализ динамики СКО по субъектам ПФО за 2016 гг.*

Субъект ПФО	Количество мест в СКО, тыс. мест	Число номеров в СКО, тыс. номеров	Число ночевок в СКО, тыс. шт.
Пермский край	7,420	3,356	1513,647
Республика Башкортостан	12,326	5,721	3007,559
Кировская область	3,331	1,607	802,342
Республика Марий Эл	2,018	0,720	360,757
Республика Мордовия	1,331	0,556	279,966
Нижегородская область	5,315	2,124	1153,726
Оренбургская область	3,568	1,348	587,133
Пензенская область	2,056	0,870	453,916
Самарская область	10,660	4,118	1953,775
Саратовская область	4,135	1,820	669,475
Республика Татарстан	8,877	4,190	1926,471
Ульяновская область	3,783	1,215	598,006
Чувашская республика	3,079	1,265	515,312
Удмуртская республика	4,818	1,671	882,726
Всего	72,717	30,581	14704,811

*составлено по данным [7]

По количеству мест в СКО лидирующие позиции занимают республика Башкортостан – 12,326 тыс. мест (16,95%) и Самарская область - 10,660 тыс. мест (14,66%). Наименьшие показатели у республик Марий Эл - 2,018 тыс. мест (2,78%) и Мордовия - 1,331 тыс. мест (1,83%).

На первом месте по количеству номеров в СКО находится Башкортостан, здесь расположено 5,721 тыс. номеров, далее находится республика Татарстан с количеством номеров – 4,190 тыс. На третьем месте расположилась Самарская область – 4,118 тыс. номеров.

По числу ночевок также лидирует республика Башкортостан – 3007,559 тыс. ночевок (20,45%), затем следует Самарская область – 1953,775 тыс. ночевок (13,29%) и республика Татарстан – 1926,471 тыс. ночевок (13,1%). На последнем месте находится Мордовия – 279,966 тыс. ночевок (1,9%).

Средняя стоимость путевки на санаторно-курортное лечение в расчете на 1 человека на 21 день с курсом лечения и оздоровления в ПФО на декабрь 2016 г. составляет 51 998 руб. [7].

На основе вышеизложенных данных, подведем итог, что санаторно-курортная деятельность республики Башкортостан самая успешная по всем рассматриваемым показателям. Санаторно-курортная система данного региона – это высокопрофессиональные коллективы, последние достижения медицинской науки, передовые оздоровительные технологии. Их отличает уникальное сочетание лечебных факторов: геотермальные и минеральные источники, целебные природно-климатические условия. Поэтому Башкортостан пользуется такой большой популярностью как в России, так и за рубежом [1]. Одним из наиболее популярных курортов Башкирии является «Янган-Тау» [5] – это многопрофильное курортно-оздоровительное учреждение. Основной медицинский профиль: проблемы с органами ЖКТ, бронхов, легких; болезни опорно-двигательного аппарата; женские и мужские заболевания; проблемы с нервной системой. Природные лечебные факторы: термальные пары и газы, выделяющиеся из естественных трещин горы Янган-Тау, горный рельеф, водные объекты, лес, открытые луговые пространства, минеральные воды «Кургазак».

В целом можно утверждать, что ПФО СКК находится в сложном положении – как с точки зрения численности организаций СКО, так и с точки зрения управления их деятельностью. В то же время, после долгого периода упадка и застоя, связанного с экономическими и политическими изменениями в стране, в последние годы наблюдается процесс постепенного возрождения санаторно-курортной сферы. Это проявляется, в частности, в замедлении темпов снижения численности организаций СКО. В начале текущего десятилетия этому способствовал, в том числе, рост платежеспособного спроса отдельных категорий граждан и мобильности населения, благодаря чему клиенты могли выбирать наиболее привлекательные с их точки зрения здравницы.

Кроме того, в последние годы началась серьезная работа по формированию законодательства, нацеленного на решение основных проблем санаторно-курортной отрасли. В частности, был принят ряд законов, регламентирующих санаторно-курортную деятельность: Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» и «Об особо охраняемых природных территориях» [6], а также ряд региональных нормативно-правовых актов, позволяющих провести модернизацию законодательства с учетом территориальных особенностей.

Список литературы:

1. Корнев И.В., Зарина Л.М., Андреева Е.В. Рекреационный потенциал Приволжского федерального округа // «Геология, геоэкология, эволюционная география». Труды международного семинара. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена – Санкт-Петербург: Изд-во Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2016 – С. 418-421.
2. Оборин М.С., Гварлиани Т.Е. Социально-экономические условия развития рынка санаторно-курортных услуг (на примере Приволжского федерального округа) // Известия Сочинского государственного университета – Сочи: Изд-во Сочинский государственный университет, №3-1 (36), 2015 – С. 94-102.
3. Рукомойникова В.П. Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в Приволжском федеральном округе // «Социально-экономические аспекты качества жизни». Материалы I заочной международной научно-практической конференции. Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО "Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова" – Пермь: Изд-во "От и До", 2016 – С. 18-24.
4. Министерство здравоохранения Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rosminzdrav.ru> (дата обращения: 15.10.2017).
5. Ростуризм. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28> (дата обращения: 15.10.2017).
6. СПС «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 15.10.2017).
7. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.10.2017).

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (УФО)

Мазунин Сергей Александрович

Студент факультета менеджмента

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Оборин Матвей Сергеевич

доктор экономических наук, профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Фролова Наталья Владимировна

кандидат физико-математических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

В статье рассмотрена динамика показателей санаторно-курортных организаций Уральского Федерального округа, эффективность их деятельности, статистика заболеваемости в округе, природные лечебно-профилактические ресурсы, выявлены проблемы развития данной сферы услуг в округе.

Ключевые слова: санаторий, курорт, рекреационная деятельность, санаторно-курортное лечение, заболеваемость.

Уральский регион – один из самых богатых минерально-сырьевых регионов России. В то же время, экология Урала неблагоприятна для проживания. С каждым годом растёт уровень заболеваемости населения, в связи с этим политика региона направлена на улучшение качества жизни проживающих, ведь именно от качества жизни населения зависит успешность государства во внутренних и внешних делах. Развитие деятельности санаторно-курортных организаций (СКО) в огромной степени способствует решению проблем здравоохранения, так как рынок санаторно-курортных услуг (СКУ) предоставляет гражданам столь необходимый комплекс услуг по оздоровлению и профилактике своего здоровья.

В состав УФО входят 6 субъектов Российской Федерации: Челябинская, Курганская, Свердловская и Тюменская области, а также Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий автономные округа. Административный центр УФО – г. Екатеринбург. Общая площадь региона – 1 818 000 км². [1] Уральский федеральный округ расположен на границе Европы и Азии, что подчеркивает очень выгодное экономико-географическое положение региона. На территории

округа расположено огромное количество ресурсов, необходимых для эффективной деятельности санаторно-курортных организаций (СКО). В районе нефтяных месторождений Ханты-Мансийского АО расположены источники йодобромистых минеральных вод. Территория Свердловской также обладает своими уникальными источниками – здесь располагаются 8 месторождений с минеральными водами, а также 5 месторождений сапропелевой грязи. Тюменская область, в свою очередь, вмещает на своей территории 5 озер, где открыты месторождения сапропелевой соли, а также 9 месторождений с хлоридно-натриевыми и йодо-бромистыми минеральными водами. На территории Челябинской области запасы сапропелевых грязей практически неисчерпаемы.[3, с 75]

По состоянию на 2016 год, в округе находилось 154 СКО. Для определения развитости отдельных субъектов в сфере предоставления населению СКУ проведем анализ динамики санаторно-курортных организаций (табл. 1).

Таблица 1
Анализ динамики СКО по субъектам УФО за 2016 год*

Субъект УФО	Число СКО		Число мест в СКО	
	Количество, ед.	Удельный вес, %	Количество, тыс. мест	Удельный вес, %
Курганская область	19	12,2	3,644	13,8
Челябинская область	46	30,3	7,739	29,2
Свердловская область	57	37,0	8,244	31,2
Тюменская область	26	16,8	5,734	21,7
Ханты-Мансийский АО	5	3,1	1,012	3,8
Ямало-Ненецкий АО	1	0,6	0,095	0,3
Всего	154	100	26,468	100

*составлено по данным [2]

Можно заметить, что по количеству СКО в регионе лидирует Свердловская область – 57 организация (37,0%). Челябинская область также имеет большой удельный вес СКО в регионе – 30,3%(46 организаций). В Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком АО располагается 5 и 1 СКО соответственно, что говорит об очень слабо-развитом уровне рынка санаторно-курортных услуг в этих регионах.

Заболеваемость населения – важнейший пункт оценки региона для определения актуальности развития рынка СКУ. В 2015 году было зарегистрировано следующие количество общих заболеваний на 1000 человек : болезни органов дыхания – 359,2; болезни кожи и подкожной клетчатки – 49,3; болезни мочеполовой системы – 42,8; болезни органов пищеварения 30,4.

Анализируя динамику уровня заболеваемости можно заметить, что по сравнению с 2014 годом, в 2015 средний рост по каждой категории составил 3%. Для определения эффективности СКО на территории Уральского ФО проанализируем данные о деятельности СКО на 100 тысяч человек населения. (табл. 2).

Таблица 2

Эффект деятельности СКО УФО за 2016г.*

Показатель Регион	Число СКО	Число размещенных в СКО, тыс. чел.	Число мест в СКО, тыс. мест	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Число номеров в СКО, тыс. шт.
Курганская область	19	43,9	3,6	678,9	700,3	1,360
Челябинская область	46	130,8	7,7	2012,4	2110,9	3,101
Тюменская область	26	100,7	5,7	2544,6	2982,7	2,642
Ханты-Мансийский АО	5	14,8	1,0	1111,3	20,1	0,573
Ямало-Ненецкий АО	1	0,3	0,09	19,7	1669,8	0,044
Свердловская область	57	117,8	8,2	2294,9	2668,0	3,201

*составлено по данным [2]

Анализ таблицы показал, что отрасль санаторно-курортного лечения наиболее развита в Свердловской и Челябинской областях, на их долю суммарно приходится 67,8% СКО в округе. Однако самыми эффективными субъектами УФО являются Курганская и Тюменская области. Эффективность деятельности СКО на территории Курганской области подчёркивается наибольшим числом СКО на 100 тыс. чел. Тюменская область занимает лидирующую позицию в округе по числу номеров на 100 тысяч человек и по количеству размещенных в СКО. Самым малоэффективным оказался Ямало-Ненецкий АО. Это связано с тем, что огромное количество ресурсов, необходимых для деятельности СКО,

располагающихся на территории данного округа до сих пор не изучены, к тому же климат Ямало-Ненецкого АО определяется наличием многолетней мерзлоты, что также отталкивает многих людей от лечения в данном регионе.

В настоящее время уделяется большое внимание развитию туризма в целом на территории Уральского федерального округа. На территории Свердловской области запланированы такие проекты как воссоздание историко-минералогического маршрута «Самоцветная полоса Урала», а также воссоздание культурно-исторического парка «Каменные ворота». Ханты-мансийский автономный округ – Югра реализует инвестиционный проект культурного и оздоровительного центра «Термальный комплекс «Югорская долина». Курганская область планирует новое строительство, капитальный ремонт и реконструкцию объектов филиала унитарного предприятия «Курорты Зауралья», санатория «Озеро Медвежье» [4].

Несмотря на все запланированные проекты в сфере рынка СКУ, округ сталкивается со следующими проблемами: устаревшая и недостаточно эффективная используемая ресурсная база в сфере оздоровительного туризма; сокращение числа детско-юношеских санаториев и курортов привело к острой нехватке организаций этого типа в регионе; низкий уровень доходов населения, и как следствие, непопозвоительная по стоимости путёвка на лечение в санаторно-курортные комплексы; проблема транспортной доступности отдыха в санаториях и курортах. Несмотря на развитую транспортную сеть региона, фактическая стоимость проезда к месту отдыха для семейных пар или родителей с детьми превышает допустимые границы;

Почти все вышеперечисленные проблемы связаны с финансовыми проблемами, возникшими в регионе, как и во всей России, в связи с кризисным периодом. Для их решения в округе проводится политика развития производственной сферы, наиболее развитой в регионе, с целью привлечения дополнительных инвестиций.

В целом, Уральский федеральный округ обладает огромным потенциалом для развития санаторно-курортных услуг. На территории региона расположена огромная часть минеральных ресурсов, ждущая своего освоения и применения, достаточно развитая производственная инфраструктура позволяет региону закладывать прочный фундамент роста на многие десятилетия вперед. И развитие санаторно-курортных организаций, исследованием которых занимаются многие ученые [5], позволит региону решить многие социальные и экономические проблемы, к чему так стремится текущая политика округа.

Список литературы:

1. Уральский федеральный округ. Официальный ресурс.[Электронный ресурс] URL: <http://uralfo.gov.ru/district/> (дата обращения 29.01.2017)
2. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 29.01.2017)
3. Балезина Т.В, Ирисова Т.А, Колотова Е.В. Перспективность развития санаторно-курортного дела на Урале// Курортное дело, туризм и рекреация. Том 2. №1, 2008. – С. 73 – 82.
4. Распоряжение правительства Российской Федерации от 31 мая 2014г. № 941-р об утверждении стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года.
5. Оборин М.С. Региональный анализ изучения рекреационных систем // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Естественные науки. 2013. № 2. С. 35-42.
- 6.

РЫНОК САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА В НЕСТАБИЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Наумова Полина Андреевна

Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Оборин Матвей Сергеевич

доктор экономических наук, профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Фролова Наталья Владимировна

кандидат физико-математических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Большое значение в системе здравоохранения отводится деятельности санаторно-курортных организаций, которые осуществляют комплекс услуг по

оздоровлению, лечению и профилактике. В статье приводится характеристика Дальневосточного федерального округа, анализируется рынок санаторно-курортных услуг ДФО, рассматриваются и характеризуются основные социально-экономические и демографические показатели.

Ключевые слова: курортно-рекреационный потенциал, санаторно-курортные услуги, лечебно-оздоровительный туризм, курорт, проблемы и перспективы развития.

Рынок санаторно-курортных услуг (СКУ) России требует дальнейшего развития, в частности, роста конкурентоспособности и не только внутри страны, но и на международном уровне и является одним из направлений, которому уделяется особое внимание со стороны государства. Современное здравоохранение предоставляет комплекс услуг, включающий в себя лечение, профилактику и оздоровление населения. Важная роль в оказании данных услуг отводится санаторно-курортному комплексу (СКК) страны.

Активное функционирование СКК влияет не только на качество здоровья населения, но и на социально-экономическое развитие регионов. На сегодняшний день санаторно-курортная деятельность России не имеет единой структуры, она рассредоточена между министерствами, ведомствами и общественными организациями. Поэтому развитие санаторных организаций происходит бессистемно и обособленно.

Развитие лечебно-оздоровительного туризма на территории Дальневосточного федерального округа (ДФО) является одним из приоритетных направлений развития туристско-рекреационной деятельности [3,4], так как округ обладает огромным природным лечебным потенциалом.

Дальневосточный федеральный округ (ДФО) - это крупнейший по размерам федеральный округ, его территория охватывает 36,4% (6 216 000 км^2) площади страны. Это обуславливает низкую плотность населения – 1,2 чел. на 1 км^2 и слабо развитую сеть городских поселений [1].

В ДФО все субъекты кроме Амурской области и Еврейской автономной области имеют выход к морю. Для Дальневосточного региона характерны природные контрасты. Они обусловлены вытянутостью с северо-востока на юго-

запад более чем на 4 тыс. км, а также горным рельефом и влиянием морей. Природный ресурсный потенциал района позволяет широко развивать лечебно-оздоровительный туризм [4].

Практическое пищевое и лечебное значение представляют собой гидроминеральные ресурсы. Большинство территорий Дальнего Востока обладает благоприятным климатом, лечебными грязями, высокоэффективными и разнообразными по составу минеральными водами. Благоприятное развитие деятельности санаторно-курортных организаций во многом зависит от уровня развития региона. Для оценки социально-экономической составляющей ДФО рассмотрим такие показатели, как смертность, рождаемость, естественный прирост, заболеваемость и доходы населения (таблица 1).

Таблица 1

Анализ показателей смертности, рождаемости, естественного прироста ДФО за 2016 год*

Субъект ДФО	Число родившихся, тыс. чел	Рейтинг	Число умерших, тыс. чел	Рейтин г	Естественный прирост населения	Рейтинг
Республика Саха (Якутия)	15,4	3	8,1	4	7,3	1
Камчатский край	4,1	6	3,6	6	0,5	2
Приморский край	25,6	1	26,2	1	-0,6	7
Хабаровский край	17,8	2	17,5	2	0,3	3
Амурская область	10,4	4	11,0	3	-0,6	7
Магаданская область	1,6	8	1,7	8	-0,1	4
Сахалинская область	6,9	5	6,4	5	0,5	2
Еврейская автономная область	2,2	7	2,5	7	-0,3	6
Чукотский автономный округ	0,7	9	0,9	9	-0,2	5

*составлено по данным [7]

В ДФО в 2016 году наибольшее увеличение рождаемости наблюдалось в Приморском крае (25,6 тыс. чел), наименьшее – в Магаданской области (1,6 тыс. чел.) Самый высокий показатель смертности зафиксирован в Приморском крае

(26,2 тыс. чел.) а самый низкий – в Чукотском автономном округе (0,9тыс. чел.). В 4 из 9 субъектах ДФО присутствует положительный естественный прирост населения, что свидетельствует о низкой смертности населения и увеличении продолжительности жизни населения.

Заболеваемость населения характеризует уровень здоровья населения на определенный период времени. Так, например, в России первичная заболеваемость населения в 2015 г. повысилась по сравнению с 2000 г. в 1,5 раза. При этом уровень заболеваемости остается высоким.

Самыми распространенными заболеваниями в ДФО являются [2]: болезни глаз (9242,5 тыс. чел.), болезни эндокринной системы, расстройства питания и нарушения обмена веществ (6108,3 тыс. чел.), инфекционные и паразитарные болезни (5609,7 тыс. чел.), новообразования (3800,5 тыс. чел.), сахарный диабет (2623,8 тыс. чел.).

Анализируя вышеперечисленные показатели ДФО, можно сделать вывод о том, что для этого округа характерны невысокий уровень рождаемости, положительный естественный прирост, увеличение общей заболеваемости населения.

В связи с высоким уровнем инфляции наблюдаются следующие тенденции [5]: тенденция сокращения реальной заработной платы, которая в 2016 году составила 92,1% по сравнению с 2015 годом и тенденция снижения реальных до 99,7% и располагаемых до 82,5% денежных доходов населения. Помимо этого, высок и уровень дифференциации доходов населения. По количеству санаторно-курортных организаций [7] в 2016 году ДФО занимает последнее место (76 ед.), доля от общего количества СКО составляет всего лишь 4,15 %, а доля размещенных в них человек – 2,56%.

Анализ динамики числа СКО (ед.) ДФО за 2003-2016 года*

Год	Субъект ДФО (область, край, округ, республика)									
	Амур- ская	Еврей- ская авто- номная	Кам- чат- ский	Ма- га- дан- ская	При- мор- ский	Рес- пуб- лика Саха	Саха- лин- ская	Хаба- ров- ский	Чу- кот- ский	ДФ О
2003	13	5	7	7	28	31	8	18	—	116
2004	11	5	6	7	29	26	8	13	—	106
2005	12	6	6	7	28	28	8	13	—	107
2006	11	6	5	7	25	2	8	11	—	101
2007	11	6	5	7	23	28	8	11	—	99
2008	12	6	5	7	23	24	8	10	—	98
2009	10	6	4	7	23	23	8	10	—	91
2010	9	6	3	7	20	24	7	10	—	85
2011	8	5	3	7	19	23	7	9	—	81
2012	8	5	2	6	18	24	7	9	—	77
2013	8	5	2	6	16	24	6	9	—	76
2014	7	5	2	6	16	25	6	8	—	75
2015	7	5	2	6	17	25	6	7	—	75
2016	8	5	2	6	16	23	6	10	—	76
Рейтинг ДФО на 2016 год	4	6	7	5	2	1	5	3	8	

*составлено по данным [7]

Анализируя данные таблицы 2 можно сделать вывод о том, что на территории ДФО присутствует тенденция снижения количества СКО, а, как следствие, и тенденция снижения числа размещенных туристов. На 2016 год было зарегистрировано 76 санаторно-курортных организаций, при этом Чукотский автономный округ не имеет ни одной организации. Большая часть СКО расположена на территории республики Саха - 23 организаций (33,33%) и в Приморском крае – 16 (22,67%). Меньше всего СКО расположено в Камчатском крае – 2 организации (2,67%) и в Еврейской автономной области- 5 (6,67%). По количеству размещенных [7] на 2015 год с большим преимуществом лидирует Приморский край, в нем размещено 70,92 тыс. чел. (45,37%), за ним с большим отрывом республика Саха - 19,72 тыс. чел. (12,61%). Меньше всего размещенных зафиксировано в Еврейской автономной области, в Камчатском крае - 7,118 тыс. чел. (4,55%) и 4,076 тыс. чел. (2,61%) соответственно.

Отсюда можно сделать вывод о том, что санаторно-курортные организации Приморского края пользуются большим спросом среди населения, желающего пройти курс лечения и профилактики. Прежде всего, это связано с тем, что в Приморском крае великолепный климат, который ценится чистотой и свежестью воздуха, в нем велико содержание озона и морских солей.

Положительная прибыль от реализации [7] санаторно-курортных организаций наблюдается только в Еврейской автономной области - 1716,4 тыс. руб., у остальных регионов присутствует тенденция убытка от деятельности.

Развитию лечебно-оздоровительного туризма способствуют проекты по развитию санаторно-курортной отрасли [6]. Вот некоторые пункты из них: расширение лечебно-оздоровительных комплексов с развитой рекреационной индустрией; обновление оборудования в СКО; модификация минеральных вод; совершенствование технологий проведения процедур.

Лечебный туризм Дальнего Востока активно формируется на протяжении последних десяти лет. В настоящее время руководство санаториев активно расширяет количество и улучшает качество предоставляемых услуг, разрабатывает пакеты программ лечебных туров и перспективных медицинских технологий. Развитие комплекса СКО в данных направлениях позволит сформировать развитую сеть здравниц с высоким уровнем обслуживания и высококачественными программами лечения и оздоровления. Но, несмотря на активное развитие СКО, их деятельность остается убыточной. Низкая рентабельность может быть объяснена низким уровнем платежеспособности населения. Наличие в данном регионе бальнеоклиматических и лечебно-оздоровительных местностей привело к развитию неорганизованного оздоровительного туризма, который может нанести вред окружающей среде.

Список литературы:

1. Дальневосточный федеральный округ российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: [http:// http://qoo.by/Ybn](http://qoo.by/Ybn) (дата обращения: 10.10.2017).
2. Лозовская С.А., Изергина Е.В., Косолапов А.Б., Гиладури Т.Н., Коссов А.Ю., Гременчук О.В. Факторы среды и социально значимые заболевания

населения Дальнего Востока России // Современные проблемы и науки образования. №4, 2016. С. 217-224.

3. Оборин М.С., Девяткова Т.П., Воронов Г.А. Качественная оценка туристско-рекреационного потенциала особо охраняемых природных территорий (на примере Пермского края) // Вестн. УдмГУ. 2011. № 2. С. 36–43.

4. Оборин М.С. Системно-диалектическая методология (системный подход) как инструмент исследования курортно-рекреационных систем разного иерархического уровня // Региональные исследования. 2010. № 3. С. 54-61.

5. Прокапало О.М., Исаев А.Г., Мазитова М.Г. Экономическая конъюнктура в дальневосточном федеральном округе в 2015 году // Пространственная экономика. №2. 2016. С. 124-125.

6. Состояние и значение санаторно-курортного комплекса на рынке услуг России и Хабаровского края. [Электронный ресурс]. URL: <https://sibac.info/studconf/econom/xix/37829> (дата обращения: 10.10.2017).

7. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.10.2017).

8.

РЫНОК САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (ЦФО)

Нетесова Анна Сергеевна

Студентка факультета менеджмента

Пермского институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Оборин Матвей Сергеевич

доктор экономических наук, профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Фролова Наталья Владимировна

кандидат физико-математических наук, доцент

Пермского институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Аннотация

Рынок санаторно-курортных услуг способствует повышению здоровья населения, а значит, улучшению качества жизни. На примере Центрального федерального округа рассмотрены основные социально-экономические показатели, характеризующие общий уровень экономики, высокие показатели смертности. В этой связи необходимо развитие профильных организаций санаторно-курортного комплекса, которые способствуют решению выявленных проблем.

Ключевые слова: рынок санаторно-курортных услуг, лечебно-оздоровительный туризм, социально-экономические показатели, здоровье, санаторно-курортная деятельность.

Глобальной проблемой в современном мире является проблема здоровья населения, которая связана с национальной безопасностью государства.

Статистика заболеваемости и смертности населения подталкивает государство уделить особое внимание состоянию здоровья граждан. Интерес национальной безопасности России в целом состоит в том, чтобы сократить потери общества за счет снижения заболеваемости, инвалидности и смертности населения. Следовательно, высшим приоритетом государство должно быть здоровье населения.

Объектом исследования выбран Центральный федеральный округ (ЦФО). На территории ЦФО находится крупнейший экономический, политический, научный и культурный центр России - её столица, город Москва с населением свыше 8,6 млн человек. Так как ЦФО имеет огромный природный потенциал, то развитие лечебно-оздоровительных курортов в данном округе является необходимым направлением туризма.

Многим ученым доводилось изучать развитие лечебно-оздоровительного туризма. Например, в своей статье М.С. Оборин рассматривает тенденции развития рынка санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа [3], а Ю.М. Грузина [1] рассматривает проблемы развития экологического туризма в Центральном округе России. Л.М. Липская оценивает в своей статье [2] современное состояние сферы туризма в Брянской области.

По данным [5] ЦФО на 2016 год наблюдается в 14 субъектах снижение рождаемости, в 4 субъектах увеличение: самая высокая рождаемость наблюдается в г. Москва (102,3%) и Московской области (101,7%). Говоря о показателях смертности, то самый низкий показатель в Костромской области (96,4%), в 5 субъектах она осталась на том же уровне, что и в 2015 году, а в Рязанской области смертность возросла (101,3%). Лишь в Московской области и в г. Москва наблюдается естественный прирост на 0,4% и 0,3% соответственно. В остальных субъектах ЦФО наблюдается естественная убыль, но самая высокая в Тульской (6,7), Тверской (6,4) и Тамбовской (6,1) областях.

Если говорить об общей заболеваемости населения ЦФО на 2015 год, то она составила 144 637 чел. На 100 тыс. населения, темп убыли 1,5% по

отношению к 2014 году. Показатели заболеваемости населения системы кровообращения в ЦФО не изменилась, а заболеваемость новообразования увеличилась на 2,2 %. Все показатели смертности и заболеваемости говорят о том, что у населения нет достаточно ресурсов для лечения в санаторно-курортных организациях и качество санаторно-курортных услуг не на очень высоком уровне. По данным [5] за 2015 год в ЦФО увеличились такие показатели, как численность населения (0,4%) и ВРП (0,8%). Денежные доходы, расходы населения и заработная плата снизились на 4,3%, на 11,3% и на 9,7% соответственно. Все эти показатели говорят о кризисной ситуации в стране, которая ведет за собой упадочное состояние не только экономики страны, но и качества жизни и здоровья населения, которое приводит к высоким показателям заболеваемости и смертности.

Таблица 1

Темпы роста / снижения основных социально-экономических показателей в ЦФО в 2015 году (в % к предыдущему году)

Субъекты ЦФО	Численность населения на 1.01 2016 г.	Реальные денежные доходы населения	Реальные потребительские расходы	Реальная начисленная заработная плата работников организаций	Валовой региональный продукт (в 2014г. в постоянных ценах)
Белгородская обл.	100,1	97,9	94,3	93,2	102,8
Брянская обл.	99,4	98,2	94,1	89,0	103,5
Владимирская обл.	99,4	98,7	91,8	91,0	100,8
Воронежская обл.	100,1	101,5	94,4	89,1	105,9
Ивановская обл.	99,3	93,8	88,0	87,9	89,9
Калужская обл.	99,9	94,2	88,5	90,3	103,1
Костромская обл.	99,6	99,8	96,2	90,1	100,4
Курская обл.	100,2	96,5	94,6	89,8	104,5
Липецкая обл.	99,8	94,9	94,2	92,1	105,1
Московская обл.	101,2	94,3	93,5	91,1	100,1
Орловская обл.	99,3	97,2	96,4	89,3	101,4
Рязанская обл.	99,5	94,0	90,5	90,0	99,0
Смоленская обл.	99,4	97,5	92,6	90,8	100,4
Тамбовская обл.	98,9	96,5	93,8	90,9	105,7
Тверская обл.	99,2	97,0	90,5	89,3	98,9
Тульская обл.	99,5	97,3	93,2	91,3	105,8
Ярославская обл.	100,02	97,9	90,6	89,8	101,9
г. Москва	101,1	95,1	84,8	90,1	100,2
Всего	100,4	95,7	88,7	90,3	100,8

*составлено по данным [5]

Если анализировать рынок санаторно-курортных услуг ЦФО, то по данным [5] можно сделать вывод, что по количеству мест в СКО, по количеству размещенных и по числу СКО первое место занимает Костромская область, а последнее место по данным показателям занимает г. Москва. Но наибольшее число номеров и число ночевок в СКО присутствуют в Московской области, а самое меньшее количество номеров и ночевок в Орловской области.

Таким образом, санаторно-курортная деятельность ЦФО развита не во всех областях округа, что является значимой проблемой для ЦФО. Так как показатели рождаемости в данном округе достаточно низкие, а показатели смертности и заболеваемости высокие. Поэтому просто необходимо уделить внимание развитию санаторно-курортных услуг для того, чтобы повысить качество жизни и здоровья население и поднимать экономическое состояние не только ЦФО, но и РФ в целом.

Итак, на основе вышеизложенной информации можно выделить основные проблемы санаторно-курортной деятельности ЦФО:

1. Высокие цены на санаторно-оздоровительные услуги. Не все жители Центрального федерального округа могут себе позволить предоставляемые оздоровительные услуги, что приводит к сокращению спроса на оздоровительные услуги;

2. Ухудшение экологической ситуации (загрязнение атмосферного воздуха, низкое качество пресной воды и неразвитость системы переработки отходов жизнедеятельности), загрязнение курортных зон, что также отталкивает туристов и не способствует развитию региона;

3. Невысокое качество оказания услуг в санаторно-курортных организациях, что лишает ЦФО прибыли для развития экономики округа;

4. Отсутствие качественных препаратов и инновационных технологий, так как спрос на санаторно-оздоровительные услуги упал из-за финансовых кризисов, инфляции, что ведет за собой неспособность людей оплачивать данные услуги.

5. Недостаток профессиональных квалифицированных специалистов, что лишает возможности населения полностью выявить все причины своего заболевания и поправить свое здоровье в лучшую сторону.

На основе данных [4] и своих выводов ЦФО имеет огромные перспективы для развития деятельности СКО, которые обусловлены такими факторами, как:

1. Наличие уникального природного ландшафта, курортно-рекреационного потенциала и умеренно-континентального климата, главную роль в нем играет морской воздух умеренных широт;

2. План мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа, включая развитие и улучшение туризма на территории ЦФО;

3. Развитие программ по охране здоровья и привлечение инновационных технологий в СКО.

4. Повышение квалификации специалистов.

5. Формирование и внедрение качественных препаратов для оздоровления населения ЦФО.

Санаторно-курортная деятельность имеет немаловажное значение в укреплении здоровья населения. Санаторно-курортное лечение – это особый вид медицинской помощи, которая основана на преимущественном использовании природных лечебных ресурсов для лечения, профилактики и оздоровления. По вышеизложенной информации можно сделать вывод о том, что большинство населения ЦФО нуждается именно в оздоровительных услугах, которые позволят им выявить и устранить проблемы заболевания, в квалифицированных специалистах и инновационных препаратах и технологиях, которые ускорят процесс их выздоровления. Но для этого необходимо повысить заработные платы, чтобы каждый гражданин смог себе позволить санаторно-оздоровительные услуги.

Чтобы санаторно-курортные организации развивались, необходимо устранить ряд проблем, присущих ЦФО в санаторно-курортной деятельности.

Устранение всех проблем и реализация поставленных целей позволит повысить качество обслуживания, технологий и новых программ по оздоровлению в СКО, а также повысить уровень квалифицированных кадров.

Вместе с тем и рациональное использование природно-лечебных ресурсов ЦФО приведет к привлечению туристов, построению нового и позитивного имиджа, уменьшению показателей заболеваемости и смертности, и самое главное, к развитию всего Центрального федерального округа в целом.

Список литературы:

1. Грузина Ю.М. проблемы развития экологического туризма в Центральном федеральном округе России// В сборнике Современные тенденции и перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства материалы 2-й Международной научно-практической конференции с международным участием. Рязанский Гос. Университет им. С.А. Есенина. 2015. С. 82-84.
2. Липская Л.М. Современное состояние сферы туризма в Брянской области. // Региональная экономика: теория и практика. 2011. №36. С. 95-97.
3. Оборин М.С. Тенденции развития рынка санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа.//В журнале Современные проблемы сервиса и туризма. 2015. №3. С.25-29.
4. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года (с изменениями на 26 декабря 2014 года).
5. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 03.02.2016).

СТАНЕТ ЛИ BITCOIN МИРОВОЙ ВАЛЮТОЙ БУДУЩЕГО

Сыпачева Светлана Николаевна

Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Качкина Алена Владимировна

студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Писарева Елена Витальевна

кандидат технических наук, зав. кафедрой

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Ильин Вадим Владимирович

кандидат технических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова, г. Пермь

Аннотация

В статье проведен анализ основных видов криптовалют, применяемых в мировых платежных системах в настоящее время. Более подробно рассмотрен

Bitcoin, как самая популярная и наиболее широко используемая на сегодняшний день криптовалюта. На основе анализа преимуществ и недостатков Bitcoin сделан вывод о перспективах его использования на мировых валютных рынках

Ключевые слова: криптовалюта, Интернет-торговля, риски в Интернет-торговле, Bitcoin, курсы валют, цифровая экономика.

На сегодняшний день криптовалюта набирает все большую популярность во всем мире. О ней пишут, говорят, ее обсуждают, даже на федеральном уровне. Интерес к данной теме постоянно растет. Криптовалют в мире более 700, но наибольшей известностью на сегодняшний день является криптовалюта биткоин – первая и единственная децентрализованная валюта. Так как она ничем не подкреплена, то вместе с интересом к ней, растет и ее цена. У электронных денег есть как недостатки, так и достоинства. Позже в данной статье мы их рассмотрим.

Криптовалюта - виртуальная (цифровая) валюта, единицей этой валюты является монета (англ.coin) [3]. Эти монеты защищены от подделок, потому что они представляют собой зашифрованную информацию. Информацию скопировать невозможно. Название цифровой валюты связано с использованием криптографии. Отличие цифровых денег от обычных колоссально. Чтобы обычные деньги появились в электронном виде, их необходимо положить на счет. Обычные деньги в электронном виде являются лишь формой представления денег [4]. Криптовалюта не связана с обычными деньгами, она эмитируется в сети. Добыча в сети криптовалюты называется майнингом. Любой человек может добывать эту валюту, потому что она добывается с помощью компьютерного оборудования определенной мощности и набора специальных программ. Но для того, чтобы заниматься майнингом, нужен очень мощный аппарат для добычи и немалые денежные вложения. При майнинге происходит решение алгоритмов, сложность алгоритмов постоянно увеличивается. Решив алгоритм, они добывают монету, которая является зашифрованной информацией. Для доказательства монеты в сети служит учетная запись

(блокчейн). Цифровая валюта хранится децентрализованно, распределяется по электронным кошелькам пользователей [5].

Самые популярные криптовалюты современности: Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Dash, Ripple.

All ▾	Coins ▾	Tokens ▾	USD ▾	Next 100 →	View All		
#	Name	Market Cap	Price	Volume (24h)	Circulating Supply	Change (24h)	Price Graph (7d)
1	 Bitcoin	\$125 581 581 759	\$7535.53	\$2 289 610 000	16 665 262 BTC	2.41%	
2	 Ethereum	\$28 336 309 069	\$296.58	\$336 042 000	95 542 272 ETH	-0.93%	
3	 Bitcoin Cash	\$9 818 458 241	\$585.70	\$634 996 000	16 763 688 BCH	-6.35%	
4	 Ripple	\$7 762 294 110	\$0.201453	\$47 025 700	38 531 538 922 XRP *	-1.64%	

Рис.1 Курсы мировых криптовалют [7]

На данный момент криптовалюты развиваются с бешеной скоростью. В 2009 году биткоин еще только появлялся, а сейчас уже есть аналоги данной валюты. Одним из них является эфириум. Его курс на момент рассмотрения составляет почти 340 долларов. Стоит отметить, что создатель данной криптовалюты из России, его имя Виталий Бутерин. На сегодняшний день созданием эфириума занимается огромный штат специалистов и профессионалов. Авторы данной криптовалюты не ограничивают роль эфириума платежами, а предлагают его в качестве обмена ресурсами или регистрации сделок с активами.

Bitcoin Cash появился после разделения классического биткоина 1 августа 2017 года. Почему произошло разделение биткоина? Вызвана эта ситуация прежде всего проблемой самого биткоина, а именно значительным периодом времени ожидания перечисления денег. Биткоин кэш – независимая децентрализованная криптовалюта, которая существует по тем же принципам, что и классический биткоин (который мы рассмотрим немного позже), но при этом обладает более высокой скоростью платежей. В целом данная валюта в технических аспектах практически повторяет биткоин.

Ripple – система взаимных расчетов, которая позволяет перевести практически любую валюту в любую точку мира. Эта система полностью сосредоточена на работе с банками, которая предлагает наиболее эффективные способы проведения денежных переводов в режиме реального времени. Огромным преимуществом данной системы является экономия денег при переводе, потому что значительно сокращаются расходы на посредников. Недостаток – низкая известность и, как следствие, часто встречающееся отсутствие доверия к самой системе.

Более подробно рассмотрим основную электронную валюту Bitcoin.

В новой валюте, которая появилась на свет как игрушечная, виртуальная, многие финансисты увидели ту силу, которая способна одолеть финансовое лидерство США, поскольку правительство США в любой момент может запустить машину для печатанья денег. Все существующие валюты в той или иной степени стали зависеть от доллара. Исключением стал биткойн. Его стали рассматривать как альтернативу всемогущему доллару. Данная криптовалюта - противоположность засилью доллара, ведь это добровольные контакты между людьми. Самая главная отличительная черта: биткойн – первая децентрализованная валюта, на которую приходится около 70% рыночной капитализации на сегодняшний день [6].

В октябре 2008 года в интернете появилась научная статья, в которой был описан принцип существования совершенно новых электронных денег, названных "Биткойн". Статья была подписана неизвестным никому именем Сатоши Накамото. Несколькими месяцами позже в интернет была запущена платежная система, созданная им же. Как только данная криптовалюта появилась на свет, она приобрела множество сторонников. Эмиссия биткойна обеспечивается только математическими расчетами. Ни один человек, даже обладающий огромной властью, не может ее ускорить или замедлить.

Всего добывается 12,5 биткойнов в сутки и не важно, какое количество человек добывает электронные деньги в данный момент времени. У

криптовалюты нет единого печатного станка. Любой желающий может установить у себя программу, которая будет добывать биткоины.

Фиатные валюты делятся на сотые части. Например, рубль делится на копейки. Биткоин же делится до восьмого знака, то есть можно передать другому человеку одну стомиллионную часть биткоина - сатоши (это самая маленькая часть биткоина).

Сегодня биткоины можно обменять в терминалах на обычные валюты, некоторые торговые точки и сайты принимают биткоины в качестве оплаты товаров и услуг. На сегодняшний день биткоин используется и на финансовых рынках, и в реальном секторе [2].

Рассмотрим преимущества Bitcoin:

Во-первых, криптовалюту использовать легко, она обладает стопроцентной ликвидностью. Биткоин можно купить и продать буквально за минуты. Во-вторых, платежи с помощью криптовалюты на сегодняшний день производятся либо без комиссии, либо с невероятно низкими комиссиями. Кроме того, существуют компании, которые помогают пользователям в осуществлении транзакций, переводя криптовалюту в фиатные валюты, которые отправляются напрямую на счета предпринимателей день-в-день. Так как эти сервисы основаны на биткоине, они предлагают комиссии гораздо ниже, чем при использовании пластиковых карт. Третье преимущество - это мгновенные платежи. Переводы осуществляются мгновенно в любую точку мира всего за несколько минут. Четвертое преимущество - анонимность. Исходный код криптовалюты и теория биткоина открыты. В сети вся информация о транзакции биткоина есть в общем доступе (сколько, когда), но нет данных о получателе или отправителе монет (нет доступа к персональной информации владельцев кошельков).

Следующее преимущество заключается в том, что данная криптовалюта не подвержена инфляции. Если посмотреть динамику роста курса биткоина, то можно проследить, что он постоянно растет, так как это ограниченный ресурс.

Мы рассмотрели преимущества данной криптовалюты, а теперь разберем недостатки. Первое - это недостаточное распространение и признание. Платежная система биткойн еще не получила масштабного распространения. Если вы зайдете в кафе и спросите, можно ли здесь расплатиться биткоинами, возможно, вы увидите удивление в глазах продавца, но так не везде. Например, в Перми есть бары, где биткоины уже принимают, а в Екатеринбурге можно купить шаурму за биткойн. Второе - курсовые колебания. Биткойн может изменить свой курс за минуту несколько раз. Сейчас прослеживается тенденция к росту, потому что с каждым днем пользователей биткойн становится все больше.

Следующий недостаток - это отсутствие гарантий. Владельцы биткойнов не имеют никаких гарантий по возврату денег, которые они в них вложили. Биткойн как валюта ничем не подкреплена, кроме вычислительных мощностей, используемых для его создания. Отсутствие гарантий при операциях с биткойном можно считать дополнительным видом риска в Интернет-торговле среди множества других уже рассмотренных и проанализированных отечественными и зарубежными авторами рисков [1].

Последний недостаток криптовалюты заключается в том, что разные государства по-разному относятся к платежной системе биткойн, и в любой момент могут ввести всевозможные запреты на ее использование, но России это не грозит. По официальным данным, Президент Российской Федерации утвердил перечень поручений по итогам совещания по вопросу использования цифровых технологий в финансовой сфере, прошедшего 10 октября 2017 года.

При рассмотрении преимуществ и недостатков различных криптовалют (и более подробно биткойна) мы можем сделать вывод, что на сегодняшний день биткойн является наиболее перспективной криптовалютой XXI века. С каждым днем его популярность увеличивается, это приводит и к увеличению интереса людей к биткойну. Другие криптовалюты не вызывают такой ажиотаж. Мы считаем, что в скором времени наличных денег не станет вообще. Как сказал

В.В. Путин: "Каменный век закончился, не потому что камни кончились, а потому что появились новые технологии". Появление биткоина приравнивается к открытию интернета, только движется всё намного стремительнее.

Список литературы:

1. Ильин, В.В. Анализ и модель количественной оценки рисков в Интернет-торговле / В.В. Ильин, Е.В. Писарева, Е.М. Долгополов // Российский экономический Интернет-журнал. – 2017. - №2. – с. 16. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.e-rej.ru/upload/iblock/f8e/f8e46ee98f882261c26410497f04f45e.pdf>
2. Криптовалюта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://onecoins.info/chto-takoe-kriptovalyuta.html>. – Что такое криптовалюта. - (Дата обращения: 25.10.2017)
3. Криптовалюта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://cryptomart.ru/kriptovalyuta>. – Что такое криптовалюта. - (Дата обращения: 25.10.2017)
4. Криптовалюта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://bitcoin.org/ru/faq#what-are-the-advantages-of-bitcoin> . – Что такое криптовалюта. - (Дата обращения: 25.10.2017)
5. Криптовалюта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bitcoininfo.ru/news/minfin-predlagaet-za-ispolzovanie-kriptovalyuty-sazhat-na-4-goda-v-tyurmi>. – Что такое криптовалюта. - (Дата обращения: 25.10.2017)
6. Мелани Свон. Блокчейн: Схема новой экономики/ М.: Издательство «Олимп–Бизнес», 2017. — 240 с.
7. Популярная криптовалюта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://coinmarketcap.com/> . – Что такое криптовалюта. - (Дата обращения: 06.11.2017).

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА (СЗФО)

Усатых Наталья Андреевна

Студентка Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Оборин Михаил Сергеевич

доктор экономических наук, профессор

Пермского института (филиала) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Фролова Наталья Владимировна,

кандидат физико-математических наук, доцент

Пермского института (филиала) РЭУ имени Г.В. Плеханова, г. Пермь

Аннотация

Санаторно-курортные организации занимают важное место в системе здравоохранения населения, они дают возможность получить лечение, находясь в курортной местности с благоприятным климатом. В статье рассматривается

характеристика Северо-западного округа, проводится анализ эффекта деятельности СКО на 100 тыс. чел. населения регионов, приводятся тенденции развития для решения проблем СКО в округе.

Ключевые слова: федеральный округ, санаторий, санаторно-курортная деятельность, рекреационные услуги, природный потенциал.

Забота о здоровье должна стоять на первом месте в жизни человека. Санаторно-курортный комплекс страны играет важную роль в оказании лечения, а также профилактики и оздоровления населения. Услуги, оказываемые им, должны быть доступны для населения. Качество услуг санаторно-курортной сферы – это важнейшая составляющая эффективности, рентабельности санаторно-курортных предприятий и обеспечения здоровья населения, поэтому качеству уделяется постоянное внимание. Государству необходимо своевременно и в полной мере заботиться об организации и качестве здравоохранения страны для социально-экономического развития регионов.

Принципы профилактической и реабилитационной направленности, этапности и преемственности между амбулаторно–поликлиническими, стационарными и санаторно–курортными учреждениями, специализации оказываемой помощи – это основа организации санаторно–курортной помощи. Санаторно–курортное дело рассматривается государством в качестве важнейшего звена в системе социальных мер по укреплению здоровья за счёт эффективного использования лечебных факторов, научных разработок и кадрового потенциала, российских традиций, а также многолетнего практического опыта.

На сегодняшний день санаторно-курортная деятельность распределена между ведомствами, министерствами и общественными организациями, что непосредственно сдерживает развитие санаторных организаций. Санаторно-курортная деятельность должна быть единым комплексом с единым системным управлением и организационным обеспечением. Для того чтобы усилить контроль над СКО и улучшить его деятельность, государство разрабатывает и реализует программы, направленные на их совершенствование.

Для улучшения данной сферы предпринимались попытки интегрировать программно-целевые методы управления туризмом на уровне Российской Федерации. Вследствие этого 2 августа 2011г. была принята Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011—2018 годы)» [2,с.259]. Главная цель предлагаемой программы - повышение конкурентоспособности туристского рынка в России, удовлетворяющего потребности россиян и иностранных граждан в услугах, полностью отвечающих требованиям качества, для туристов. Основные задачи для её достижения, которые выполняет государство: развитие туристско-рекреационного комплекса РФ; повышение качества предлагаемых услуг для туристов; продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем рынках туризма.

Объектом исследования статьи выбран Северо-западный федеральный округ, обладающий разнообразным природно-лечебным потенциалом для развития санаторно-курортной и рекреационной деятельности. Значительный природно-лечебный потенциал округа требует всестороннего и глубокого изучения рынка санаторно-курортных услуг СЗФО, с определением проблем и перспектив развития. Для организации лечебно-оздоровительного туризма округа важное значение имеют социально-экономические условия, формирующие спрос и определяющие предложения рынка санаторно-курортных услуг.

Многие учёные рассматривают рекреационные ресурсы в качестве источника развития санаторно-курортной деятельности. Так, например, Н.Г. Розов описывает рекреационные ресурсы территорий, прилегающих к Псковскому озеру [3]. Профессор М.С. Оборин в своей работе провёл изучение социально-экономических особенностей развития курортного дела на территории округа [1]. Санатории рассматриваемого округа обладают необходимой медицинской базой и природными факторами для лечения, например, железистыми минеральными водами и габозерскими лечебными

грязями в санатории «Марциальные воды», открытым с 20 марта 1719 г. по указанию Петра I в республике Карелия. Природный ресурсный потенциал округа предоставляет возможность широко развивать лечебно-оздоровительный и спортивный туризм (игры в бадминтон, футбол, катания на велосипедах, посещение бассейна с сауной и тренажёрным залом и пр.).

Практическое пищевое и лечебное значение представляют собой гидроминеральные ресурсы. Значительно рассматриваются не медикаментозные методы лечения. Туристы могут посетить душ, сухие углекислые ванны, позаниматься лечебной гимнастикой, сходить на сеансы психотерапии и фитотерапии.

Большинство территорий округа обладает благоприятным климатом, лечебными грязями («гиттиевыми глинами» в Сестрорецке, иловыми грязями в Новгородской области), высокоэффективными и разнообразными по составу минеральными водами (сероводородными, йодоводородными, хлоридно-сульфатно-натриевыми, слаборадоновыми) - это положительно сказывается на здоровье приезжих отдыхающих.

Проанализируем эффект деятельности СКО на 100 тыс. чел. населения регионов и выявим самый эффективный регион с точки зрения санаторно-курортной деятельности (таблица 1).

Таблица 1

Эффект деятельности СКО на 100 тыс. чел. населения регионов*

Регион	Числ. населения на 100 тыс. чел. (2016г.)	Число СКО в регионах	Кол-во размещ. в СКО (тыс. чел.)	К-во мест в СКО (тыс.)	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Число номеров А-всего Б-на 100 тыс. чел.
Республика Карелия	6,27	5	17,141	0,819	1 185 150,3	34 028	А-431 Б-0,00431
Республика Коми	8,50	15	16,686	1,369	226 753,7	588 190	А-540 Б-0,0054
Архангельская область	11,65	13	23,466	2,002	449 969,7	44 604	А-774 Б-0,00774
Ненецкий автономный округ	0,439	1	0,263	0,095	33 465,07	159 200,46	А-91 Б-0,091

Продолжение таблицы 1

Регион	Числ. населения на на 100 тыс. чел. (2016г.)	Число СКО в регионах	Кол-во размещ. в СКО (тыс. чел.)	К-во мест в СКО (тыс.)	Доходы СКО, тыс. руб.	Расходы СКО, тыс. руб.	Число номеров А-всего Б-на 100 тыс. чел.
Вологодская область	11,83	17	42,981	3,242	733 725,5	93 690	А-1035 Б-0,01035
Калининградская область	9,86	13	49,092	3,034	955 973	850	А-1614 Б-0,01614
Ленинградская область	17,92	20	23,787	2,927	232 063	144 470	А-1183 Б-0,01183
Мурманская область	7,57	9	16,263	0,959	463 669,8	71 496,42	А-410 Б-0,041
Новгородская область	6,13	12	35,626	2,002	808 345,5	49 462	А-1377 Б-0,01377
Псковская обл.	6,42	5	32,983	1,412	509 755	1 548	А-758 Б-0,00758
г. Санкт-Петербург	52,82	27	136,550	7,830	2 379 160,6	777 225	А-3236 Б-0,03236

*составлено по данным [5]

По данным таблицы можно отметить, что практически каждый регион в сравнении с остальными наиболее эффективен по какому-либо определённому показателю. Это говорит о том, что регионы развиваются и стремятся улучшить санаторно-курортную деятельность для привлечения большего числа туристов. Так, по всем показателям СКО Санкт-Петербург занимает лидирующие позиции, однако расходы города высоки, что может сказаться на снижении качества услуг. Сложная ситуация наблюдается в республике Коми и Ненецком автономном округе - доходы здесь значительно меньше расходов, поэтому необходимо пересмотреть организацию СКО в этих регионах, а также допустить возможность инвестирования с целью улучшить финансовое положение санаторно-курортных организаций.

По мнению многих экономистов, рассматриваемый округ в числе самых значимых и перспективных с точки зрения хозяйственного развития страны. Проекты по развитию санаторно-курортной отрасли способствуют повышению качества лечебно-оздоровительного туризма. Некоторыми пунктами из них являются расширение лечебно-оздоровительных комплексов с развитой рекреационной индустрией и индустрией развлечений; обновление

оборудования в СКО; модификация минеральных вод, а также совершенствование технологий проведения процедур.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что, несмотря на разнообразие и богатство санаторно-рекреационными ресурсами СЗФО имеет достаточно много проблем, которые затрудняют развитие санаторно-курортной деятельности в регионе.

Проблемы, связанные с системой государственного регулирования санаторно-курортного лечения и отдыха в регионе - это отсутствие региональной программы развития лечебно-оздоровительного туризма и курортного дела, несовершенное налоговое администрирование в вопросах налогообложения деятельности СКО, неравномерное развитие и использование природно-лечебных ресурсов территории, менеджмент санаторно-курортного комплекса не полностью осознал важность обязательного обучения предпринимательству, высокая себестоимость санаторно-курортных услуг.

Исходя из проведённого анализа санаторно-курортной деятельности на территории СЗФО, можно выявить следующие тенденции развития для решения проблем СКО в округе:

1. Увеличение общего количества размещённых лиц свидетельствует о повышении уровня спроса на лечебно-оздоровительный туризм за счёт совершенствования санаторно-курортных организаций;

2. Посредством стратегии социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 г. от 18 ноября 2011 г., утверждённой распоряжением Правительства Российской Федерации №2074-р.[4], увеличилось значение Северо-Запада как крупной перспективной природно-ресурсной базы развития страны;

3. Развитие информатизации туристской деятельности, что выражается в создании единого портала регистрации и реализации туристских услуг, обеспечивающем взаимодействие основных субъектов электронной коммерции в

туризме и включении СКО отдельных муниципальных образований в электронные системы онлайн бронирования.

Северо-западный федеральный округ обладает богатым природным потенциалом, который благотворно влияет на санаторно-курортные организации округа, и тем самым привлекает большое количество отдыхающих. Для повышения числа туристов из России и из стран ближнего зарубежья, необходимо развивать не только каждый санаторно-курортный комплекс в регионах, но и улучшать регионы в целом, так как туристы из зарубежных стран помимо санаториев желают посещать исторические достопримечательности, торговые центры, а также развлекательные мероприятия. Решение проблемы развития лечебно-оздоровительного туризма приведёт к решению многих социально-экономических проблем округа, таких как увеличение занятости населения, снижение уровня заболеваемости и смертности и пополнение местного бюджета.

Список литературы:

1. Оборин М.С. Социально-экономическая среда развития курортного дела северо-западного федерального округа. // Пермский институт (филиал) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. 2014.-с.21-1 (192).
2. Розов, Н.Г. Рекреационные ресурсы территорий, прилегающих к Псковскому озеру// Псковский регионологический журнал, № 10,2010. -С. 90-93.
3. Статистическая информация Минздрава России. Общая заболеваемость всего населения России в 2015 году. [Электронный ресурс].URL: <https://www.rosminzdrav.ru/ministry/61/22/stranitsa-979/statisticheskaya-informatsiya-minzdrava-rossii> (дата обращения: 15.10.2017).
4. Стратегическое партнёрство северо-запад. [Электронный ресурс].URL: <http://www.n-west.ru/strategicheskoe-planirovanie/strategiya-szfo-2020> (дата обращения: 15.10.2017).
5. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс].URL: <http://www.cbsd.gks.ru> (дата обращения 15.10.2017).

СОДЕРЖАНИЕ

1.СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ТОВАРОВ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Баландина В.Д., Симанова И.М. Анализ рынка моющих и чистящих средств в России	3
Власова К.Ю., Мазунина Т.А., Лядова И.И. Сравнительная оценка горошка зеленого консервированного разных фирм-производителей	9
Калинина М.М., Мазунина Т.А. Обзор российского рынка упаковочных материалов	14
Катаева К.В., Мазунина Т.А. Анализ современного рынка игрушек	23
Коршунова М.А., Барабанова А.В. Проблемы качественного содержания современных стандартов на продукцию	28
Лезина В.Ю., Воронина Э.В. Исследование потребительских предпочтений в категории растительных масел	33
Мелюхина Ю.О., Воронина Э.В. Анализ состава хлебцев и их актуальность на потребительском рынке	37
Мусина Д.А., Дубровина С.С. Вопросы качества питьевой воды в городе Перми	43
Мисютина Т.А., Симанова И.М. Рынок обуви: современное состояние, проблемы, перспективы	47
Соловьева Ю.И., Мазунина Т.А. Ассортимент товаров бытовой химии, реализуемых в магазинах города Перми	51
Стародубцева Н.И., Воронина Э.В. Применение метода полимеразной цепной реакции в контроле качества и безопасности пищевых продуктов	57
Углева Е.А., Воронина Э.В. Современные тенденции в производстве новых видов мороженого	61

2. СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК УСЛУГ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- Исакова А.Д., Оборин М.С., Фролова Н.В. Рынок санаторно-курортных услуг Сибирского федерального округа 66
- Костина К.К., Оборин М.С., Фролова Н.В. Санаторно-курортная деятельность на территории Приволжского федерального округа 72
- Мазунин С.А., Оборин М.С., Фролова Н.В. Исследование рынка санаторно-курортных услуг Уральского федерального округа 78
- Наумова П.А., Оборин М.С., Фролова Н.В. Рынок санаторно-курортных услуг Дальневосточного федерального округа в нестабильных экономических условиях 82
- Нетесова А.С. Оборин М.С., Фролова Н.В. Рынок санаторно-курортных услуг Центрального федерального округа 88
- Сыпачева С.Н., Качкина А.В., Писарева Е.В., Ильин В.В. Станет ли BITCOIN мировой валютой будущего 93
- Усатых Н.А., Оборин М.С., Фролова Н.В. Проблемы рынка санаторно-курортных услуг Северо-Западного федерального округа 99

Научное издание

***Сборник материалов
Межвузовской научно-практической
конференции «Современный рынок
товаров и услуг: состояние и
перспективы»***

20 октября 2017 г.