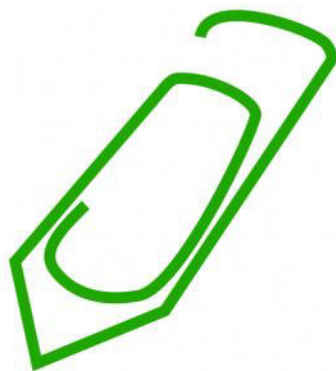


**Департамент профессионального образования Томской области
Областное государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
“Томский индустриальный техникум”**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ОТКРЫТОЙ НАУЧНО - ПРАКТИЧЕСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ
“СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
Г. ТОМСКА И ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ”**



30 Марта 2018 г.

г. Томск 2018

В данном издании представлены работы открытой научно-практической студенческой конференции «Состояние и перспективы развития рынка производителей потребительских товаров г. Томска и Томской области».

Сборник предназначен для студентов, преподавателей системы среднего профессионального образования.

Ответственность за содержание работы, грамматические и стилистические ошибки возлагается на авторов.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Еникеев Д.А. (ТОМИНТЕХ), ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ О РАЗВИТИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	5
2. Черданцева А.С. (ТОМИНТЕХ), АНАЛИЗ РЫНКА ПОДАРКОВ РУЧНОЙ РАБОТЫ.....	9
3. Богомолова Е.А. (ТОМИНТЕХ), ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ГОРОДЕ ТОМСКЕ.....	13
4. Иванова О.В. (ТОМИНТЕХ), АНАЛИЗ РЫНКА ТОМСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МЕБЕЛИ	21
5. Исаева Ю.А. (ТОМИНТЕХ), ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ «САВА» И «СИБИРСКИЙ КЕДР», КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА	25
6. Калашникова В.С. (ТОМИНТЕХ), ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ В Г. ТОМСКЕ, КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГ ПО УБОРКЕ ПОМЕЩЕНИЙ	32
7. Морозова Л.В., Кириллова Н.Ю. (КТАБ), АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДДЕРЖКЕ МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.....	40
8. Лаптева В.В. (ТОМИНТЕХ), АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДДЕРЖКЕ МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.....	45
9. Метелёва О.А. (ТОМИНТЕХ), НАУЧНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ НАБОРЫ ОТ НАУЧНОГО ШОУ "ЭКСПЕРИМЕНТАТОР"	48
10. Метелёва О.А. (ТОМИНТЕХ), РОЛЬ СОИ И СОЕПРОДУКТОВ В РЕШЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОБЛЕМЫ И ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА	54

11. Алин А.Е., Шарыпов Р.М. (ТОМИНТЕХ), РОЛЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	60
12. Овчинникова С.Е. (ТОМИНТЕХ), АНАЛИЗ РЫНКОВ ОТДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ НА ТЕРРИТОРИИ Г. ТОМСКА. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ	64
13. Алексеева А. (ТОМИНТЕХ), НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ЗАО САГ СВИНОКОМПЛЕКС «ТОМСКИЙ» НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ	77
14. Скороходова А.А. (ТОМИНТЕХ), ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛЕВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА Г. ТОМСКА (МИКРОРАЙОН СТЕПАНОВКА).....	81
15. Балдакова А.А., Бургал Д.М. (ТОМИНТЕХ), ОБЗОР МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	85
16. Елистратова С. (ПКТ), МАЛЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В ШЕГАРСКОМ РАЙОНЕ	90
17. Амельченко М.Л. (ТПТ), ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА АССОРТИМЕНТ ТОМСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.....	95
18. Тифенбах И.И. (ТОМИНТЕХ), МЕСТНЫЕ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛИ НА ПОЛКАХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ	100
19. Шаркези А.А. (ТОМИНТЕХ), АНАЛИЗ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА МЕСТНОМ РЫНКЕ	104
20. Попельгина А.В., Турсунова Н.П. (КИПТСУ), ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ЛАМА»	109

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ О РАЗВИТИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Еникеев Дмитрий Андреевич

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность «гостиничное дело»

В статье рассматривается проблема законодательного регулирования вопросов поддержки развития малого предпринимательства в Томской области, выявляются особенности и возможные перспективы политики региона в данной отрасли.

Томская область традиционно входит в число регионов-лидеров РФ и Сибирского федерального округа по основным показателям развития малого и среднего предпринимательства (МСП). Регион четырежды был одним из победителей конкурса «Лучший регион РФ в области развития малого предпринимательства». В 2008 году количество малых и средних предприятий составляло 15527, а в 2011 – 21532 [1. С. 18]. Актуальность изучения данной работы обуславливается необходимостью выяснения способов развития малого бизнеса – предпринимательства, для которого характерно небольшое количество работников (до 100 человек), средняя выручка (до 800 миллионов рублей в год), упор на собственный капитал. Перед такими предприятиями стоит ряд проблем – ограниченный доступ к финансированию, плохой *бизнес-климат*, *проблемы* с кадровыми ресурсами и рынками сбыта, справиться с которыми может помочь государство. В связи с этим, цель работы – выявить особенности политики Томской области в области развития малого предпринимательства.

Исходя из данной цели вытекают следующие задачи:

1. Дать характеристику малого предпринимательства.
2. Выявить меры государственной поддержки малого бизнеса в Томской области.

3. Оценить практическую реализацию гос. поддержки на примере победителей конкурсов предпринимателей.

Используемый формально-юридический метод позволяет сформулировать гипотезу: Законодательство Томской области о развитии малого предпринимательства хорошо развито и реализуется, меры государственной поддержки эффективны.

Литература по теме представлена несколькими авторами и интернет-ресурсами. Подробно изучает данную тему Н. А. Перемитина в своей статье «Развитие и поддержка малого и среднего бизнеса в Томской области» [1.]. Много информации по теме можно найти на сайте «Томскинвест. Деловые новости и бизнес в Томской области» [2.], а также «Малый и средний бизнес Томской области» [3.].

В 2009 году в СФО была принята концепция формирования системы устойчивого развития малого и среднего предпринимательства в субъектах РФ Сибирского федерального округа, в рамках которой объединились усилия четырех уровней поддержки МСП: межрегионального, регионального, муниципального и поселенческого, что положительно сказалось на развитии МСП региона.

Государственная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Томской области» предусматривает ряд направлений государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Сюда относятся: формирование и обеспечение деятельности инфраструктуры поддержки субъектов МСП; поддержка муниципальных программ развития субъектов МСП; информационная и консультационная поддержка в сфере организации и ведения предпринимательской деятельности; мероприятия, направленные на подготовку кадров для сферы предпринимательства; финансовая поддержка деятельности субъектов МСП; содействие развитию межрегионального и международного сотрудничества субъектов МСП; развитие молодежного предпринимательства и т.д. [2.].

В Томской области выработана «дорожная карта» развития предпринимательства. Областными властями, начиная с 2003 года, создана разветвленная сеть организаций для имущественной, консультационной, информационной, образовательной поддержки МСБ. Эта сеть постоянно развивается. Если в 2003 году в регионе было лишь четыре центра поддержки предпринимательства, то сегодня они есть в каждом муниципалитете. Их главная задача: консультирование, сопровождение предприятий МСБ, как стартующих, так и уверенно стоящих на ногах. В рамках развития этой инфраструктуры в 2011 году был открыт областной Центр поддержки предпринимательства, функции которого выполняет Фонд развития МСБ Томской области [2.].

В нашем регионе постоянно растет число бизнес-инкубаторов, задача которых — имущественная поддержка начинающих предпринимателей благодаря льготам по аренде помещений, предоставлению оргтехники и оборудования, консалтинговым услугам. В Томской области действуют муниципальные бизнес-инкубаторы: в Асиновском, Кожевниковском, Колпашевском и Кривошеинском районах, селе Моряковка Томского района, в Северске. На территории Приборного завода ведет деятельность Конструкторско-технологический бизнес-инкубатор, уже десятилетие действует Межвузовский студенческий бизнес-инкубатор «Дружба». Кроме этого, в каждом томском вузе есть собственные бизнес-инкубаторы [2.].

Помимо вышеперечисленных программ на территории области действует государственная программа финансовой поддержки МСП. Данную программу реализует ОАО «Российский банк развития». Получить по этой программе финансовую поддержку может предприниматель или индивидуальный предприниматель, которые относятся к субъектам МСП и обратились к участнику программы – банку или организации инфраструктуры поддержки, малого и среднего бизнеса.

В общей сложности финансирование сферы малого и среднего бизнеса в Томской области с 2008 по 2011 год составило 1,796 млрд рублей. В 2012

году выделено порядка 300 млн руб. на мероприятия по поддержке малого и среднего бизнеса. В результате в 2012 году поддержку получили не менее 166 предпринимателей.

Таким образом, государственную поддержку малого бизнеса в Томской области можно признать достаточно эффективной. Но это вовсе не означает, что в данной сфере отсутствуют какие-либо проблемы.

Малое и среднее предпринимательство оказывает большое влияние на развитие экономики Томской области, решая социальные проблемы, например, за счет увеличения рабочих мест. Бизнес способствует увеличению налоговых поступлений в бюджет, расширяет ассортимент товаров и услуг, а в соответствии с запросами потребителей формирует конкурентную среду и поддерживает активность населения. Подобное сотрудничество бизнеса и государства, а также комплексная система поддержки предпринимательства делают Томскую область территорией устойчивого развития для малого и среднего бизнеса.

Список литературы

1. Перемитина Н. А. Развитие и поддержка малого и среднего бизнеса в Томской области // Вестник ТГПУ, 2012 - №12(127). – С. 18-24.
2. Малый бизнес Томской области [электронный ресурс] – Томскинвест. – Электрон. дан. – URL: http://www.tomskinvest.ru/small_business.html (дата обращения 15.03.2018)
3. Малый и средний бизнес Томской области. Общие сведения [электронный ресурс]. – Малый бизнес. Томск – Электрон. дан. – URL: <https://mb.tomsk.ru/malj-biznes-tomskoj-oblasti/obshchie-svedeniya-o-malomi-srednem-biznese-tomskoj-oblasti/> (дата обращения 15.03.2018).

АНАЛИЗ РЫНКА ПОДАРКОВ РУЧНОЙ РАБОТЫ

Черданцева Анастасия Сергеевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность: коммерция (по отраслям)

Товары, направленные на массового потребителя совершенно лишены индивидуальности, порой не интересны, и не всегда хорошего качества. Сегодняшний потребитель все это видит и понимает, и начинает искать товары не связанные с массовым производством, сделанные в единственном числе и с высоким качеством исполнения. Без всякого сомнения, такими товарами могут являться эксклюзивные вещи, например, подарки ручной работы, созданные в одном экземпляре, как бы специально для одного человека.

Товары ручной работы или «хенд-мейд» (hand-made) — особая отрасль экономики. Сегментация ее все время претерпевает эволюцию, так как креативность граждан не знает границ. Но на сегодня она представлена следующими основными направлениями:

1. Картины. Не секрет, что шедевры современного искусства далеко ушли от образцов классической живописи. Самым высоким спросом пользуются сегодня абстрактные и урбанистические работы. Пейзажи и портреты существенно уступают по популярности геометрическим фигурам, ярким и размытым пятнам, картинам, лишенным на первый взгляд, всякого здравого смысла. Тем не менее, именно такими произведениями искусства принято сегодня украшать как интерьеры частных домов, так и стены в офисах всего мира.

2. Вязаные вещи. Однозначно лидируют в «вязаной» категории следующие вязаные вещи: свитера и жилеты, шапочки, снуды, носки и варежки, сумки, пледы и покрывала. Фантазия мастеров не знает границ – спицы, крючок, собственные руки - в качестве инструментов может использоваться что угодно. А уж изобилие пряжи с самыми разными

фактурами и эффектами дает возможность реализовать задачи любого уровня сложности.

3. Детские игрушки ручной работы. Список вариантов огромен, и мы даже не станем пытаться их перечислить, поскольку с огромным разрывом по популярности вырываются вперед изделия из натуральных экологически чистых материалов. У этого тренда конкурентов пока не имеется. Итак, на вершине рейтинга у нас деревянные игрушки, мягкие куклы и животные, а также елочные украшения.

4. Женские сумки. Занимают отдельную нишу. Современных модниц интересует прежде всего эксклюзив. Уникальность с большой, огромной буквы «У». Это работы с оригинальными материалами - холстом, кожей и так далее, с самым неожиданным декором.

4. Предметы декора для интерьера. Если главная задача - сделать интерьер не то что красивым, стильным или гармоничным, а просто – уникальным, вполне достаточно внести в интерьер такие предметы.

5. Вазы, горшки, столовые принадлежности. Спрос на сувениры, всевозможные баночки для круп, специй и прочие емкости, которыми можно украсить кухню и столовую, достаточно велик.

6. Коллекционные куклы. Игрушки для взрослых девочек и мальчиков. Ребенок остается навсегда жить в каждом из нас,

7. Бижутерия. Ассортимент бижутерии необъятен, а спрос неизменно высок.

9. Дизайнерская одежда. Эксклюзивные работы с именными ярлыками могут иметь самые высокие, почти невероятно высокие цены, которые вполне могут соперничать с изделиями от дизайнеров с мировыми именами. Вот только такая одежда должна быть действительно самобытной, оригинальной, неповторимой, запоминающейся, впечатляющей, узнаваемой, непременно высококачественной, выполненной с непревзойденным мастерством и так далее.

Продаются не просто товары, не просто материальные вещи, а нечто гораздо большее – частица души и индивидуальности мастера, некую составляющую счастья, домашнего уюта, теплоты и любви.

Потребительский спрос на подарки в стране растет из года в год, а вместе с ним повышаются и требования к дизайну и качеству продукции. Емкость рынка в стоимостном выражении также растет.

Рынок подарочной и сувенирной продукции в городе Томске в последние годы чрезвычайно расширился. Сувенирную и подарочную продукцию предлагают, как специализированные магазины и киоски, так и любые другие магазины в качестве дополнительного ассортимента. Порядка трехсот магазинов в Томске позиционируют себя как магазины подарков. Периодически проводятся выставки – ярмарки как в культурных учреждениях, так и в торговых центрах. В теплое время года – на городских территориях – улицах и площадях.

Что отличает томский рынок подарков ручной работы? На особенности рынка откладывает отпечаток географическое положение города. Это Сибирь. И это подарочная сувенирная продукция из дикоросов. Направление активно развивается. Например подарочные наборы конфет с начинками из диких ягод, кедрового ореха.

Берестяные изделия из Томска пользуются особым спросом. Получаемая в нашей местности береста обладает удивительными природными свойствами. Она эластична и пластична, поэтому из нее можно делать различные украшения и предметы домашнего обихода. Изделия из томской бересты долговечны, сохраняют тепло и не пропускают влагу. Приобрести поделки из бересты можно на ярмарках-выставках и в отделах сувенирных лавок.

Авторское изделие прикладного искусства всегда было и будет оригинальным подарком практически любому человеку. В специализированных магазинах, например, таких как Галерея «Орнамент» сосредоточены лучшие вещи ручной работы, изготовленные мастерами,

художниками города и области. Авторское изделие прикладного искусства всегда было и будет оригинальным подарком практически любому человеку. Даже тому, у которого всё есть! А также — к любому событию: подарки на День рождения, на юбилей, к свадьбе, по случаю окончания школы или университета, на Новый год, 8 Марта, 14 и 23 Февраля, подарки на память о городе Томске и друзьям.

Список источников:

<http://privezti-souvenir.ru/podarok-iz-tomska>

<https://vk.com/podarkovich>

<http://tomsk.spravker.ru/magazinyi-podarkov/>

<http://tomsk.big-book-city.ru/>

<https://www.ornament.tomsk.ru/podarki>

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ КОНКУРЕНЦИИ В СФЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ГОРОДЕ ТОМСКЕ

Богомолова Елена Анатольевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность: Менеджер гостиничного сервиса

Аннотация. В статье рассмотрено понятие конкурентоспособности гостиничных предприятий. Автором проанализированы основные факторы, влияющий на уровень конкурентной борьбы гостиниц, их классификация и рассмотрены главные конкурентные преимущества каждой выбранной гостиницы.

Ключевые слова. Гостиницы, конкурентоспособность, предприятие, гостиничный бизнес, маркетинг, услуги, конкуренция, факторы конкурентоспособности.

Бурное развитие сферы гостиничного бизнеса в России на современном этапе влечет за собой создание как мелких гостиниц, так и больших гостиничных цепей, что подтверждает существование огромной конкуренции в данном рыночном сегменте. Этот факт свидетельствует о том, что если ранее гостиничный бизнес не влиял на экономику страны, то в будущем он займет одну из лидирующих позиций.

Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что все гостиничные предприятия сталкиваются с такой проблемой как конкуренция, поэтому чтобы выжить в таких условиях, а также развиваться, необходимо анализировать сложившееся положение на рынке, а также принимать решения о проведении мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Цель данной работы – изучить конкурентоспособность гостиниц категории «три звезды» города Томска.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть гостиничные предприятия категории «три звезды» в городе Томск;
- выявить основные параметры и условия конкурентоспособности гостиничных услуг;
- провести оценку конкурентоспособности выбранных гостиничных предприятий.

Актуальность проблемы: с развитием рыночного механизма проблема конкурентоспособности предприятий гостиничного хозяйства резко обострилась, и ее решение требует от всех субъектов рынка активного поиска путей и методов повышения конкурентоспособности на рынке гостиничных услуг. В связи с этим повышение конкурентоспособности необходимо для закрепления позиций на рынке в целях получения максимальной прибыли.

Предметом исследования в данной работе является конкуренция гостиничных предприятий.

Объектом – конкуренция гостиниц категории «три звезды» в городе Томске.

Методы, использовавшиеся при написании работы:

- сравнительный метод;
- аналитический метод;
- описательный метод.

Конкуренция – соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Список гостиничных предприятий категории «три звезды» города Томска:

- гостиница «Томск», проспект Кирова 65;
- гостиница «Союз», проспект Комсомольский 70/1;
- ООО «Гостиница Сибирь», проспект Ленина 91;
- гостиница «Октябрьская», улица Карла Маркса 12;
- гостиница «Спорт Отель», улица Красноармейская 124.

Гостиница «ТОМСК» была построена в 1973 году. Гостиница расположена на Привокзальной площади, по адресу проспект Кирова, 65, недалеко от автовокзала и железнодорожного вокзала Томск I. Всего в гостинице 117 номеров. Кроме того, в гостинице имеется конференц-зал, бизнес-центр, зал совещаний, кафе, лобби-бар, парикмахерская, оздоровительный центр (сауна, солярий, массаж, фитнес-зал). В гостинице можно воспользоваться доступом в Интернет через Wi-Fi. Перед входом в гостиницу в 2006 году была установлена скульптура «Тапочки». Главным конкурентным преимуществом гостиницы является её месторасположение, в большинстве отзывов, оставленных на сайте гостиницы, это было отмечено, как большой плюс.



Рис.1 Гостиница «Томск»

Гостиничный комплекс «СОЮЗ». Комплекс расположен по адресу: г. Томск, Комсомольский проспект, 70/1. Здесь возможно размещение с домашними животными. К услугам гостей ресторан и собственная бесплатная парковка. В числе удобств телевизор с плоским экраном и спутниковыми каналами. Гостям будут предложены халаты и тапочки. На всей территории отеля «Союз» можно воспользоваться бесплатным Wi-Fi. Стойка регистрации работает круглосуточно. Расстояние до аэропорта Богашево составляет 17 км. Номерной фонд гостиницы Союз – 45 номеров.

Так же предоставляется конференц-зал на 55 мест, ресторан и сауна. Исходя из отзывов, оставленных гостями данной гостиницы, можно сделать следующий вывод: главными конкурентными преимуществами будет являться месторасположение, бесплатное пользование сауной для гостей и размещение с домашними животными (не во многих гостиницах Томска это допускается). Гостиница входит в Российскую Гостиничную Ассоциацию (РГА).



Рис. 2 Гостиничный комплекс «СОЮЗ»

Гостиница «СИБИРЬ» была открыта в 1961. Гостиничный комплекс расположен по адресу: г. Томск , Ленина проспект, 91. Последняя реконструкция была произведена в 2004. Гостиница имеет очень выгодное месторасположение, она находится в самом центре исторической и деловой части города. Удобным это место считается и потому, что рядом находятся две остановки, являющиеся узловыми транспортными развязками. Сегодня гостиница предлагает своим гостям номера: однокомнатные и двухкомнатные люксы, номера высшей категории, одноместные и двухместные номера. В гостинице имеется конференц-зал, ресторан, сауна с бассейном и комнатой отдыха, солярий, авиакасса, магазин сувениров, автостоянка. Исходя из отзывов гостей, уже проживавших в данной

гостинице, можно сделать следующий вывод: главным конкурентным преимуществом гостиницы является её месторасположение, многие гости отметили ресторан при гостинице (качество и многообразие вкусной еды), но большинство отзывов было «посвящено» плохим стеклопакетам (окна выходят в сторону дороги и очень шумно) – это является большим недостатком.



Рис. 3 Гостиничный комплекс «Сибирь»

Гостиница ОКТЯБРЬСКАЯ более 20 лет принимает гостей. Местоположение: в деловом, культурном, историческом центре города и в то же время на берегу реки, в стороне от интенсивного транспортного потока. Адрес местоположения: г. Томск, ул. Карла Маркса, 12. С верхних этажей здания открывается великолепная панорама Томска. К услугам гостей: парковка, парикмахерская, зал совещаний, банкетный зал, сауна, сейф с индивидуальными ячейками; в номерах – кабельное телевидение, прямая городская и международная связь, проводной и беспроводной Интернет. Гостиница – одна из лучших гостиниц Томска. В семиэтажном здании располагаются 48 номеров различной категории, рассчитанных на 62 основных места. Гости имеют возможность воспользоваться бизнес-услугами. Исходя из отзывов гостей, уже проживавших в данной гостинице, можно сделать следующий вывод: главным конкурентным преимуществом

гостиницы является её месторасположение, так как все гости отметили это. Так же в данной гостинице проживал Владимир Владимирович Путин в 2008 году.



Рис. 4 Гостиница «Октябрьская»

Гостиница СПОРТ-ОТЕЛЬ находится в парковой зоне Дворца Зрелищ и Спорта, на ул. Красноармейской, 124, являющейся связующей магистралью города. Рядом с гостиницей расположен НИИ Кардиологии РАМН, в 5-10 минутах ходьбы - торговые центры, рестораны, спортивные и развлекательные комплексы, ночные клубы. В нескольких минутах езды от отеля – авто- и железнодорожные вокзалы, административная часть города. В гостинице 8 этажей, номерной фонд - 43 номера. На восьмом этаже здания расположено кафе. Отель предоставляет конференц-зал, прокат автомобилей и парковку. Исходя из отзывов гостей, уже проживавших в данной гостинице, можно сделать следующий вывод: главным конкурентным преимуществом гостиницы является прекрасная кухня в ресторане и «не прокуренные» номера, как указали гости. К минусам можно отнести – на сайте гостиницы указано «бесплатная парковка», а на деле требуют деньги.



Рис. 5 Гостиница «Спорт-Отель»

Вывод: одним из основных направлений формирования конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Ключевым здесь является предоставление таких услуг, которые удовлетворяли бы и даже превосходили ожидания целевых клиентов. В данном случае, практически все гостиницы конкуренты по месторасположению. Цены на проживание во всех гостиницах категории «три звезды» в городе Томске почти одинаковы, но качество предоставления услуг – разное.

Итак, в проделанной работе были выполнены следующие задачи:

- рассмотрены гостиничные предприятия категории «три звезды» в городе Томске;
- выявлены основные параметры и условия конкурентоспособности гостиничных услуг;
- проведена оценка конкурентоспособности, выбранных гостиничных предприятий.

Список источников:

1. Конкурентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. – [URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/Конкурентоспособность_предприятия](https://ru.wikipedia.org/wiki/Конкурентоспособность_предприятия)
2. Официальные сайты представленных гостиниц [Электронные ресурсы]. – URL:

<http://www.tomskhotel.ru/>

<http://souz.tomsk.ru/>

<http://hotel-sibir.tomsk.ru/>

<http://october.tomsk.gov.ru/>

<http://www.sporthotel.tomsk.ru/ru/>

АНАЛИЗ РЫНКА ТОМСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МЕБЕЛИ

Иванова Ольга Владимировна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность: коммерция (по отраслям)

Мебель - совокупность передвижных или встраиваемых изделий для обстановки жилых и общественных помещений и различных зон пребывания человека. Предназначается для хранения и экспонирования различных предметов, сидения, лежания, приготовления пищи, выполнения письменных и других работ, разделения помещения на отдельные зоны.

Современный рынок производства мебели, является совершенно новым рынком, который зародился в 2012 году. На рынок мебели повлияло образование в 2012 году единого рынка России, Белоруссии и Казахстана. С августа 2012 года Россия присоединилась к ВТО, началось снижение таможенных пошлин. С 2014 года был принят регламент по формальдегиду. Эти обстоятельства свели на нет основное конкурентное преимущество российских производителей мебели, которое заключалось в невысокой стоимости сырья и относительно низких затратах на оплату труда.

Для нового рынка характерна высокая конкуренция между российскими и зарубежными производителями мебели, а также вытеснение с российского рынка продукции мелких предприятий.

Начиная с 2000 годов мебельный рынок в стране развивался высокими темпами (в среднем 23% в год). После кризиса 2009 года началось восстановление рынка. И к 2012 году наблюдались самые высокие темпы роста рынка. Дальнейшие изменения курса рубля негативно сказалось на продажах импортной мебели. Ее стоимость значительно увеличилась.

На сегодняшний день в России производством мебели занимаются, по различным оценкам, от 5100 до 5800 предприятий, из которых примерно 500 – крупных и средних.

Если провести анализ мебельного рынка г. Томска, то можно увидеть, что около 20% товаров, представленных на рынке мебели г.Томска, это товары или это мебель местных производителей. При чем, большая половина - это мягкая мебель. Чаще всего это ценовой сегмент эконом и эконом плюс.

Среди изделий мягкой мебели сегмент эконом достигает 70%. Наиболее крупными производителями мягкой мебели в Томске являются фирмы: ООО «Рона» которая в Томске (открылась в 1993 году), ООО «Тальяна» которая (производит мягкую мебель с 1990 года), ООО «Гранд-мебель».

При обладании сегмента эконом, такие производители как ООО «Интекс» и ООО «Ля-Рошель» работают в среднем и премиальном ценовом сегменте. Используются импортные оборудование, передовые технологии, итальянские ткани, фурнитура.

Корпусная мебель представлена в основном, комплектациями для прихожей, наборами для кухни, офисной мебелью. В эконом сегменте работают такие фирмы как: ООО «Крокус», ООО «Онда», как в сегменте эконом + и средне ценовом сегменте работают фирмы: ООО «Гролл» , ООО «Стильная мебель», ООО «Mabelle», ООО «Raumplus», ООО «Купе-стиль». 80% ассортимента - это кухни, столовые, прихожие.

Корпусная мебель в сегменте премиум представлено изделиями из массива дерева выполнимыми под заказ такими фирмами как: Мастерская мебели ЛВФ, ООО «Город мастеров», ООО «Рукопожатие».

Преимущество местных производителей заключается в том, что производство может осуществляться под индивидуальный проект: цвет, размер, ткань, наполнители, и. т.п в более короткие сроки. Кроме того, покупателям проще предъявить претензии к производителю, если он находится в одном с ним городе.

Потребность в мебели является одной из главных потребностей человека; при этом она характеризуется длительным сроком эксплуатации и высокой ремонтпригодностью. Таким образом, при снижении общей платежеспособности, человек может безболезненно отказаться от

приобретения новых предметов мебели за счет увеличения срока эксплуатации старой.

Поэтому на ситуацию на рынке мебели очень влияет экономическая ситуация, складывающаяся на рынке.

Эксперты выделяют следующие основные тенденции рынка:

- Сокращение доли теневого бизнеса в отрасли за счет влияния кризисной обстановки на мелкие кустарные предприятия, в том числе за счет высокой кредитной нагрузки;

- Снижение доли премиального сегмента в пользу стандартного и бюджетного;

- Сокращение доли импортной продукции. Самая высокая доля импорта – в сегменте мебели деревянной для гостиных, жилых комнат, столовых, ванных и прихожих – почти половина рынка. А наибольшая конкуренция среди российских производителей – в матрасах и основах матрасных, где доля импорта на рынке практически незаметна.

В 2017 году были реализованы все запланированные на эту дату изменения ставок пошлин после вступления России в ВТО. Пошлины на дешевую мебель снизились

Тем не менее, несмотря на низкий объем производства, российские производители укрепили позиции на рынке, поскольку сильнейшее за последние 7 лет падение импорта продолжилось.

Продолжается борьба китайской и белорусской мебели за лидерство в импорте: при измерении импорта в тоннах, лидерство за Беларусь (у Китая второе место), при измерении импорта в штуках лидирует Китай.

По оценке «Экспресс-Обзор», должна прерваться тенденция падения. Рынок начнет увеличиваться. Однако мебельному рынку тяжело будет отыграть значительное сокращение объемов предыдущих двух лет и даже к 2021 году показатель 2014 года достигнут не будет.

Список источников:

https://businessstat.ru/russia/durable_goods/furniture_interior/?yclid=2296769140918589718

http://www.e-o.ru/research/furniture_market.htm

<http://alto-group.ru/otchet/marketing/908-rynok-mebeli-tekuschaya-situaciya-i-prognoz-2018-2022-gg.html>

<http://slide-statistics.ru/?yclid=2296798201403947939>

<http://tomsk.marketcenter.ru/content/doc-2-10537.html>

ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ «САВА» И «СИБИРСКИЙ КЕДР», КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Исаева Юлия Александровна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность «Менеджер гостиничного сервиса».

Руководитель Рафальчук Александра Леонидовна

Данная статья посвящена фирменным магазинам «Савва» и «Сибирский Кедр» как продвижение собственного производства.

Данная тема статьи актуальна тем, что в мире множество компаний которые выпускают продукцию с различными добавками, ароматизаторами, красителями, консервантами и другими вредными веществами, а производители таких предприятий как «Сибирский Кедр» и «Савва» не используют данные пищевые добавки.

Цель работы: изучить основные направления производства и места реализации продукции.

Методы исследования: аналогии, сравнения.

Эко – Фабрика «Сибирский Кедр» - эксперт в производстве продукции на основе всех видов орехов и сухофруктов. Эко-фабрика работает с 1999 года, за это время Эко - фабрика произвела тысячи тонн ореховой продукции из семян подсолнечника, арахиса, фундука. Миндаля и других орехов. [1]

С 2014 года компания начала производство конфет на основе кедрового ореха и сибирских ягод. Эко - фабрика сконцентрировалась на товарах из экологически чистой Сибири, и осознанно отказались от применения ароматизаторов и консервантов. [1]

Основные направления производства на Эко - фабрике – это конфеты из ореха и ягод в коробках, подарки в деревянной упаковке, индивидуальные подарки к праздникам, мёд и варенье, масло кедровое и другие полезности.

[1]

Эко – Фабрика производит уникальную сибирскую продукцию на основе кедрового ореха. В среднем, кедр начинает плодоносить на 50-й год своей 850-летней жизни. На производстве данной фабрике имеется 7 цехов, 30 единиц современного оборудования, 4200 метров квадратных, производственных площадей. Компания 19 лет успешно работает, годовой оборот компании составляет 560 миллионов рублей. [1]

Продукция Эко – Фабрики «Сибирский Кедр» представлена на полках супермаркетов SPAR, Ашан, Магнит, АЗБУКА ВКУСА. А так же есть фирменные магазины в аэропорте «Богашёво» и по адресам города Томска:
ул. Алексея Беленца 9/1, Комсомольский проспект 136.



г. Томск, Комсомольский проспект 136, ТЦ «ИЗУМРУДНЫЙ ГОРОД»



г.Томск, Комсомольский проспект 13б, ТЦ «ИЗУМРУДНЫЙ ГОРОД»

Вот так замечательно оформлен один из фирменных магазинов «Сибирский кедр».

У данной компании имеется два логотипа в бежевом и зеленом цвете. [2]



Эко – фабрика «Сибирский кедр» не только выпускает вкусную продукцию, но и создает, прекрасны подарки родом из Сибири. Которые представлены ниже на фото.

А так же в Томске есть ещё одна не маловажная компания занимающаяся товарами собственного производства «САВА». [3]

Томская производственная компания «САВА» была основана 4 апреля 2000 года, на базе тепличного комплекса «Кузовлевский».

Специализируется данная компания на выпуске и реализации продуктов питания из дикоросов Сибири и Алтайского края. **Это дикорастущие садовые ягоды, грибы, кедровые орехи и различные лекарственные травы.** [4]

Сегодня компания «САВА» - это современное динамично развивающееся производство, качественные здоровые продукты с инновационной составляющей, квалифицированный сплоченный коллектив, и, конечно же постоянные партнеры и покупатели.

Направления деятельности — продукты питания массового спроса, функциональное питание и полуфабрикаты для предприятий промышленного производства. Стратегическое направление развития компании – глубокая переработка и производство продуктов из дикорастущего сырья Сибири и Алтайского края. [5]

Также производство масложировые и ягодно - фруктовые начинки для крупнейших компаний России. Компания осуществляет поставки функциональных напитков для предприятий с вредными условиями труда. Особое внимание при разработке продуктов уделяется инновациям. Гордостью компании является инновационный продукт – «Кедровое молочко». [5]

Продукция компании представлена в крупнейших региональных и федеральных торговых сетях. География продаж охватывает более 40 российских регионов, ближнее и дальнее зарубежье.

Вся продукция имеет высокое качество и отменный вкус за счет осуществления жесткого контроля на всех стадиях производственного цикла и высокого качества сырья. [5]

Продукция компании «САВА» удостоена высших наград на межрегиональных и международных выставках. Одна из наград представлена в данной статье ниже, атак же у компании имеется логотип в виде кошечки.



За время своего существования, создана материально – техническая база, отлажена работа производства, сформирована команда специалистов, организована заготовительная сеть по сбору дикоросов. Торговая политика компании направлена на максимальную поддержку своих партнеров.

На сегодняшний день компания «САВА» осуществляет поставки в города Центральной части России, Сибири и Дальнего Востока, с компанией сотрудничают такие города как Москва, Новосибирск, Иркутск, Красноярск, Кемерово, Барнаул, Чита, Улан-Удэ и др. [5]

Налажено сотрудничество с предприятиями Центральной части России и Ближнего зарубежья, активно осваивается Дальнее зарубежье.

Вся продукция имеет высокое качество и отменный вкус за счет осуществления жесткого контроля на всех стадиях производственного цикла и высокого качества сырья. [5]

В 2017 году Томская производственная компания «САВА» 29 июля открыла на Октябрьском рынке свою первую фирменную торговую точку, по просьбе жителей города Томска.[5]

А также фирменную продукцию компании «Сава» можно приобрести во всех супермаркетах города Томска в каких как:

- Ярче;
- Абрикос;
- Быстроном;
- Магнит;
- Радуга вкуса;
- Мария-ра.

При написании данной статьи можно сделать следующие выводы, у данных компаний высокое качество производства товаров, данные товары не только вкусны, но и из натуральных продуктов, которые несут огромную пользу для здоровья человека. В городе Томске широко развито производство товаров собственного производства, которые выходят на мировой уровень.

Список литературы

- 1 <http://idsiberian.ru/> - Сибирский кедр Официальный сайт;
- 2 https://vk.com/siberian_nuts - Сибирский кедр. Официальная страница;
- 3 <https://2gis.ru/tomsk/search> - Сибирский кедр адреса сети фирменных магазинов;
- 4 <https://vk.com/club65381209> - Эко Продукты питания из Сибири. ТПК "Сава»;
- 5 <http://www.tpksave.ru/pages/about> - Томская производственная компания «САВА»

ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ В Г. ТОМСКЕ, КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГ ПО УБОРКЕ ПОМЕЩЕНИЙ

Калашикова Вера Сергеевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность: Менеджер гостиничного сервиса

Аннотация. В данной статье рассмотрены понятие «клининг», история возникновения клининговых услуг, а также организации, предоставляющие данный тип услуг на территории города Томска, перспективы развития услуг данного типа.

Цель статьи: обоснование востребованности клининговых услуг на территории г. Томска.

По данной теме можно выделить следующие задачи:

- изучить понятие «клининг», когда он впервые начал востребоваться;
- рассмотреть клининговые компании в городе Томске и в чем их различия;
- проанализировать преимущества и недостатки клининговых компаний в городе Томске.

Введение. Сам термин «клининг» происходит от английского глагола, означающего «чистить». При этом он заметно отличается от уборки в бытовом смысле этого слова. Клининг - это профессиональная услуга, которая требует соответствующей специальной подготовки.

Сегодня, клининговые компании обслуживают частные квартиры и загородные дома, офисы компаний, торговые и развлекательные комплексы, производственные и промышленные предприятия.

Ассортимент клининговых услуг очень широк и разнообразен. От ежедневной уборки (удаление пыли, мытье полов, лестниц), до сложных специальных работ. К сложным работам относится мойка вертикальных

поверхностей — стены, фасад, реклама, окна, витражи, шлифовка и полировка мрамора, гранита и т. д.

В процессе работы использовались следующие методы: анализ и сравнение.

Актуальность темы. На данный момент уровень востребованности профессиональных клининговых услуг очень высок как за границей, так и в нашей стране. Зарождение и развитие клининговых услуг в России началось с городов Москвы и Санкт-Петербурга. Все большее количество организаций, производств, а также частных лиц обращаются за услугами уборки к лидирующим клининговым компаниям. На данный момент в Томске более 30 организаций, оказывающих клининговые услуги, и это не предел. Каждый год на рынок выходят новые компании, которые оказывают существенное влияние на конкурентные преимущества действующих клининговых организаций.

Первая клининговая компания появилась в Томске в 2000 году. А с 2001 года стала набирать обороты и открываться все больше клининговых компаний.

Критериями выбора клининговой фирмы являются: авторитет на рынке, стоимость и ассортимент предоставляемых услуг, уровень используемых в работе оборудования, технологий и химикатов, квалификация персонала, система контроля выполнения уборки.

Рассмотрим некоторые клининговые компании в городе Томске:

1) Клининговая компания «Абсолют»



Адрес: г. Томск, ул. Карла Маркса, 48/1, офис 224.

Контактные данные: 8-913-870-55-00

Электронная почта: Clining70@yandex.ru

Ссылка на личный сайт:

<http://xn----7sbc0bclkdopif.xn--p1ai/himchistka/#nums>

Виды уборок: уборка жилых помещений, уборка после ремонта и строительства, еженедельная уборка квартир и коттеджей, мойка окон и лоджий, химчистка ковровина, химчистка мягкой и кожаной мебели, уборка ванной комнаты и туалета, уборка на кухне. На рынке клининговых услуг с 2009 года.

Важными клиентами являются:



1) Клининговая компания «Пчёлка» — профессиональный клининг в Томске.

ПЧЁЛКА
КЛИНИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

Адрес: г. Томск, пр. Комсомольский 39/4

Контактные данные: 8 (3822) 34-80-34,

WhatsApp: +7 9832 34-80-34

Ссылка на личный сайт предприятия: <https://pchelka.tomsk.ru/>

Предоставляет следующие клининговые услуги в г. Томске:

- уборка квартир и домов, уборка офисов;
- уборка торговых залов и любых помещений;
- «экспресс»-уборка, уборка «под ключ»;
- уборка перед праздником и после праздника;
- химчистка ковров, химчистка диванов и мебели;
- мытьё окон и балконов, мытьё фасадов и витрин.

Важными клиентами являются:



2) Единая служба быта «Чистый город»

Адрес: пр. Ленина 151/1, офис 403

Контактные данные: +7 (3822) 25-53-15

Электронная почта: esbgorod@mail.ru

Ссылка на личный сайт предприятия: <https://esbgorod.ru/>.

Виды уборок:

- комплексная уборка помещений;
- генеральная уборка;
- после строительная уборка;
- мытье окон и фасадов;
- чистка мебели и ковров.

На рынке с 2011 года.

Важными клиентами являются:



Снежная Королева
МЫТЬЕ • ЗАЩИТА ОТ ЗАГРЯЗНЕНИЙ • ДИЗЕЙН

Преимущества предприятий представлены в сравнительной таблице

Наименование предприятия	Услуги	Стоимость	Преимущества	Способы продвижения услуг: (инстаграм, вк, реклама на тв, радио и т.д.)
Компания города Томска «Абсолют»	Уборка жилых помещений; - уборка после ремонта и строительства; -еженедельная уборка квартир и коттеджей; - мойка окон и лоджий; -химчистка ковровина; - химчистка мягкой и кожаной мебели; - уборка ванной комнаты и туалета; - уборка на кухне	Цена уборки за 1 кв. м составляет от 50 (Пятидесяти) рублей. Матрац от 800рублей; кресло от 900 рублей; диван от 1000 рублей;	Оперативность; квалифицированные сотрудники; оптимальная цена; скорость; гарантия; современные технологии; точность; экономия .	Информация о предприятии размещена на нескольких сайтах
Клининговая компания	уборка квартир и домов,	Транспортные расходы,	Компания оказывает	Компания не продвигает

«Пчёлка»	уборка офисов; – уборка торговых залов и любых помещений; – «экспресс» - уборка, уборка «под ключ»; – уборка перед праздником и после праздника; – химчистка ковров, химчистка диванов и мебели; – мытьё окон и балконов, мытьё фасадов и витрин.	профессиональное оборудование и средства включены в стоимость услуг. Минимальная сумма заказа — 1500 (Одна тысяча пятьсот) рублей.	широкий спектр клининговых услуг в Томской области для физических и юридических лиц на разовой и постоянной основе. Гибкие условия и доступные цены.	услуги через социальные сети, радио, газеты и т.д. Для постоянных клиентов имеется система скидкок.
Единая служба быта «Чистый город»	Комплексная уборка помещений; генеральная уборка; после строительная уборка; мытьё окон и фасадов;	Окончательная стоимость работ определяется после выезда специалиста компании на	Страхование ответственности, надежное исполнение, экологичная уборка. Также	Не размещают рекламу в социальных сетях в газетах, журналах, на

	чистка мебели и ковров.	убираемый объект. Минимальная стоимость заказа - 1200 рублей. Вызов по химчистке от 1300 рублей.	предлагают помощь в борьбе с насекомыми.	радио. Предлагают скидки за быструю уборку, мойку окон и балконов со скидкой 15%
--	-------------------------	--	--	---

Перспективы развития. Клининг является одной из самых молодых областей бизнеса, которые существуют на сегодняшний момент. Однако, поскольку профессиональная уборка быстро нашла своих клиентов, эта область начала развиваться стремительными темпами, создавая новые рабочие места, развивая новые технологии уборки зданий и помещений разного типа. Современная клининговая компания – это штат высококвалифицированных специалистов, способных решить самую сложную задачу. Если клиент хочет особенные услуги уборки – он непременно их получит.

Современные клининговые услуги должны суметь удовлетворить любого, даже самого придирчивого клиента. В перспективе должны быть развиты такие услуги, как авральная уборка зданий или помещений после пожара, наводнения, очищение от грязи или морской соли, нанесение специальных декоративных покрытий или обустройство наливных полов. В последнее время все большую популярность приобретают «экологические услуги уборки» или «зеленый клининг». Суть такой профессиональной уборки заключается в том, что при ее проведении используются только такие материалы и средства, которые щадяще относятся к окружающей среде. Благодаря своему мягкому воздействию, «зеленый клининг» часто

используется при реставрации и мойке фасадов старых зданий, для которых важно сохранить натуральную краску.

Вывод. Компании оказывающие клининговые услуги стали действительно необходимы. Качество любой работы определяется уровнем профессионализма. А это значит, что уборкой также должен заниматься профессионал в своей области. На сегодняшний день предоставление услуг по уборке домов, квартир и офисных помещений актуально как для юридических лиц, так и частных заказчиков. Стоит отметить, что своевременная уборка — это не только дань чистоте, но и обязательная потребность против распространения болезнетворных бактерий. Именно поэтому уборка носит комплексный характер.

Анализ некоторых предприятий г. Томска, оказывающих профессиональные клининговые услуги по уборке как квартир, так и промышленных и офисных помещений, показал, что данные услуги востребованы крупными предприятиями нашего города, услуги доступны и актуальны и для современного человека, и для развития бизнеса. Ведь чистота вокруг – первый признак чистоплотности, как к себе, так и к окружающим.

Список источников:

- 1) <http://xn----7sbc0bclkdopif.xn--p1ai/himchistka/#nums>
- 2) <https://pchelka.tomsk.ru/> -
- 3) <https://esbgorod.ru/>
- 4) <http://remont-uborka.ru/stati/12-stati/22-cto-takoe-klining>
- 5) <http://bishelp.ru/business/upravljajem-biznesom/perspektivy-razvitiya-klininga-v-rossii>

АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДДЕРЖКЕ МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Морозова Любовь Владимировна

ОГБПОУ «Кожевниковский техникум агробизнеса»,

Преподаватель Кириллова Наталья Юрьевна

ОГБПОУ «Кожевниковский техникум агробизнеса», повар-кондитер

Проведен анализ мероприятий, направленных на поддержку сельскохозяйственных товаропроизводителей Кожевниковского района.

Экономический рост в сельском хозяйстве продолжается на протяжении практически 20 лет, начиная с 1999 года. Благотворное влияние на это оказывает проводимая государством поддержка, которая происходит в нескольких направлениях. А именно [1]:

- гранты сельскохозяйственным кооперативам на развитие материально-технической базы;
- возмещение части затрат на приобретение элитных семян, на закладку и уход за многолетними плодовыми и ягодными насаждениями, на уплату процентов по инвестиционным кредитам (займам), по оформлению прав на объекты недвижимости, используемые в сельскохозяйственном производстве, на приобретение семян кормовых культур в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностям;
- оказание несвязанной поддержки и поддержка малых форм хозяйствования;
- финансирование мероприятий по государственной поддержке кадрового обеспечения АПК.

Проводимые мероприятия очень важны для развития не только какого-то отдельного региона, но и всей нашей страны в целом. За счет развития малых форм хозяйствования происходит продовольственное обеспечение страны (свыше 50 % продукции сельского хозяйства производится именно малыми формами хозяйствования), обеспечение занятости и доходов

сельского населения, формирование среднего класса на селе, сохранение сельского образа жизни и традиционной культуры, обеспечение социального контроля над обширными территориями (своего рода, селообразующие функции), содействие в развитии местных бюджетов и сельских территорий.

Наиболее существенная поддержка с целью преобразования личных подсобных хозяйств в крестьянско-фермерские хозяйства происходит в последние годы за счет государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулируемых рынков в Томской области», в результате которой с 2012 года по 2017 год было получено малыми формами хозяйствования (КФХ) 153 гранта, из них 118 именно фермерам, стаж работы которых в рамках КФХ составлял на момент получения поддержки менее года.

Таким образом, в результате проводимой программы [2] в Кожевниковском районе появилось 8 новых фермеров, которые прошли по программе поддержки и до сих пор продолжают успешно расти и развиваться. Так, житель Кожевниковского района, Данила Дудкин, за время действия государственной программы смог поучаствовать в ней дважды. Впервые он получил поддержку как начинающий фермер в размере 1,5 млн. руб., а два года назад, встав на ноги и окрепнув, увеличив маточное поголовье скота до 100 голов, построив ферму, решил участвовать в конкурсе на поддержку семейной животноводческой фермы, результатом чего стало получение гранта в размере около 10 млн. руб. Эти деньги дали возможность фермеру существенно обновить и расширить имеющийся шлейф сельскохозяйственной техники для заготовки кормов, что в свою очередь привело к снижению затрат на приобретение кормов со стороны.

Другой пример – студент нашего техникума, выпускник 2014 года по профессии «Электромонтер по ремонту и обслуживанию электрооборудования в сельскохозяйственном производстве» Мильто Александр. Живя в небольшой деревушке Тека, совместно с родителями в 2017 году принял решение организовать КФХ. С детства он помогал родителям по хозяйству. С учетом отсутствия желания покидать родное село

и с трудностями в поисках работы, решил превратить ЛПХ в КФХ. По сути, уже не первый год в его семье это единственный источник дохода. Результат – победа в конкурсе и выделение гранта в размере 3 млн. руб.

За счет проводимых мероприятий в рамках поддержки малых форм хозяйствования [3] в Кожевниковском районе за период с 2012 года по настоящее время произошло увеличение поголовья КРС на 313 голов, это повлекло рост валового надоя на 758 тонн и рост производства мяса КРС на 58 тонн.

В 2018 году планируют подать заявки на участие в этом конкурсе еще 3 молодых фермера.

Немаловажная заслуга в привлечении молодежи в подобные проекты все-таки принадлежит именно государству. Понимая основные проблемы села (таблица 1), оно пытается их решить, стимулирует предпринимательскую активность посредством разнообразных форм поддержки.

Таблица 1 – Сдерживающие факторы в развитии малых форм хозяйствования

№ п/п	Сдерживающие факторы	Предложения по их решению
1	Нехватка земельных ресурсов	Оформление невогребованных долей
2	Недостаточный уровень технического оснащения	Приобретение современной техники
3	Новые правила содержания сельскохозяйственных животных – новое требование министерства сельского хозяйства	Строительство новых высокотехнологичных ферм
4	Низкая продуктивность скота	Обновление породного состава

5	Низкий уровень биологической защиты в личных подсобных хозяйствах	Переход на альтернативное животноводство
---	---	--

Таким образом, можно выделить приоритетные направления развития АПК в Кожевниковском районе:

- обеспечение продовольственной независимости и национальной безопасности страны;
- повышение конкурентоспособности российской продукции на внутреннем и внешних рынках (экспорториентированность);
- стимулирование роста производства основных видов сельскохозяйственной продукции;
- повышение благосостояния и качества жизни в сельской местности;
- создание условий для эффективного использования земель сельскохозяйственного назначения;
- развитие малых форм хозяйствования и кооперации на селе.

Благодаря проводимым мероприятиям, село имеет возможность не просто существовать, а жить полной жизнью.

Список литературы

1. Государственная программа «Развитие сельского хозяйства и регулируемых рынков в Томской области» (Постановление Администрации томской области от 12.12.2014 года № 485а)
2. Постановление Администрации Томской области от 31.05.2012 № 205а «О предоставлении бюджетных средств на поддержку начинающих фермеров и развитие семейных животноводческих ферм в Томской области»
3. Приказ департамента по социально-экономическому развитию села Томской области от 28.04.2017 года № 64 «О реализации Постановления Администрации Томской области от 31.05.2012 года № 205а «О

предоставлении бюджетных средств на поддержку начинающих фермеров и развитие семейных животноводческих ферм в Томской области»

АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОДДЕРЖКЕ МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Лаптева Виктория Владимировна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность «Реклама»

Руководитель Захарова Галина Николаевна

Аннотация.

Мероприятия по поддержке местных товаропроизводителей, являются неотъемлемой частью стимуляции развития предприятий в г. Томске и Томской области. В данной статье представлен список проводимых и планируемых мероприятий по поддержке местных товаропроизводителей, их актуальность. Так же анализ представленных мероприятий, их основные плюсы и минусы.

Мероприятия по поддержке местных товаропроизводителей – это комплекс методов, направленных на формирование широкого слоя конкурентоспособных, активных экспортеров, в том числе из среды малых и средних предприятий, что будет положительно влиять на состояние конкуренции и делового климата в стране.

После того как против России и самой Россией были введены санкции, тема мероприятий по поддержке отечественного товаропроизводителя, стала очень актуальной. Это связано с тем, что из-за санкций отсутствует ввоз определенных продуктов, из-за чего возникла необходимость в создании собственного производства и его поддержке. Так же в мероприятиях по поддержке нуждаются уже существующие товаропроизводители, которые раньше занимались экспортом за границу и из-за сложившейся ситуации несут убытки.

Целью мероприятий по поддержке местных товаропроизводителей является, поддержание и мотивация на работу отечественного производителя.

В Томске в качестве мероприятий по поддержке местных товаропроизводителей, проводятся мероприятия на конкурсной основе при победе, в котором производитель получает денежную сумму для погашения долгов, приобретения необходимого оборудования и т.д.

Например, «Конкурс Стартующего бизнеса». Данный конкурс подразумевает возмещение затрат на старт предпринимательского проекта. Затраты на приобретение основных средств должны составлять не менее 50 % от суммы субсидии.

Еще такими мероприятиями могут выступать, Предоставление дополнительных налоговых льгот. Данные льготы освобождают от уплаты налога на имущество организаций в размере 50 % от суммы налога, зачисляемой в областной бюджет, сроком на 5 лет, начиная с первого числа месяца.

Но это касается мероприятий по оказанию финансовой поддержки местным предприятиям. Но так же существуют нефинансовые мероприятия.

Это размещение информации о проекте в Каталоге инвестиционных предложений и проектов Томской области. А именно включение в Каталог развернутой характеристики инвестиционных проектов и предложений по утвержденной форме.

На самом деле мероприятий по поддержке местных товаропроизводителей в разы больше, финансовые, нефинансовые, для малого и среднего бизнеса, для инновационных проектов и т.д.

Но анализируя данные мероприятия, можно заметить что:

- Все мероприятия данного типа разделяются по форме оказываемой помощи, по форме бизнеса, по типам проектов;
- Финансовые мероприятия, выделение денежных средств для возмещения затрат на покупку оборудования и погашение долгов, размером от 25 тыс. рублей и до нескольких миллионов рублей;
- Нефинансовые мероприятия, получателями чаще всего являются инвесторы или субъекты, реализующие крупные инвестиционные проекты. Данными мероприятиями могут выступать конференции, которые направлены на развитие предприятия. Блага, выделяемые в нефинансовых мероприятиях, это снятие административных барьеров, включение в Каталог развернутой характеристики инвестиционных проектов и предложений по утвержденной форме и т.д.

Проанализировав Томский рынок можно сказать, что проводится огромное количество мероприятий по поддержке местных товаропроизводителей. Сами товаропроизводители могут выбирать свою категорию, подавать заявки на участие сразу в нескольких мероприятиях, выигрывать гранты, заручатся поддержкой и повышать уровень своих знаний введения бизнеса.

Список литературы:

1. file:///D:/%D0%97%D0%B0%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%BA%D0%B8/ediniy_reestr_mer_podderzhki_tomskoy_oblasti.pdf
2. <https://obzor.westsib.ru>
3. <http://government.ru>

НАУЧНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ НАБОРЫ ОТ НАУЧНОГО ШОУ "ЭКСПЕРИМЕНТАТОР"

Метелева Оксана Алексеевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность: Менеджер продаж

Аннотация

Наука – это вид деятельности человека, заключающийся в сборе данных об окружающем мире, затем в их систематизации и анализе и, на основании вышеперечисленного, синтезе новых знаний.

Что такое «Научное шоу» - это познавательно-развлекательные, интерактивные программы, как для детей и подростков, так и взрослых.

Во время шоу используются только безвредное сырье для опытов, где отсутствуют кислоты и щелочи. Программы не требуют специальных условий и поэтому могут проводиться в любом месте: в школе, в кафе, в детском саду и в домашних условиях!

Приглашенные гости из лаборатории «Экспериментатор» расскажут на доступном детям языке об интересном мире научных открытий.

В арсенале заготовлено сто опытов, собранных со всего мира, поэтому удастся удивить даже самых любознательных участников.

Наука - это не только познавательно, но и очень весело, интересно и вкусно!

Так появилась идея, создать собственные наборы от научного шоу «Экспериментатор». С целью большей популяризации науки и организации детского досуга дома.

Цель проекта:

Анализ рынка на наличие и актуальность научно-познавательных наборов для детей от 5 до 14 лет в городе Томске

Задачи:

1. Провести анкетирование целевой аудитории - родителей, имеющих детей в возрасте от 5 до 14 лет
2. Проанализировать рынок и выявить конкурентов
3. Опираясь на полученные данные создать продукт.

1. Опрос среди родителей

Опрос проводился в интернете, в официальной группе «Экспериментатор». Опрос состоял из 8 вопросов, они очень простые и не занимали много времени на ответ.

Вопрос 1.

“Сколько лет вашему ребенку (через запятую, если ещё есть дети)?”

Возрастная категория очень важна и мы взяли возраст от 5 до 14 лет.

В зависимости от возраста, можно выяснить:

1. Насколько сложным или простым должен быть набор.
2. Оформление упаковки. Для дошкольников - это мультипликационный персонаж и не простая инструкция с картинками. Для школьников реальные персонажи (люди), описание реакции, эксперимента, что произошло, как получилось.

Вопрос 2.

“На что вы обращаете внимание при выборе игр и игрушек?”

Так как целевая аудитория - это платежеспособные родители, за которыми остаётся право выбора. Важно было понять, на что родители обращают внимание при покупке игрушек и игр.

Вопрос 3.

“Видели ли вы и ваш ребенок научное представление?”

Научное шоу набирает популярность в г. Томске и поэтому не многие знают о нем или не многие видели.

Поэтому нужно было выяснить, знают ли родители о научно-познавательном проведении праздника в стиле научного шоу.

Вопрос 4.

“Купили бы вы своему ребенку научно-познавательный набор для знакомства детей с окружающей средой?”

Купили бы родители научно-познавательный набор ученого.

Даже если родители и его ребенок не видели научного шоу. По вопросу можно понять, о чём идёт речь.

Вопрос 5, 6, 7, 8.

“Купили бы вы научный набор за 400 руб.? Купили бы вы научный набор за 800 руб.? Купили бы вы научный набор за 1500 руб.? Купили бы вы научный набор за 2500 руб.?”

Подразумевает, за какую сумму родители способны купить для ребенка набор. Каждый последующий вопрос уменьшает стоимость. Ведь если родитель изначально готов купить за 2500 рублей, значит и за 1000 рублей и за 800 рублей.

Нам этот вопрос даёт понять на какую сумму может быть наполняемость набора.

2. Анализ рынка и конкурентов

Анализ рынка я начала в поисковой системе «Google» с запроса «научные наборы Томск».

Местных производителей, которые выпускают наборы нет, поэтому рынок для нас свободен.

Среди действующих компаний научного шоу по г. Томску, конкурирующие с нами, никто не занимается выпуском и продажей наборов.

Но на полках детских магазинов я нашла такие научные наборы: от научного шоу Профессора Николя, “Как сделать фейерверк”, “Юный химик”, “Юный физик”, “Сумасшедшие учёные” и др.



Рис. 1 Набор для экспериментов «Сумасшедшие ученые»



Рис. 2 Набор для экспериментов «Юный физик»

Стоимость наборов до 2990 рублей и от 152 рублей

Самые недорогие наборы представляют из себя демонстрация одного эксперимента или опыта, более дорогие включают себя реквизит, который можно использовать повторно (мерные стаканчики, бирки, колба, очки).

Также наборы можно найти в интернет-магазине “Дочки-Сыночки” и “Детский парк”.

Но при запросе мне выплыла первая ссылка на компанию из Москвы “Научные развлечения”, где стоимость одного набора до 7000 рублей.

Компания представлена как интернет - магазин с доставкой наборов по всей России.

3. Упаковка товара.

Первый набор мы решили сделать экспериментальным и универсальным. Он будет интересен и маленьким ребятам и взрослым.

“Волшебство химических превращений - создание полимерного лизуна светящегося в темноте с конфетти”

В набор входит:

- бумажная коробка;
- стаканчики с полимерной жидкостью внутри;
- пробирки с тетраборатом натрия;
- люминофор (который светится в темноте);
- конфетти;
- инструкция.

Стоимость такого набора 250 руб.



Рис. 3 Набор от научно-познавательного шоу «Экспериментатор»

Вывод.

Научные наборы - это не только наука, но и развлечение. С ними дети могут сочетать книжные знания с очень увлекательными и реалистичными наблюдениями и экспериментами у себя дома. Проводя реальные опыты по хорошо расписанным и понятным инструкциям дети легко и вполне обоснованно почувствуют себя учеными. Оказывается, научная деятельность очень увлекает!

Проведение опытов в домашних условиях очень полезно для детей. Самостоятельные или с небольшим участием родителей эксперименты развивают воображение, логическое и абстрактное мышление. Дети учатся концентрировать внимание и быть аккуратными. С научными наборами книжная теория становится понятной и интересной.

И, конечно же, они увеличивают влечение к науке и, исследованию окружающего мира.

РОЛЬ СОИ И СОЕПРОДУКТОВ В РЕШЕНИИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОБЛЕМЫ И ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА

Метелёва Оксана Алексеевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность коммерция

Аннотация

Белки — главные биологические молекулы. [1,с.226]. Они выполняют множество разнообразных функций: каталитическую, транспортную, рецепторную и многие другие. Даже ДНК играет лишь роль «флешки», храня информацию о белках, в то время как белки — сами «файлы». Жизнь на Земле по праву можно назвать белковой. Организм человека не способен синтезировать 20 аминокислот, их называют незаменимыми, поэтому необходимо их поступление в организм с пищей. Со школьной скамьи нам внушали, что только мясо является основным источником белка т.е. продукта животного происхождения. А можно ли заменить этот продукт растением? Например, соей?

Цель: «Роль сои и соевых продуктов в решении продовольственной проблемы и показатели эффективности производства»

Задачи:

- описать биологический вид и развеять мифы о нем;
- выявить какие показатели эффективности производства сои;
- анализ местного рынка на наличие соепродуктов;
- найти и предложить решение продовольственной проблемы в Томской области (если она есть).

Гипотеза или проблема исследования. Все незаменимые аминокислоты встречаются в растениях и растительной пище. Подходящая

комбинация вегетарианских или веганских продуктов обеспечивает человеку достаточное количество незаменимых аминокислот.

Актуальность. По исследованиям ВОЗ: «80% населения Земли имеет дефицит белка». «Во всем мире человечество испытывает дефицит белка в питании. Население России – не исключение. Особенно остро этот вопрос встал последние 10 лет» - директор Департамента регулирования агропродовольственного рынка, пищевой и перерабатывающей промышленности Михаил Олегович Орлов.

Соя, как биологический вид.

Соя культурная (лат. *Glycine max*) — однолетнее травянистое растение, вид рода Соя (*Glycine*) семейства Бобовые.

Культурная соя широко возделывается в Азии, Южной Европе, Северной и Южной Америке, Центральной и Южной Африке, Австралии, на островах Тихого и Индийского океанов на широтах от экватора до 56—60°.

Семена культурной сои - широко распространённый продукт, известный ещё в третьем тысячелетии до нашей эры. Популярность пищевой сои обусловлена следующими характеристиками:

высокая урожайность;

высокое (до 50 %) содержание белка;

наличие в составе витаминов группы В, железа, кальция, калия и незаменимых полиненасыщенных жирных кислот (линолевая и линоленовая);

возможность профилактики остеопороза и сердечно-сосудистых заболеваний;

обладает уникальными свойствами, позволяющими производить из неё широкий спектр разнообразных продуктов.

В связи с этим соя часто используется как недорогой и полезный заменитель мяса и молочных продуктов, причём не только людьми с небольшим достатком, но и людьми, по различным причинам отказавшимися от мяса, например, веганами. [2]

Безусловно, соя является наиболее спорным видом растительной пищи. Соевые продукты удивительно разнообразны — производители нашли способ превратить их в соевое молоко, вегетарианские бургеры, хот-доги, мороженое, йогурт и многое другое. Так как соевые продукты являются столь широко потребляемыми, некоторые исследователи подняли вопрос о том, насколько они безопасны. Вокруг этого продукта собралось множество мифов, я выделила 7 мифов, о которых многие задумывался, а кто-то вовсе не знал.

Миф № 1. Соя - новое для России растение, потому что не произрастает здесь в диком виде.

На территории России соя растет в диком виде (Дальний Восток), в европейской части выращивают почти 150 лет со второй половины XIX века. Если следовать данной логике, то россиянам нельзя питаться капустой, картофелем, пшеницей, огурцами, помидорами, цитрусовыми, арбузами и большинством других сельскохозяйственных культур, завезенных из других стран.

Миф № 2. Соевый белок плохо усваивается человеком.

Соевый белок усваивается очень хорошо, более 90%, что идентично, например, усвоению белка овсяной каши "Геркулес".

Миф № 3. В нашей стране не изучено влияние соевых продуктов на здоровье человека.

Наоборот, именно в нашей стране впервые в мире были проведены широкомасштабные медицинские исследования влияния соевых продуктов питания (соевого молока, соевого сыра, соевого творога, окары) на здоровье человека.

Миф № 4. В России доминирует генетически модифицированная соя.

Законодательство нашей страны запрещает выращивать генетически модифицированную сою.

Миф № 5. Соя - сильный аллерген.

Наоборот, соевые продукты рекомендуются больным, страдающим пищевой аллергией на животные белки.

Миф № 6. Соевые бобы содержат белок низкого качества.

Наоборот, соевый белок обладает чрезвычайно высокой пищевой ценностью, так как содержит незаменимые для человека аминокислоты.

Миф № 7. Соя - кормовое растение, предназначенное исключительно для откорма животных.

Мнение о том, что соя кормовое растение сложилось в 50-60 годы XX века, когда в условиях острого дефицита животных белков была поставлена задача обогнать США по производству ПЖП. С США пример и взяли, где для откорма животных широко используется соя.

Показатели эффективности производства сои

Ничто не принесет такой пользы человеческому здоровью и не увеличит шансы сохранения жизни на Земле, как распространение вегетарианства.

Альберт Эйнштейн

1879-1955, физик-теоретик

Давайте сравним производство животного белка и растительного: [3]

1. Мясоедам требуется гораздо больше земли, чем вегетарианцам. Семья, которая питается рисом, бобами, овощами и фруктами, может жить на 40 соток земли или меньше, в то время как среднему россиянину, который потребляет около 270 килограммов мяса в год, нужно больше земли в 20 раз.

2. Для выращивания одного килограмма говяжьего мяса необходимо 15000 тысяч литров воды. Для выращивания килограмм сои — 2100 тысячи литров.

3. Скотоводство требует больших количеств пищи и воды, а продукты жизнедеятельности этих животных выделяют метан и другие парниковые газы и представляют собой буквально горы отходов.

В 2006 году ООН подсчитала, что изменение климата благодаря отбросам скотоводства ради мяса составляет примерно 18% от общемирового показателя – больше, чем от автомобилей, самолетов и всех других видов транспорта, вместе взятых.

4. Глобальный агробизнес 30 лет обращался к тропическим лесам – однако не ради древесины, но для освобождения земель, которые могут быть использованы для выпаса скота или сои, но в качестве корма для животных

5. Огромные количества животных, которые в настоящее время разводятся в пищу людям, угрожают биологическому разнообразию планеты. Более чем трети из 825 в мире «экорегiónов» определенных WWF (Всемирный фонд дикой природы) как охраняемые, угрожает скотоводство.

Итак, цепочка по созданию отбивной выглядит примерно так; корову надо вырастить, регулярно кормить и поить водой, но она оставляет после себя много отходов и выбросов. А чтобы нормализовать производство сои необходимо, просто ту сою, которой мы кормим животных, использовать для производства соепродуктов для нас-людей!

Анализ местного рынка на наличие соепродуктов

Например: “Своя соя”, “Ясо”, “Соевое мясо. Фарш домашний”, “Альпро” продается в сети магазинов «Фудсити», «Абрикос». Больше выбора соевых продуктов в «Интерспаре».

Но благодаря движению активистов веганов создается спрос на соепродукты и более того эти продукты они делают самостоятельно дома.

Решение продовольственной проблемы в Томской области

Решение очень простое, необходимо начать с себя! Создать спрос на сою и соевые продукты, путем включения их в рацион.

Так же отправить заявку в Ламу на расширение соепродуктов в супермаркетах.

Соя и соепродукты должна быть в разы дешевле животного белка и более доступной в цене.

Вывод

Соя-это удивительный продукт. Очень полезный и, как в следствии, может поможет в главной проблеме не только Томской области, России, но и всего мира – нехватке белка и еды в целом. Массовое производство сои может помощь голодающим людям, семьям и странам. А, переход к растительному питанию поможет решить проблему глобально потепления.

Список литературы

1. Габриелян О. С. Химия 11 класс.— М.: Дрофа, 2002
2. Зеленцов С. В. Современное состояние систематики культурной сои *Glycine max (L.) Merrill.* / С. В. Зеленцов, А. В. Кочегура/ Масличные Культуры. Науч.-техн. бюллетень ВНИИМК. — вып. 1 (134). — Краснодар. — 2006. — С. 34-48.
3. Петибская В. С. Соя: качество, использование, производство. / В. С. Петибская, В. Ф. Баранов, А. В. Кочегура, С. В. Зеленцов / М.: Аграрная наука. 2001, — 64 с.

РОЛЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Алин Андрей Евгеньевич

ОГБПОУ «Томский Индустриальный техникум»

Специальность: Коммерция

Шарыпов Равиль Мингалиевич

ОГБПОУ «Томский Индустриальный техникум»

Специальность: Коммерция

Аннотация

Молоко — Полноценный и незаменимый продукт питания [1. с.237]. В нем в легкоусвояемой форме имеются все питательные вещества, необходимые для нормального роста, развития и жизнедеятельности организма человека и животных. Переваримость молока и молочных продуктов очень высока — 95 — 98%. Калорийность 1 кг молока — 650 — 700 ккал. Кисломолочные продукты имеют высокую питательность и обладают антибиотическими, лечебными и диетическими свойствами.

Цель: «Роль производителей молочных продуктов в формировании рынка потребительских товаров г. Томска»

Задачи:

- описать производителей молочных продуктов;
- формирование рынка молочной продукции для потребителя;
- анализ местного рынка на наличие молочных продуктов;
- развитие рынка и производства молочных продуктов по Томской области.

Актуальность. В настоящее время производители молочной продукции занимают большую торговую нишу на рынке потребительских товаров т.к.

молочные изделия являются одним из популярнейших выборов покупателей и занимают большую часть рынка.

Производители молочной продукции по Томской области.

«СПК Кривошеинский» производит и продает сырое молоко, также является поставщиком и дистрибьютером. К остальным видам деятельности этого производителя относятся: оптовая торговля; производитель готовой продукции; производитель мясного сырья; производитель скота и птицы; розничная торговля; сельхозпредприятия, производители зерна: колхозы, совхозы, СПК; торговые сети и магазины.

ОАО «Томскмолоко» занимается переработкой и производством готовой продукции, такой как молоко, творог, масло сливочное и сырки глазированные.

ООО «Томское молоко» является востребованной компанией томской области, которая производит все виды молочной продукции и сотрудничает со многими торговыми сетями.

ООО «Деревенское молочко» не менее популярный производитель вся продукция этого производителя оказывается на полках томских магазинов в течении часа.

Формирование рынка молочной продукции.

Наблюдается положительная динамика роста рынка молочной продукции. В целом томский молочный рынок демонстрирует уверенный рост, однако его темпы несколько снизились. В первую очередь рост происходит за счет расширения продуктовых линеек, появления новых видов и вкусов молочной продукции, обогащения ее дополнительными свойствами.

Главными требованиями «нового» потребителя на молочном рынке стали широкий ассортимент продукции и высокое качество. В ближайшие годы объем рынка будет увеличиваться, причем, скорее всего, за счет повышения доли производства и импорта.

Анализ местного рынка на наличие молочных продуктов.

Молочные продукты томских производителей в основном встречаются в сетях магазинов Абрикос, InterSpar, ФудСити, Ярче и т.д. Также на рынках продаются молочные продукты на развес, состоящие из натуральных продуктов сделанные самими продавцами на собственном производстве и продающиеся в розницу.

Развитие рынка и производства молочных продуктов по Томской области.

1. В 2017 году «Томское молоко» стало первым Томским производителем, который начал выпускать плавленый сыр. В марте 2017 компания представила томичам ассортимент плавленых сыров, несмотря на обилие конкурентов и широкий ассортимент мягких сыров, компания предлагает собственный вариант, ориентируясь на своего покупателя, отдающего предпочтение натуральному продукту.

2. Томск становится первым регионом Сибири, где будут использовать роботизированные доильные установки.

“Заместитель губернатора по агропромышленной политике и природопользованию Андрей Кнорр рассказал, что первые восемь роботов-дояров будут установлены на современном молочном комплексе ООО «Сибирское молоко».”

Сейчас туда завезено порядка 800 племенных коров, производящих молоко, пригодное для производства сыров малой жирности. В 2018 году реализация инвестиционного проекта будет продолжена. В перспективе роботов-дояров планируется установить в нескольких крестьянских фермерских хозяйствах.

Вывод.

Производители молочной продукции занимают стабильную рыночную нишу и всеми силами стараются сохранить свою актуальность путем

введения новых способов стимулирования спроса на товар, который и без этого является одним из самых востребованных не только по Томской области, но и по всей России.

Список литературы

- 1) Райкова Е.Ю., Додонкин Ю.В. Теория Товароведения. – М.: Изд. Центр «Академия», 2015.
- 2) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров. – М.: Изд. Центр «Академия», 2014.

АНАЛИЗ РЫНКОВ ОТДЕЛЬНЫХ ТОВАРОВ НА ТЕРРИТОРИИ Г. ТОМСКА. СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Овчинникова Софья Евгеньевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность «Гостиничный сервис»

Аннотация

В данной статье анализируются производители отдельных товаров на территории г. Томска, изготавливающие сувениры из различных материалов, таких как: береста, полистоун (искусственный камень), бронза. В статье говорится об ассортименте, стоимости, месте реализации и способах производства. Предметом исследования является рынок товаров (сувениров) в городе Томск. Объектом исследования является анализ ассортимента, а именно тарелок, статуэток и магнитов в городе Томск.

Методы исследования: анализ, сравнение.

Целью данной работы является анализ сувенирных товаров на территории города Томска.

Задачи, поставленные при написании статьи:

- исследовать рынок отдельных сувенирных товаров в г. Томск;
- изучить ассортимент компаний;
- рассмотреть ценовую политику сувенирной продукции;
- разобрать товары по отдельности.

Статья

Термин «сувенир» произошел от французского слова «souvenir», что в переводе означает «память». И теперь у всех сувениры ассоциируются с маленьким подарочком, который преподнесен с большим уважением и на долгую память.

Актуальностью данной темы будет являться производство качественного, бюджетного и красивого сувенирного продукта.

На сегодняшний день рынок сувенирной продукции очень развит и существует много товаров-аналогов, поэтому представителю своей сувенирной продукции важно предоставить не только красивый, но и качественно выполненный товар.

Сейчас, покупатели, приобретающие сувениры хотят увидеть в них как можно больше эксклюзивности и оригинальности. И если говорить о ситуации на местном рынке, то тут славятся сувениры из бересты, стекла, бронзы и полистоуна (искусственного камня).

Для сравнения, рассмотрим двух производителей в городе Томск:

- Мастерская предметов интерьера
- ООО «Томград»

«Мастерская предметов интерьера»

История

Мастерская специализируется на производстве скульптурных предметов интерьера и сувениров.

Мастерская образована в 2006 году. Основной деятельностью является создание высокохудожественных изделий, предметов для оформления интерьеров, выполненных из искусственного камня на базе современных полимерных материалов. В первую очередь - это серийное производство подарков и сувениров, а также предметов интерьера: скульптура и статуэтки, настенные панно и барельефы разнообразной стилистики

Широкие технические и творческие возможности позволяют предложить изделия с превосходной декоративной отделкой, будь то художественная роспись или имитация природных материалов. Важнейший этап производства - это скульптурное моделирование с изготовлением оригинальных мастер - моделей и литьевых форм.

Все серийные декоративные изделия, производимые мастерской, являются копиями с оригинальных образцов, и разработаны профессиональными скульпторами. По эскизам и чертежам заказчика,

производятся оригинальные мастер-модели практически любой скульптурной пластики, а также предметы для оформления интерьеров.

Одним из направлений деятельности, является *эсклюзивное* изготовление изделий. Таких как призы, статуэтки на заказ, а также корпоративные подарки, бюсты, скульптура, эмблемы и логотипы фирм, памятные знаки и награды, скульптурные корпоративные подарки, сувенирные и юбилейные монеты большого диаметра.

Технологии предприятия позволяют делать единичные копии, и тиражировать любую пластику, включая музейные экспонаты, предметы антиквариата и любую оригинальную скульптуру. Специалисты предприятия принимали непосредственное участие в копировании и тиражировании экспонатов из коллекции «Томского краеведческого музея».

Материал

Искусственный камень — представляет собой компаунд, созданный на основе различных минеральных наполнителей с полимерным связующим. Наилучшие результаты по «искусственному камню» получаются при использовании мраморной крошки, кварцевого песка, мелких фракций гранита, гипса, талька и других минералов. При использовании мраморной крошки, компаунд называют «литьевой мрамор». В зависимости от поставленных задач осуществляется подбор связующего, вид и состав наполнителей.

Одним из достоинством искусственного камня его способность повторить мельчайшие детали мастер-модели. Это позволяет изготавливать сувенирную продукцию с отличным качеством проработки.

Большая свобода в выборе дизайна, скорости исполнения сложных решений (порой которые даже невозможно выполнить в натуральном материале) при этом практически не уступая им по своим физико-химическим и механическим свойствам.

Основные элементы технологии изготовления искусственного камня известны давно, как в России, так и за рубежом, но как правило они

используются довольно ограниченно. Новые разработки в этой области дали возможность мастерской довольно серьезно расширить диапазон своей деятельности.

Мастерская выполняет работы с символикой не только для Томска и Томской области, но и для других регионов (г. Красноярск, г. Новосибирск, г. Екатеринбург).

Ассортимент

Основным направлением «Мастерской предметов интерьера» является производство магнитов, статуэток и сувенирных тарелочек.

Томские сувениры:

Ассортимент



Описание

Сувенир «Чехов»

Размер: 13,5 см

Артикул: 70С07

Цена: 235,00 руб.

Статуэтка – копия памятника А. П. Чехову, установленного в 2004 году в честь 400-летия Томска на набережной реки Томь недалеко от устья реки [Ушайки](#). Автор памятника — скульптор [Леонтий Усов](#). Памятник является популярной городской достопримечательностью, горожане и гости Томска приходят сюда сфотографироваться, а студенты считают необходимым потереть нос скульптуры перед экзаменом...



Статуэтка «Волк»

Размер: 9,0 см

Артикул: 70С04

Цена: 235,00 руб.

Статуэтка – копия памятника счастью –статуи волка из легендарного мультфильма советских времен «Жил-был пес», который плотно поужинал и сыто развалился, приготовившись к пению. Если погладить волка по пузу, он обязательно «щас споёт»! ;-) — скажет «Бог в помощь» или еще одну из восьми фраз, вложенных в компьютер внутри памятника.

Сувенир «Медведь автолюбитель в кепке. Томск»

Высота: 9,2 см

Артикул:

Цена: 260,00 руб.

Интересный сувенир Медведь – автомобилист. Здесь произошел ряд превращений: пригорок преобразовался в маленькую машинку, у которой как – будто появились колеса, фары, и даже фонари заднего вида и номер «ТОМСК/70 RUS». Мишка восседает на пне, трансформировавшемся в водительское кресло, пень рядом стал рулем, а старая коряга теперь переключатель передач, ну а неизменные для сибирского леса грибы – мухоморы видоизменились на газ и тормоз.



Томские тарелочки:



**Сувенирная тарелочка
«Богоявленский собор»**

Размер: 16,5*16,5 см

Артикул: 70Т01/1

Цена: 290,00 руб.



**Сувенирная тарелочка
«Каменный мост. Вид на
Воскресенскую гору»**

Размер: 16,5*16,5 см

Артикул: 70Т12

Цена: 290,00 руб.



**Сувенирная тарелочка
«Воскресенская церковь»**

Размер: 16,5*16,5 см

Артикул: 70Т15

Цена: 290,00 руб.

Томские магниты:



Магнит «Богоявленский Собор»

Размер: 8,3*7,3 см

Артикул: 70М003/2

Цена: 110,00 руб.

Богоявленский собор был построен в 1784 году на месте деревянной Богоявленской церкви, поставленной в 1630 году, и является самым старым сохранившимся зданием в Томске и во всей Томской области.



**Магнит «А.П. Чехов у ресторана
«Славянский базар»**

Размер: 7,9*9,4 см

Артикул: 70М002

Цена: 110,0 руб.

Увековечивает память о посещении великим писателем нашего уездного городка. На фоне «Славянского базара», где останавливался Чехов, возвышается фигура автора бессмертной «Каштанки».



Магнит «Волк»

Размер: 8,5*4,8 см

Артикул: 70M004/2

Цена: 100,0 руб.

Памятник счастью – это статуя волка из легендарного мультфильма советских времен «Жил-был пес», который плотно поужинал и сыто развалился, приготовившись к пению.

Ценовой диапазон среди сувениров (магнитов, тарелок, статуэток и т.д.) в данной мастерской от 45 рублей до 290 рублей.

Производитель сувениров из бересты ООО «Томград».

Береста - это верхний слой березовой коры. Традиционно береза считается благоприятным и чистым деревом. В старину говорили, что береза зимой греет, весной поит, летом радует, и целый год в бане парит. Этот красивый, прочный и доступный материал легко поддается обработке и служит долгие годы.

Бересту заготавливают весной и осенью, во время сокодвижения. Есть всего несколько дней в эти периоды, когда кора сама отслаивается, позволяя без ущерба для дерева ее снять. В это время она эластична и легко снимается со ствола дерева.

Фабрика изготавливает и занимается сувенирной продукцией из бересты уже на протяжении 25 лет.

Главной целью этого предприятия является сохранение и развитие берестяного искусства, где они сочетают новейшие тенденции с классическими традициями развития берестяной сувенирной продукции.

Сувениры изготавливаются вручную в техниках: плетение, резьба, теснение и роспись. Стили изготовления берестяных изделий.

Плетение - это наиболее древний способ обработки бересты. В плетении используется преимущественно один вид переплетения, подобный полотняному в ткачестве, когда нити основы чередуются через одну с нитями утка.

Резьба по бересте выполняется большим количеством резаков разной формы, которые есть в арсенале мастера. Все элементы резного узора гармонично соединены между собой, а в отверстиях узора просвечивает нижний слой.

Теснение - это отпечаток рисунка на бересте с помощью металлических штампов. Используя набор штампов, можно оттеснить на бересте довольно сложный рисунок.

Многие изделия из бересты расписываются вручную. Самым распространённым сюжетом росписи является букет - пышные, яркие цветы в обрамлении листьев и травинок. Работы занимали призовые места на Всероссийских Выставках Берестяного Искусства.

На берестяной фабрике выполняется полный цикл производства, всё от поисков материала до изготовления готового продукта и выставления на продажу.

Так как из бересты не изготавливают сувенирные тарелки и статуэтки с символикой города Томска, то рассмотрим на примере несколько сувенирных изделий магнит, шкатулку, подстаканник. Ассортимент насчитывает более 750 моделей.

Ассортимент



Магнит

«Ангелы. Томск Богоявленский собор».

Цена: от 45 рублей



Магнит квадратный

«Томск. Памятник счастью»

Цена: от 32 рублей



Визитница

«Томск. Герб»

Цена: от 80 рублей



Магнит круглый
«Томск. Дом с Жар-Птицами»
Цена: от 32 рублей



Подстаканник «Томск герб» - 37
рублей



Кружка «Томск. Герб»
металлическая
Цена: от 205 рублей.

Ценовой диапазон среди сувениров (магнитов, тарелок, статуэток и т.д.)
в от 30 рублей до 700 рублей.

Таблица №1. Сравнительная таблица предприятий

Название предприятия	Цена (руб.)	Материал	Ассортимент	Места реализации	Способ продвижения
Мастерская предметов интерьера	От 45 руб. - до 290 руб.	Искусственный камень (полистоун)	Магниты, тарелки, статуэтки, брелоки, наградные изделия, памятники, барельефы, садовые фигуры	Фирменный магазин в аэропорту «Богашево», места реализации в розничных магазинах сувенирной продукции в г. Томск.	Группа в социальной сети «В контакте», собственный сайт.
ООО «Томград»	От 30 руб. – до 700 руб.	Береста	Магниты, шкатулки, подстаканники, зеркала, расчески, закладки для книг, тубусы, посуда	Места реализации в розничных магазинах сувенирной продукции в г. Томск.	Собственный сайт.

Вывод

Сувенирная продукция является неотъемлемой частью культуры в современном мире. Она приобретает в память о поездках, мероприятиях, ее дарят в качестве подарка, используют в форме рекламного носителя и т.д. В ассортименте сувениров оказываются простые обиходные вещи (магниты,

тарелочки, шкатулки, зеркальца). А с тематикой отдельного города, такой сувенир станет настоящей находкой.

В данной статье рассмотрены два производителя сувенирной продукции с тематикой города Томска: из бересты и искусственного камня, которые позволяют представить одни и те же памятные места в разных вариациях и фактурах. Наши «томские» сувениры не оставят равнодушными ни одного, даже самого требовательного потребителя. А память о нашем городе сохранится на долгие годы через у сувенирную продукцию с тематикой города Томска.

Источники:

- 1) <https://cyberleninka.ru/article/n/suvenir-kak-fenomen-kultury-spetsifika-i-klassifikatsionnye-priznaki>
- 2) <http://tomgrad.ru/>
- 3) <http://tomstone.ru/>

НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ ЗАО САГ СВИНОКОМПЛЕКС «ТОМСКИЙ» НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Алексеева Александра

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Руководитель: Серикова Лилия Хатыповна, преподаватель экологии

Регулярное употребление современным обществом в пищу мясных продуктов приводит к ежегодной интенсификации животноводства в целом и свиноводства в частности. Однако подобная тенденция отнюдь не способствует улучшению экологической ситуации, даже напротив. За последние 50 лет производство мяса увеличилось практически в два раза, при этом 60 – 70% приходится на долю свиноводства. Однако, при всём этом приходится говорить не только о количестве выпускаемой продукции, но и ухудшении качества воздуха близ крупных свиноводческих комплексов, загрязнении почвы и водоёмов солями меди, цинка, марганца, кадмия и т.д.

Проблемы свиноводства на сегодняшний день сводятся не только к расчёту рентабельности производства, выбора наилучшей породы и условий содержания, но и к охране окружающей среды. Ведь уже давно известно, что интенсивное животноводство наносит непоправимый вред экологии планеты. Рассмотрим крупнейший свиноводческий комплекс России, который занимает одну из верхних позиций в рейтинге свиноводческих предприятий и является единственным за Уралом свинокомплексом, имеющим статус селекционно-гибридного центра - Свинокомплекс «Томский»

Продукцию данного предприятия можете видеть на прилавках магазинов не только Томской области, но и соседних регионов.

Свинокомплекс «Томский» — предприятие, входящее в состав агропромышленного холдинга Сибирская аграрная группа и ведет свою историю с 1979 года, когда на ещё строящийся объект было завезено первое поголовье - 60 свиней из Саратова. Свинокомплекс расположен в п. Светлый, Томской области, 12-ый км по тракту "Томск-Итатка".

Производство работ на территории свинокомплекса, как на основных участках (при содержании свиней), так и на вспомогательных производственных участках (при обслуживании основных производств) сопровождается выделением загрязняющих веществ в атмосферный воздух. Источниками выделения загрязняющих веществ являются сельскохозяйственные животные и технологическое оборудование, задействованное в производстве работ. В помещениях, где содержатся животные образуются такие газообразные загрязняющие вещества как пыль от кормов и свиней, углекислый газ, пары влаги, аммиак, сероводород, меркаптан и микробы. Неприятные запахи особенно ощутимы в случае анаэробного сбраживания навоза, при котором образуются сероводород, аммиак, жирные кислоты, амины, меркаптаны и т. д. Микробное загрязнение воздуха в зонах свиноводства распространяется на значительное расстояние в виде полидисперсных аэрозолей. При переработке навоза выделяются аммиака и сероводород. Использованная свиньями вода возвращается в круговорот в виде загрязненных и инфицированных стоков и сточных вод, которые потенциально опасны для людей и животных. Уровень воздействия объекта на состояние окружающей среды проявляется не только выбросами газообразных загрязняющих веществ. Это воздействие выражается в изменении рельефа местности при устройстве свинарников, навозохранилищ и сооружений по переработке его в компосты и фугат и их утилизации путем заправки в почву. Воздействие твердых отходов на окружающую среду проявляется через продукты кремации трупов свиней, последов, боенских отходов, ветоши, и т. д.

Руководство компании ЗАО «Сибирская Аграрная Группа» понимая, что миссия предприятия не только в том чтобы улучшать жизнь людей, выпуская вкусные, гарантированно безопасные для здоровья и доступные по цене продукты питания, в целях экономии сил и времени человека на приготовление пищи, но и в обеспечении экологической безопасности ставит перед собой цель - все производственные процессы на предприятиях

«Сибирской Аграрной Группы» должны соответствовать нормативным требованиям в области экологической безопасности.

В 2017 году «Сибирская Аграрная Группа» открыла экологический проект под названием «Переходим на зеленое». Задача проекта перейти к комплексным экологическим решениям и минимизировать воздействие концентрации отходов от развития свиноводства на природу, как с технологической стороны, так и с социальной. Внедрены лучшие технологии, разработанные на основе современных достижений в сфере утилизации и обезвреживания отходов, очистки сточных вод, созданы современные системы получения и введения в почву удобрений. Холдинг ведет работу по улучшению и восстановлению природных мест, которыми пользуются люди, проживающие в местах расположения производств холдинга. Приоритетными в области экологии были выбраны мероприятия, связанные с раздельным сбором и сортировкой производственных отходов, раздачей населению качественно подготовленного органического удобрения, а также посадкой леса в санитарно-защитных зонах производств и вблизи территории жилых поселков. Весь комплекс мер по снижению негативного воздействия на окружающую среду можно ознакомиться на официальном сайте «Сибирской Аграрной Группы» <http://www.sibagrogroup.ru/social-responsibility/eko-green/>

Основной задачей производственного экологического контроля являются: разработка мер, направленных на улучшение состояния охраны окружающей среды и предотвращение ущерба окружающей среде при всех видах деятельности предприятия. После полной реконструкции свиноводческого комплекса с 2015 г по 2016 г. воздействие процессов производства, сведено к минимуму, что не может радовать, нас, жителей Томской области.

Список литературы:

1. Википедия
2. В.К Найденко, кандидат технических наук «Уменьшение негативного воздействия свиноводческих предприятий на окружающую среду»
3. Официальный сайт ЗАО «Аграрная Группа»
<http://www.sibagrogroup.ru/company/factories/?ID=801>
4. <http://www.8lap.ru/section/svini/ekologicheskie-problemy-svinovodstva/>

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛЕВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА г. ТОМСКА
(микрорайон Степановка)**

*Скороходова Анастасия Андреевна
ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»
Специальность: Коммерция (по отраслям)*

Аннотация

Для выявления всех объектов, Кировским районом г. Томска издано распоряжение Администрации Томской области от 15.09.2011 №903-ра «О формировании торгового реестра Томской области» и от 30.09.2015 №734-ра «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг в Томской области на 2015-2030 годы»

«О внесении изменений в отдельные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов» ведется плановая работа по сплошному обследованию объектов торговли и услуг, расположенных в Кировском районе города Томска. ст. 15 Федерального закона от 24.11.1995 №181-ФЗ.

При выявлении в объектах торговли и услуг с собственником/представителем собственника/предпринимателем данного объекта ведется разъяснительная работа о необходимости оборудования (оснащения) объекта в соответствии с законодательством.

*«О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»
Федеральный закон от 01.12.2014 №419-ФЗ.*

Цель: Добыть необходимые данные, и узнать, как много торговых точек оборудованы по требованиям.

Задачи:

- 1. Составить анкету для проведения исследования;*
- 2. Разработать индивидуальный маршрут;*

3. Провести анкетирование торговых точек.

Актуальность. В настоящее время острым остается вопрос не только наличие широкого ассортимента товаров местного производства, но и возможность для всех слоев населения беспрепятственно ознакомиться с ассортиментом в любом торговом объекте.

Список адресов, которые удалось посетить:

1. Ботанический 2. Магазин «Лайфель»
2. Ботанический 2. Магазин «Мир»
3. Ботанический 3. Аптека «Вита»
4. Ботанический 3. Магазин «Амбар»
5. Ботанический 3. Магазин «Мясной ряд» ООО МК «Ритейл»
6. Ботанический 4. Магазин «Золушка»
7. Ботанический 4. Магазин «Ярче»
8. Ботанический 5а. Магазин «Радуга Вкуса» ООО «Розница Маркет»
9. Ботанический 7а. Магазин «Благодей»
10. Б. Хмельницкого 12а. Магазин «Манго Продукты»
11. Б. Хмельницкого 43. Магазин «Постелька»
12. Б. Хмельницкого 43. Аптека «Родник»
13. Б. Хмельницкого 43. Парикмахерская «Орхидея»

Заполнение анкеты

В ходе выполнения данного задания, выяснилось, что многие сотрудники не были осведомлены о данных магазина, что достаточно серьезно затрудняло выполнение поставленных задач.

Так же, очень неприятно было при выполнении работы, принимать факт полного, или же частичного, отсутствия вежливости у сотрудников.

Огромное влияние имело наличие «Уголка потребителя», который во многих точках продаж просто отсутствовал.

Даже если его наличие было зафиксировано, чаще всего требуемая информация отсутствовала.

Посоветовавшись с администрацией Кировского района (кем и было поручено выполнение задания), было принято решение «Отказаться от некоторых пунктов анкеты, если информация отсутствовала».

Если говорить о заполнении анкеты, то её форма выглядела приблизительно так:

1. Наименование субъекта потребительского рынка.
2. ФИО руководителя организации (ИП).
3. Юридический адрес.
4. Телефон, факс, сайт, электронный адрес.
5. Адрес размещения объекта.
6. ИНН.
7. Дата заполнения анкеты.
8. Дата начала деятельности объекта.
9. Вид оказываемой услуги. (Розница, Опт и т.д.)
10. Осуществляет деятельность в составе другого объекта инфраструктуры. (Тип объекта, наименование).
11. Расположение.
12. Сетевой объект или несетевой.
13. Способ торговли.
14. Вид объекта торговли (специализация).
15. Торговля алкогольной продукцией.
16. Площадь объекта потребительского рынка, кв.м. и др. Кол-во мест, номеров.
17. Наличие банкоматов (названия банков).
18. Наличие безналичного расчета.
19. Дополнительная информация (Часы работы, кол-во сотрудников на смене, наличие интернет магазина).
20. Соответствие доступности объекта для инвалидов.

Данные пункты в сложившейся ситуации были обязательны для заполнения.

Вывод.

К сожалению, не все поставленные задачи были выполнены. Но многая необходимая информация - например «Соответствие доступности объекта для инвалидов» была получена, обработана, и принята.

ОБЗОР МЕР ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Булдакова Анна Александровна

Бургал Даяна Мазеновна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Руководитель Сороковенко Ирина Руслановна

Актуальность исследования: деятельность администрации любого региона направлена на создание условий для комплексного социально-экономического развития подведомственной территории и обеспечение жизнедеятельности жителей региона, в том числе обеспечение жителей региона безопасными и качественными товарами местных производителей. Поэтому вопрос поддержки местных предприятий-производителей является актуальной задачей региональных властей.

Гипотеза исследования: удовлетворение потребностей населения в товарах возможно за счет насыщения регионального рынка товарами, производимыми предприятиями и организациями, расположенными на территории области. Успешное развитие предприятий-производителей и производство зависит от работы региональных властей.

Цель: изучить рынок местных производителей и меры поддержки, оказываемые региональными властями предприятиям по развитию производства товаров и продвижению их на потребительский рынок.

Задачи:

- 1) Изучить рынок производителей потребительских товаров Томской области;
- 2) Выявить действующие меры поддержки товаропроизводителей Томской области.

Рынок производителей потребительских товаров Томской области представлен в основном предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности. Сферу производства продуктов питания формируют более

470 предприятий (по данным Администрации Томской области). Наиболее крупные игроки рынка продовольственных товаров – это ЗАО «Сибирская Аграрная Группа Мясопереработка», ОАО «Томское пиво», ООО «Межениновская птицефабрика», ОАО «АК Томские мельницы», ООО «КДВ Групп». Рынок продовольственных товаров Томской области достаточно разнообразен – это хлебобулочные и кондитерские изделия, плоды и овощи, винно-водочные, безалкогольные напитки, молочная и рыбная продукция, мясные и колбасные изделия, полуфабрикаты, снековая продукция. Основная доля пищевой продукции реализуется на территории области (около 60%). Для производства продукции используется в основном местное сырье.

Следует отметить, что крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства граждан вносят большой вклад в обеспечение потребительского рынка районов Томской области сельскохозяйственными товарами, и в развитие пищевой отрасли как таковой. Ими выращивается картофель и овощи, производится молоко и мясо.

Развита в Томской области и легкая промышленность. Комплекс предприятий легкой промышленности потребительский товаров Томской области включает текстильные, швейные и обувные предприятия. Число действующих предприятий легкой промышленности составляет порядка 90 организаций (по данным Администрации Томской области, 2015 г). Наиболее известные томские предприятия представлены в таблице ниже.

Отдельно следует выделить предприятия, изготавливающие сувенирную продукцию: компания «Сибирские берестяные сувениры», «Мастерская да Винчи», гончарная мастерская «Салтан» и другие.

На региональном рынке представлены предприятия, выпускающие хозяйственные товары для дома, быта и отдыха: ОАО «Томский электроламповый завод», ООО «Кавенит» (продукция: веревки, шнуры и прочее), «Томский завод светотехники», «Сибирская карандашная фабрика», ООО «Компания Рим» (изготовление теплых полов), ООО «Симан»

(производство дверей), «Завод «Богатырь» (продукция – строительные смеси), «Завод спортивного оборудования» (продукция: спортивный инвентарь, туристическое снаряжение), группа компаний «DI-Group» (продукция: гаджеты, электроника, товары для детей, одежда).

На потребительском рынке представлена продукция местных фармацевтических предприятий: ОАО «Фармстандарт-Томскхимфарм», ООО «Артлайф», производящие востребованные на местном рынке препараты: противовирусные и иммуномодулирующие, обезболивающие, антибиотики, препараты для лечения сахарного диабета, а также медпрепараты для лечения ВИЧ, сердечно-сосудистых, неврологических, гастроэнтерологических, дерматологических и других заболеваний.

Как будет развиваться потребительский рынок, насколько востребована продукция, производимая местными предприятиями, зависит от *социально-экономической* и политической позиции государства. В настоящее время правительством проводится политика импортозамещения, которая заключается в поддержке отечественных производителей, но при этом продукция отечественных предприятий должна отвечать жестким международным требованиям как по качеству, так и по цене.

Основная работа региональных властей в данном направлении – это помощь в продвижении продукции, вырабатываемой предприятиями города и области, прежде всего на местные рынки, работа по насыщению продуктами питания потребительского рынка и по расширению ассортимента продукции местных производителей в объектах потребительского рынка, в том числе и сетевых предприятиях.

Рассмотрим основные направления работы региональных властей по поддержке местных товаропроизводителей:

1) Финансовые меры поддержки (государственная поддержка в виде субсидий, предоставление дополнительных налоговых льгот (в том числе, налоговых каникул), предоставление государственных гарантий, предоставление инвестиционного налогового кредита);

- 2) Предоставление грантов начинающим предпринимателям;
- 3) Разработка и реализация областных и муниципальных программ, направленных на развитие предприятий;
- 4) Организация и проведение конкурсов, направленных на развитие предприятий;
- 5) Оказание информационной и консультационной поддержки по развитию бизнеса предприятиями;
- 6) Размещение производства в бизнес-инкубаторах, расположенных на территории Томской области.

Поддержка товаропроизводителей заключается в проведение таких мероприятий, как:

- 1) ярмарки выходного дня, на которых товаропроизводитель может представить и реализовать свою продукцию;
- 2) присвоения товарам знака качества;
- 3) организация и проведение конференций и форумов для организаций;
- 4) мероприятия, направленных на содействие развития конкуренции на территории Томской области (внедрение стандарта конкуренции).
- 5) мероприятия, направленные на развитие и укрепление внешних связей (помощь в продвижении товаров на внешние рынки сбыта).

В настоящее время в районах Томской области реализуется весь спектр мер поддержки местных производителей. Проводится регулярная работа местных и региональных властей по мониторингу представленности товаров местных производителей на потребительском рынке Томской области.

Список литературы

- 1) <http://www.als.ru>
- 2) <http://www.asino.ru>
- 3) <http://www.bakchar.tomsk.ru>
- 4) <http://vkt.tomsk.ru>
- 5) <http://zir.tomsknet.ru>
- 6) <http://www.kargasok.ru>
- 7) <http://www.kedradm.tomsk.ru>
- 8) <http://www.kolpadm.ru>
- 9) <http://www.molchanovo.ru>
- 10) <http://pmr.tomsk.ru>

- 11) <http://www.pabel.tomsk.ru>
- 12) <https://www.seversknet.ru>
- 13) <http://admstrj.tomsk.ru>
- 14) <http://www.shegadm.ru>
- 15) <http://chainsk.tom.ru>
- 16) <http://www.tradm.ru>
- 17) <http://teguldet.tomsk.ru>
- 18) <https://tomsk.gov.ru>
- 19) <https://productcenter.ru>

МАЛЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В ШЕГАРСКОМ РАЙОНЕ

Елистова Светлана

ОГБПОУ «Промышленно- коммерческий техникум»

Руководитель: Андрейшева Татьяна Витальевна

Цель работы - раскрыть сущность, формы и особенности малых форм хозяйствования В Шегарском районе

Объект исследования – Крестьянско-фермерские хозяйства Шегарского района.

Предмет исследования - Предпринимательство как необходимость для экономики, как источник идей, место для рабочей силы, как свежая струя, вливающая силы и вносящая необходимые перемены.

Гипотеза - является ли в настоящее время КФХ двигателем прогресса, вливает ли новые силы и идеи в человеческую деятельность, обновляя и совершенствуя в конечном счете экономику, в частности в Шегарском районе

Актуальность - Бизнес и предпринимательство – это реалии современной экономики, которые окружают нас повсюду, являясь частью нашей жизни. И поэтому совершенно очевидна актуальность данной темы.

Одно из приоритетных направлений аграрной политики Томской области – поддержка развития малых форм хозяйствования (МФХ) на селе. На долю МФХ в структуре производства области приходится почти 50% валовой продукции сельского хозяйства.

В Шегарском районе существуют благоприятные условия для эффективного землепользования благодаря применению современных агропромышленных технологий. Население активно занимается ведением

личных подсобных хозяйств, в которых содержится 51,17 % общего поголовья КРС (включая КФХ), в т. ч. коров – 51,7% от их общего поголовья в районе.

Важнейшей отраслью экономики района является сельское хозяйство, традиционная специализация которого – животноводство

КФХ – что это?

Крестьянско-фермерское хозяйство – бизнес, который полностью основан на ведении сельского хозяйства. В предприятии может участвовать несколько лиц, но обязательно связанных родственными узами. Это могут быть не только граждане страны, но и иностранцы, лица без гражданства, главное, чтобы все были родственниками. Данный вид деятельности позволяет осуществлять производство, хранение, переработку и даже реализацию полученной продукции.

Особенности крестьянско- фермерского хозяйства

Помимо родственных связей и ведения исключительно фермерского хозяйства, существует ряд требований, позволяющих создать КФХ: предприятие должен возглавлять глава хозяйства; члены хозяйства должны быть старше 16 лет; в состав коллектива можно включать пять человек, которые не являются родственниками, но не более; имущество предприятия является общей собственностью, поэтому при выходе одного из участников, ему положена компенсация. Перед процедурой регистрации хозяйства все члены должны подписать соглашение между собой, отражающее основные правила «игры»: О правах и обязательствах членов. Порядок избрания главы. Правила формирования и распределения общего имущества. О процедуре принятия в КФХ новых членов. Процедура распределения прибыли и продукции. Регистрация КФХ производится в территориальных отделениях налоговой службы.

Крестьянско- фермерское хозяйство "Варфоломеев А.К"

Одним из сильных местных производителей Шегарского района является КФХ "Варфоломеев А.К." Занимается разведением КРС породы «геррефорд», овец, лошадей, птицы. Выращивает зерновые. Под посевами (пшеница, овес, рожь) — 2,5 тыс.га. Крестьянско-фермерское хозяйство Варфоломеева - лучшее в области по итогам прошлого года - специализируется на выращивании племенного скота. Сегодня в хозяйстве - около 150 голов геррефордов.

ООО «Агрофирма «Межениновская»

ООО «Агрофирма «Межениновская» расположена в селе Баткат Шегарского района Томской области. ООО «Агрофирма «Межениновская» — дочернее предприятие известной в Сибири птицефабрики «Межениновская». Оно было создано для обеспечения поголовья птицефабрики кормовой базой в 2008 году, и за это время стало примером для коллег по растениеводческой отрасли.

Крестьянско- фермерское хозяйство «Липовка»

Уже более 5 лет в Шегарском районе Томской области работает успешное крестьянско-фермерское хозяйство Алексея Липовки. Сейчас это большая ферма, где содержатся коровы, козы, бычки породы Геррефорд; есть цех по переработке мяса. налажен рынок сбыта мясной продукции в районе и в г. Томске, на ярмарках выходного дня

-Решил заняться мясным направлением. Со многими трудностями пришлось столкнуться, - говорит Алексей, - это только со стороны кажется, что все дается легко. Ничего подобного! Особенно важно понимать вот что: когда начинаешь заниматься мясным направлением, выращивать скот,

первые годы вообще нет никакой прибыли, результат года через три только появляется. А все это время нужны средства, и немалые – и скот кормить, и сено запастись.

Крестьянско- фермерское хозяйство Владислава Береснева

Колоритная парочка черных, как уголь, галловеев с густой шерстью заметно выделяется в загоне на фоне рыжих герефордов. КФХ Владислава Береснева занимается откормом мясных пород скота. Племенные бычки прибыли в середине февраля. Животные успешно прошли карантин.

–Галловеи, каждый по 300 кг весом, обошлись КФХ в 120 тыс. рублей.

Осенью в хозяйство поступят пять телочек галловеев для формирования чистопородного стада. В 2017 году хозяйства Томской области подавали заявки на приобретение 360 голов галловейского скота. Завозить их планируется из племенных предприятий России и европейских стран – Германии, Голландии и Великобритании.

Заключение

Крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства, малые предприятия выполняют ряд важнейших народнохозяйственных функций.

1. Крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства играют значительную роль в производстве сельскохозяйственной продукции, продовольственном обеспечении сельских семей, формировании предложения на региональных и локальных продовольственных рынках.

2. Важную роль играют крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства, малые предприятия в решении социальных проблем села, налаживании устойчивого развития сельских территорий, обеспечении занятости и поддержании доходов сельского населения.

3. К(Ф)Х, ЛПХ, сельские предприниматели способствуют сохранению сельского расселения и сельского образа жизни, народных традиций, культурного разнообразия страны. Значительна их роль в трудовом воспитании молодежи, сохранении и передаче производственного и социального опыта от старших поколений младшим.

Особенно возрастет роль индивидуально-семейных хозяйств в сельских административных районах с низкой плотностью населения; часть крупных крестьянских (фермерских) хозяйств станет выполнять селообразующие функции.

Используемая литература.

1. <http://ru.wikipedia.org>
2. <http://www.bibliofond.ru>
3. <http://www.aup.ru>
4. Учебник обществознания класс8-11 А.И.Кравченко. ООО "ТИД "Русское слов – РС", 2008.
5. СМИ, «Трудовая Слава» №14 от 2.02.2013г, №18 от 12.02.2013
6. Большой экономический словарь. М.: Ин-т экономики, 1994. С.313.
- 7) Гражданский кодекс Российской Федерации.
- 8) Конституция Российской Федерации. - М.: Издательство "Спарк", 1997. - 52 с.
- 9) Статистические данные администрации Шегарского района.
10. <http://www.shegadm.ru/>

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ НА АССОРТИМЕНТ ТОМСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Амельченко Максим Леонидович

ОГБПОУ Томский Политехнический Техникум

*Специальность – Разработка и эксплуатация нефтяных и газовых
месторождений.*

Аннотация: в данной статье представлен анализ влияния экономических санкций на ассортимент производителей Томской области, а так же действие эффективность действия программы по импортозамещению.

В результате Россия недальновидно впала в зависимость от стран-экспортеров и их политики. Под угрозой оказалась безопасность страны: продовольственная, социальная, экономическая, финансовая, военная. Исходя из мировой практики, импортозамещение целесообразно для оптимизации структуры экономики и развития стратегических отраслей. Если реализовать его эффективно.

Импортозамещение в России — замещение импорта товарами, произведёнными внутри России. Курс на импортозамещение декларируется в России с 2014 года, после введения взаимных санкций Россией и странами Запада.

В результате сложившейся ситуации на российском рынке, правительством страны был разработан план по импортозамещению. Советующий план в Томской области был утвержден 10 февраля 2015 года главой региона Сергеем Жвачкиным.

Документ рассчитан до 2020 года и конкретизирует инвестиционные проекты по развитию пищевых и текстильных производств, лесопереработки и электроники, ядерной и химической отраслей, сельского хозяйства.

В рамках этого плана Жвачкин поручил содействовать реализации инвестпроектов на «Томсккабеле», НПФ «Микран», НИИПП, «ЭлеСи», «Элком+», «Контек-Софт», ТПК «САВА», «Солагифте», «Мед-Лайне» и других предприятиях. Также в региональном плане импортозамещения утверждены сроки строительства аквабиоцентра, мясных и молочных животноводческих комплексов — всего около 50 промышленных и научно-производственных проектов.

«Планы создания новых производств — это не воздушные замки, мы детально обсудили их с бизнесом и инвесторами. Каждый объект является частью федерального проекта «ИНО Томск, что гарантирует еще и организационную, инфраструктурную поддержку. Мы создадим новые рабочие места для представителей самых разных отраслей и профессий, сделаем томскую продукцию еще более качественной и доступной, продолжим диверсификацию и инновационное развитие экономики области» -подчеркнул губернатор. [1]

По словам главы региона, реализация плана по импортозамещению позволит к 2020 году увеличить долю наукоемких и высокотехнологичных отраслей в ВРП с сегодняшних 23 % до 27 %. Томской области удалось запустить импортозамещение опережающими темпами.

Под санкции США попали такие предприятия как: НПФ «Микран», ООО «Газпром трансгаз Томск» и «Востокгазпром». В этих компаниях однозначно заявляют, что санкции не повлияют на бизнес и производство.

Малый и средний бизнес Томской области.

Что же касается Томских производителей «малой руки», то очень ярким примером правильной линии поведения в условиях экономических санкций могут послужить компании, занимающиеся выпуском молочной продукции, а именно компании «Деревенское молочко», "Томское молоко" и "Сибирский Формаджио». Все дело в том, что под продуктовое эмбарго попали крупные иностранные производители сыров, и соответственно на рынке продуктов питания освободилась целая ниша по реализации таких сыров как рикотта,

моцарелла, сулугуни и прочих. Для восполнения, пользующихся спросом, продуктов, в регионе проводилась различные мастер-классы, семинары, конкурсы и в результате на сегодняшний день уже 15 предпринимателей делают ремесленные сыры, многие начали этим заниматься в последние год-два. Для сравнения компания "Деревенское молочко" начинала с 400 килограммов сыров в сутки, сейчас производит 700 килограммов, "Томское молоко" в 2017 году выпустило 17 тонн мягких сыров. Также сыр производят и мелкие производители. Область активно субсидирует производителей. Предполагается, что цена на томские сыры будет не дороже цены уже имеющихся на рынке продуктов.

25 ноября 2015 года «Деревенское молочко» открыло новую сыро-творожную линию. Под брендом «Деревенское молочко» выпускаются молочные и кисломолочные продукты, обогащенные бифидобактериями, в широком ассортименте: молоко, кефир, сметана, бифидок, ряженка, снежок, био-йогурты, творог, масло. Проектная мощность предприятия 120 тонн молока-сырья в сутки, объем выпуска готовой продукции более 100 тонн в сутки. «Деревенское молочко» является одним из самых современных молокоперерабатывающих предприятий в Сибирском регионе. «Львиная доля переработанного на заводе молока - это молоко с Томских ферм, малых и крупных хозяйств. Это значит, наши сельчане получают гарантированный рынок сбыта продукции, смогут развивать хозяйства, создавать на селе новые рабочие места. Во-вторых, северская продукция будет в первую очередь поступать на столы жителей Томской области. А это значит, что люди будут употреблять свежие, вкусные и доступные по цене продукты» - отметил Губернатор.[4]

Компания "Сибирский Формаджио» перерабатывает до 500 литров молока в сутки, выпуская около 50 килограммов сыра. Из 19 сыров, производимых компанией, лишь два вида делаются по самостоятельно разработанной рецептуре, все остальное – классические мягкие и полутвердые итальянские сорта. Для получения знаний о производстве

иностранных сортов сыра, руководство компании посетило Европу в составе томской делегации для перенимания опыта сыроварения. Коровье молоко для производства сыра каждый день привозят из частного хозяйства Кожевниковского района. Козье – с фермы в поселке Мирный.

То есть в данной ситуации компании не растерялись, а аккумулировали все свои резервы и возможности, и занялись расширением производства и заполнением пустующей продуктовой ниши, несомненно получая при этом прибыль и принося доходы в бюджет региона.

Заключение

Таким образом, можно сказать, что, несмотря на определенные сложности, на сегодняшний день в результате импортозамещения есть много положительных моментов. Экономика России подстроилась под современные условия и стала менее зависима от не всегда надёжных западных партнеров, граждане страны в процессе импортозамещения получают все больше новых рабочих мест, а бизнес – возможности для развития.

По факту удалось завершить только первый этап импортозамещения – осознать проблему и начать ее решать с жизненно важных для страны отраслей: пищевой и оборонной. Последующий этап будет давать новые возможности для развития.

Принятый в Томской Области план импортозамещения принёс свои плоды. Экономика региона в сравнении с другими регионами нашей страны продолжает неплохо развиваться. Новые вызовы рынка подталкивают область на реализацию новых реформ, что даёт условия развития для бизнеса всех категорий роста, яркими примерами служат компании «Сибирский Формаджио» и НПФ «Микран». Более устойчивыми к изменению конъюнктуры рынка оказались промышленность и сельское хозяйство. На оптовую и розничную торговлю, строительство сокращение инвестиций повлияло в большей степени, что выразилось в снижении объемов выпуска продукции.

Список использованных источников

1. <https://news.vtomske.ru/news/124865-jvachkin-utverdil-plan-importozameshcheniya-tomskoi-oblasti-do-2020-goda>
2. <http://tv2.today/TV2Old/Sankcii-nam-ni-po-chem>
3. <http://mcx.complexdoc.ru/3184156.html>

МЕСТНЫЕ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛИ НА ПОЛКАХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ

Тифенбах Ирина Игоревна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специалист по рекламе

В настоящее время на Томском рынке торговли работают десятки конкурентоспособных предприятий, демонстрирующих постоянный рост потребления продуктов отечественного и томского товаропроизводителя.

В данной работе представлен анализ производителей продуктов питания и их взаимодействие с торговыми сетями в городе Томск.

Целью работы является выявление наличия или же отсутствия проблем взаимодействия производителя и торгового посредника.

Задачи работы, следующие:

- Выявить состояние данного рынка.
- Определить основных торговых посредников.
- Определить основных товаропроизводителей.
- Проанализировать различные вариации взаимодействия между товаропроизводителем и торговым посредником.

Достижение цели, осуществляется за счет выполнения задач с использованием метода исследования, анализа и сравнительной характеристики.

Торговля является важнейшей отраслью экономики области, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют как на уровень жизни населения, так и на развитие производства потребительских товаров. [1]

По итогам 2017 года розничный товароборот достиг 118,1 млрд. рублей прирост к 2016 году составил 104,9%. Торговое обслуживание населения

Томской области осуществляет 6 185 магазинов, из них в сельских поселениях находится 54,2% всех торговых предприятий. Сегодня в регионе представлены все торговые форматы: крупные торговые сети, торговые центры, магазины категории «у дома», розничные рынки[2].

На территории области функционирует более 300 хозяйствующих субъектов, относимых к категории сетевых. Всего они объединяют около 1,4 тыс. торговых объектов - это 23% от общего количества объектов, в том числе: «METRO», «ЛЕНТА», «Палата», «Магнит», «Фуд Сити», «Абрикос», «Ярче», «Мария – Ра», «Быстроном», «Радуга вкуса», и др. Развитие инфраструктуры потребительского рынка положительно влияет на объем розничного товарооборота. [3]

Таблица 1. Соотношение по товарным группам

Наименование	Количество объектов	Доля от общего количества магазинов в %	Рост (снижение) к уровню 2011 года в %
1. Всего стационарных магазинов в т. ч.	6185	100%	104,4
– продовольственные	1817	29,4%	101,7
– непродовольственные	2469	39,9%	102,5
– смешанные	1899	30,7	106,4
2. Нестационарные торговые объекты	1400		118,8

На данный момент в Томске количество отечественных поставщиков продуктов питания насчитывает 30 предприятий. Это такие как: «KDV»; ГК «Красота спасет мир»; «Сибирский знахарь»; «Десант здоровья»; «33 пингвина»; ООО «Восточный караван»; ООО ТПК «САВА»; «Томский кондитер»; «ФабрикантЪ»; «Межениновская птицефабрика»; «Антонов двор»; «Хлебозавод №4» и другие. [5].

Брендов и же от этих производителей насчитывается сотни, ассортимент их так же велик. Например, у «KDV Групп» 26 брендов, ассортимент каждого варьируется от 2х до 20 товаров. [6]

Вышеперечисленные производители, поставляют продукцию во многие торговые сети города Томск. Ассортимент сетей и производителей предоставлен в общем доступе, что способствует проведению анализа, на факт выявления проблем между товаропроизводителями и торговыми сетями.

Таблица №2. Сравнительная характеристика торговых сетей на предмет поставок продуктов томских товаропроизводителей.

Торговая сеть	Кол-во филиалов	«KDV Групп»	ООО ТПК «САВА»	«Антонов двор»	«Хлебозавод №4»	«Межениновская птицефабрика»
«Ярче»	76	+	+	+	+	+
«Мария – Ра»	56	+	+	+	+	+
«Абрикос»	42	+	+	+	+	+
«Радуга вкуса»	22	+	+	-	+	-
«Магнит»	21	+	+	+	+	+
«Быстроном»	9	+	+	+	+	+
«ЛЕНТА»	3	+	+	+	+	+
«Пятерочка»	3	+	+	+	+	+
«Фуд Сити»	2	+	+	+	+	+
«Палата»	1	+	+	+	+	+
«METRO»	1	-	-	-	-	-

Из представленной выше таблицы можно отметить что, практически все продукты томских товаропроизводителей находятся на полках торговых сетей, из чего следует что товарооборот находится на высоком уровне.

Можно сделать вывод о том, что взаимоотношения томских товаропроизводителей и торговых посредников на достаточно высоком уровне. Конечно в магазинах не представлены лишь томские товары, а в «METRO» и вовсе они отсутствуют, но по сравнению с прошлыми годами, когда экономика была не стабильна, а производство оставляло желать лучшего, ситуация на данный момент достаточно положительная.

Список литературы.

1. <https://www.tomsk.gov.ru/Torgovlya> Реестр розничных рынков Томской области
2. <https://www.tomsk.gov.ru/Torgovlya> Розничный товароборот в Томской области
3. <http://tomsk7m.ru/class/64> Розничная торговля, Томская область
4. <http://tomsk7m.ru/class/268> Розничная торговля в неспециализированных магазинах, Томская область
5. <http://tomsk7m.ru/class/269> Розничная торговля пищей, напитками и табачными изделиями в специализированных магазинах, Томская область
6. <https://productcenter.ru/> Каталог производителей продуктов питания Томска
7. <http://kdv-group.com/ru> KDV Group официальный сайт
8. <http://www.tpkсava.ru/> Производительная компания «САВА» официальный сайт
9. <http://antonovdvor.ru/> «Антонов двор» официальный сайт
10. <http://hbz4.ru/> «Хлебозавод №4» официальный сайт
11. <http://межениновская-птицефабрика.рф/> «Межениновская птицефабрика» официальный сайт
12. <http://www.maria-ra.ru/> «Мария-Ра» официальный сайт
13. <http://ярче.рф/> «Ярче» официальный сайт
14. <http://www.bystronom.ru/> «Быстроном» официальный сайт
15. <http://www.abri-kos.ru/> «Абрикос» официальный сайт
16. <http://magnit.ru/> «Магнит» официальный сайт
17. <https://tsk.lenta.com/> «Лента» официальный сайт
18. <http://палата-гипермаркет.рф/> «Палата» официальный сайт
19. <http://radugavkusa.ru/> «Радуга вкуса» официальный сайт

АНАЛИЗ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА МЕСТНОМ РЫНКЕ

Шаркези Александра Андреевна

ОГБПОУ «Томский Индустриальный Техникум»

Специальность «реклама».

Руководитель Захарова Галина Николаевна

Аннотация. Импортрозамещение — это одна из наиболее актуальных тем за последние 4 года. Но как политика импортрозамещения повлияла на Россию и на Томск, в частности. Именно этому вопросу посвящена данная статья. В данной работе проанализировано понятие термина импортрозамещения, успехи, которые можно достичь с помощью данной политики в сфере экономики государства и минусы применения политике импортрозамещения. Также основные препятствия на пути импортрозамещения и повышения конкурентоспособности промышленности в России. В статье приведены примеры удачного вывода томских товаров на местный рынок.

Импортрозамещение – это такая экономическая стратегия, проводимая государством, направленная на защиту внутреннего производителя путем замещения импортируемых промышленных товаров товарами национального производства [1].

В России политика импортрозамещения наиболее актуальна на современном этапе развития экономических и политических отношений. После того, как в августе 2014 года Россия ввела ответные санкции странам Запада, запрещающие ввоз продовольственных товаров, у российских товаропроизводителей появилась возможность развиваться и нормально функционировать на отечественном рынке.

Таким образом, при осуществлении политики импортозамещения государство преследует цель повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.

При правильном построении и поэтапно развивающейся политики импортозамещения можно достичь значительных успехов в сфере экономики государства:

- снижение уровня безработицы в стране, благодаря росту занятости населения, и как следствие повышение уровня жизни;
- прогресс в научной сфере и технических достижениях, а отсюда как следствие повышение уровня образования;
- достижение и укрепление экономической и продовольственной безопасности страны, благодаря развитию собственного производства;
- стимулирование спроса на товары местных производителей, что в свою очередь стимулирует развитие экономики страны в целом, а также расширение производственных мощностей;
- сохранению валютной выручки внутри страны и как следствие росту валютных резервов и улучшению торгового баланса страны.

Основными препятствиями на пути импортозамещения и повышения конкурентоспособности промышленности в России являются:

- отсутствие у предприятий резервных мощностей, которые могли бы быть оперативно задействованы для замещения импорта;
- неэффективное продвижение российской продукции, как в самой России, так и за рубежом;

- непоследовательная политика государственной поддержки предприятий, способных сыграть ключевую роль в импортозамещении;

- слабое стимулирование предприятиями научной и инновационной деятельности;

- недостаток высококвалифицированных и профессиональных кадров в инженерной и научной сферах. Это связано еще и с тем, что настоящие профессионалы не получают достойной зарплаты, а потому уезжают работать за рубеж.

Далее мною был взят отдельный сегмент промышленности, а именно- продовольственные товары.

На Томском рынке импортозамещение в продовольственной сфере достигло немалых успехов. Всего около 50 проектов: строительство животноводческих комплексов молочного направления, цехов по глубокой переработке молока, в том числе по производству сыров, строительство биолaborатории, строительство, реконструкция и модернизация овощехранилищ, строительство убойных пунктов, цехов по переработке мяса.

Несколько примеров успешного заполнения томских прилавков местными продуктами.

1. ООО «Деревенское молочко» выпустило в конце 2016 года на рынок "ту самую" моцареллу, рикотту и так называемую "кавказскую" линейку – сулугуни, брынзу и адыгейский [2] по программе импортозамещения.

Открылся в 1931г. в Асино.

У завода 1467 торговых точек в Томске и Томской области. Продукция «Деревенского молочка» продаётся как в крупных торговых сетях («Лента», «Абрикос», «Ярче» и пр.), так и в магазинах шаговой доступности.

В 2014г. Производительность 120 тонн молока-сырья в сутки, объем выпускаемой готовой продукции- более 100 тонн в сутки.

В 2017г. 110 тонн молока-сырья в сутки

2. ООО «Межениновская птицефабрика» [3]. Более 250 наименований продукции, среди которых: охлажденная продукция, продукция для гриля, холодные закуски, полуфабрикаты, холодец и целая линейка полуфабрикатов для детей – пельмешки, котлетки, биточки, палочки с овощами. А также колбасно-деликатесная продукция:

- вареные колбасы ветчины;
- копчено-вареная продукция;
- полукопченые колбасы;
- сервелаты;
- снеки;
- сосиски;
- сардельки;
- сырокопченые колбасы.

Имеет 29 фирменных магазинов по г. Томску и поставляет свою продукцию в более 100 магазинов.

3. Молодой амбициозной и наиболее перспективной сетью продовольственных товаров на данный момент является сеть магазинов «Ярче» от сети производителей «КДВ Групп». Товары местных производителей в данной сети магазинов продаются больше, чем импортные. В «Ярче» на прилавках большое количество продукции, произведённой в томской области.

Открылась в 2012 году.

В 2014 году выручка- 43,4 млрд.руб.

В 2015 году прибыль- 77,1 млн.

Более 150 торговых точек, 45 из которых в Томске.

Проанализировав местный рынок, можно с уверенностью сказать, что в томской области политика импортозамещения проходит более чем успешно. Также невооруженным взглядом видно, что данная политика дала толчок к развитию технологий изготовления продовольственных продуктов на рынке г.Томска и Томской области.

Список литературы.

1. Энциклопедический словарь экономики и права
2. derevenskoe-molochko.ru
3. межениновская-птицефабрика.рф
4. ярче.рф

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ЛАМА»

Попельгина Алена Владимировна

ОГБПОУ «КИПТСУ»

Специальность СПО 43.02.13 Парикмахерское искусство.

Турсунова Надира Пахлавонджановна

ОГБПОУ «КИПТСУ»

*Специальность СПО 29.02.04 Конструирование, моделирование и
технология шейных изделий.*

Аннотация

Фирменные магазины помогают продвижению бренда. Ориентация на продажу продукции через фирменные магазины не только делает бренд известным, но и постепенно завоевывает доверие потребителя. Контроль всех изменений потребительского спроса в фирменном магазине помогает решить вопрос о начале массового производства той или иной новинки или вовремя приостановить её производство. В конечном итоге потребитель получает свежую продукцию, доступное расположение, относительно низкие цены, компактность торговой площади.

Ключевые слова: фирменные магазины, торговая марка, продвижение товаров, маркетинг, логистика, мерчандайзинг, реклама.

В настоящее время возрастает роль товаров местного производства, обеспечивающих экономическую безопасность, в чем и заключается **актуальность** поставленной темы исследования. **Целью** работы является изучение организации сбыта продукции собственного производства посредством фирменных магазинов компании «ЛАМА». Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- изучить структуру торговых и производственных подразделений компании;
- изучить маркетинговую политику компании;
- рассмотреть перспективы развития, используя теоретико-экспериментальные методы исследования.

ГК «ЛАМА» была основана в 1992 году, а первый магазин был открыт в 1999 году на территории города Томска. Сегодня ГК «ЛАМА» — это динамично развивающаяся розничная сеть в Томской области. По состоянию на март 2018 года сеть насчитывает 50 фирменных магазинов: супермаркет «ЛАМА», шесть гипермаркетов «Фут-Сити», 42 универсама «Абрикос», универсам «Близкий»[1].

Помимо сети магазинов - ГК «ЛАМА» - это пищевой комбинат, который производит продукцию под двумя торговыми марками: «ЛАМА» и «Сибиряков». Двадцать лет пищевой комбинат производит для своих покупателей высококачественную продукцию: замороженные полуфабрикаты; лепные полуфабрикаты; колбасную продукцию и мясные деликатесы; хлебобулочные и кондитерские изделия; охлажденную мясную продукцию. Продукция производится только из высококачественного сырья, без химических добавок, с минимумом пищевых красителей и с применением только натуральных продуктов. Продукция торговой марки "Сибиряков" - недорогая, которая производится из качественного сырья с растительными добавками, которые полезны для здоровья и легко усваиваются организмом.

Компания «ЛАМА» занимается продвижением товаров посредством собственного рекламного агентства «**RekЛАМА**». Размещение рекламы в сети ГК «Лама» - это: *широкий охват покупательской аудитории; вариативность рекламных носителей и способов размещения рекламы; комплексное рекламное обслуживание; индивидуальные программы для каждого рекламодателя; гибкая система скидок.*

Миссия компании: *«Мы обеспечиваем продовольственную безопасность России!»* В подтверждение этому компания постоянно

совершенствует маркетинговую политику. Для обеспечения потребителей товарами, соответствующих стандартам качества, компания проводит акцию «Мир без ГМО», делает всё возможное, чтобы покупатели могли выбрать для себя исключительно качественные товары. Компания проводит уникальную акцию «Знак годности». Если в процессе покупки покупатель обнаружит в торговом зале товар с истекшим сроком годности, он получит идентичный товар совершенно бесплатно. Акция проходит в гипермаркетах «Фуд Сити» и универсамах «Абрикос».

Для сохранения качества продукции компания уделяет особое внимание условиям профессиональной логистики. Ни один товар не может считаться качественным, если его неправильно транспортировали и хранили. Для доставки отдельных групп товаров используется спецоборудование, такое как рефрижераторы, склады оборудованы по последнему слову техники, что позволяет хранить товары при разной температуре, уровне влажности, автоматически отслеживать сроки годности.

Но наиболее эффективной стратегией продвижения товаров в супермаркетах является - мерчандайзинг. В его задачи входит прослеживание расположения товаров на полках и контроль выкладки, контроль представленного ассортимента, контроль наличия достоверной и доступной потребителю информации о цене товара (правильно ли составлен ценник и находится ли он под соответствующим товаром), работа с POS-материалами, контроль промоакций и т.п.

Потребитель всегда хочет получить информацию о продукте, проанализировать ее и на основе этого анализа сделать вывод. Само место продаж целесообразно разделить на несколько условных зон. В каждой зоне будут свои приемы и способы продвижения:

1) Территория вокруг магазина. У крупных супермаркетов территория находится в собственности и используется для парковки.

2) Магазин «снаружи». Здесь как носители рекламы могут рассматриваться стены и крыша магазина, окна-витрины.

3) Двери - то есть непосредственный вход в магазин. Дверь сама по себе является площадью для размещения рекламы.

4) Торговый зал. Здесь реклама призвана напомнить о товаре и побудить покупателя направиться к тем полкам и стеллажам, где он выставлен. Можно использовать звуковую рекламу, видеомониторы, рекламу на тележках, флажки.

5) Выкладка товара. Реклама воздействует на выбор непосредственно в момент покупки. Здесь используются уже традиционные шелфтокеры, наклейки и wobлеры. Группы товаров могут быть обозначены специальными разделителями, которые тоже несут покупателю информацию о товаре и побуждают к покупке.

6) Кассы. Реклама, расположенная над кассами, как бы напоминает покупателям о том, что они «забыли» купить. Такая реклама отлично работает при наличии небольших очередей в кассы[2].

ГК «ЛАМА» - это команда единомышленников. Люди, которые приходят в компанию получают не только работу, но и возможность профессионального и личностного роста, пройти обучение и построить карьеру, а также реализовать свой творческий потенциал.

Перспективы развития компании, как и всей торговли в целом, будут связаны со следующими основными направлениями: углубление специализации розничных торговых организаций; разработка и внедрение крупными торговыми организациями собственных торговых марок; усиление внутрифирменного контроля за качеством поставляемой продукции; формирование товарной политики торговых организаций с учетом особенностей конкретного сегмента рынка; повышения конкурентоспособности торговых организаций путем формирования рационального ассортимента, обеспечения надлежащего качества товаров и разумных цен.

«Список литературы».

1. lama.tomsk.ru Группа компаний «ЛАМА» (дата посещение 10.03.2018).
2. [aup.ru>books/i005.htm](http://aup.ru/books/i005.htm) Маркетинг: Электронные книги (дата посещения 15.03.2018).