

Проблемы асимметрии корпоративных и общественных интересов на рынке продовольственных товаров



**Наталья Ивановна
УСЕНКО**

кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики, Негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования Кузбасский институт экономики и права (650065, Россия, г. Кемерово, ул. 40 лет Октября, д. 2, N.I.Usenko@yandex.ru)



**Юлия Сергеевна
ОТМАХОВА**

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения наук Российской академии наук (630090, Россия, г. Новосибирск, пр. Академика Лаврентьева, д. 17, к. 266, serdukovajulia@yandex.ru)



**Александр Геннадьевич
ОЛОВЯНИШНИКОВ**

кандидат экономических наук, старший преподаватель, Национальный исследовательский Томский государственный университет (634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, д. 36, olov.aleks@gmail.com)

Аннотация. В статье анализируется современное состояние российского продовольственного рынка с точки зрения согласования интересов населения и корпоративных интересов производителей. Показано, что условия действующих нормативных документов по регулированию качества и безопасности пищевой продукции способствуют асимметрии указанных интересов. Рассматриваются проявления дисбаланса и последствия потребления продуктов питания, произведенных с использованием новых технологических приемов и рецептов. Предложены направления выравнивания асимметрии интересов путем повышения значимости роли экспертного обеспечения в процессе разработки проектов государственных решений по развитию национального продовольственного рынка с позиции соблюдения принципов безопасности пищевой продукции.

Ключевые слова: рынок продовольственных товаров; качество; корпоративные интересы; транснациональные компании; продовольственная безопасность; экспертное сообщество.

Производство и реализация продовольственных товаров тесно связаны с такими показателями, как качество и безопасность пищевой продукции, физическая и экономическая доступность продовольствия. Для предприятий пищевой индустрии и продовольственного ритейла всегда актуальны задачи расширения ассортимента, создания новых высокотехнологичных продуктов питания, удовлетворяющих разнообразные потребительские предпочтения.

Вместе с тем задачи расширения ассортимента товаров, создания новых формул продуктов связаны не только с учетом потребностей населения, но и отвечают, прежде всего, корпоративным приоритетам операторов продовольственного рынка в сфере обеспечения конкурентоспособности предприятий и повышения эффективности производства.

Суть корпоративных приоритетов заключается, в первую очередь, в максимизации ожидаемого дохода за счет увеличения доли рынка, снижения затрат и т.д. Поэтому актуален вопрос о том, как в условиях развития современного рынка продовольственных товаров согласуется задача реализации данных корпоративных приоритетов с удовлетворением интересов потребителей? Достигается ли баланс или имеет место асимметрия интересов? В рамках данной статьи авторы попытались дать ответы на эти вопросы.

Основные корпоративные сегменты российского рынка пищевой промышленности

В настоящее время российский рынок продовольственных товаров занимает важное место в экономике России. В структуре

оборота розничной торговли за 2012 год удельный вес продовольственных товаров составил 46,5%, или 9,9 трлн. рублей.

По данным Росстата, доля производства пищевых продуктов, включая напитки, и табака в общем объеме продукции обрабатывающих производств в 2012 году составила 15,9%, а динамика индексов производства пищевых продуктов (*табл. 1*) в 2005–2012 годах устойчиво характеризуется положительными значениями. Однако стоит отметить снижение значений индексов в конце анализируемого периода.

Для большинства отраслей пищевой промышленности характерен короткий производственный цикл, быстрая окупаемость вложенных средств. Ввиду данных характеристик пищевая промышленность представляла (и представляет) одну из наиболее привлекательных сфер приложения капитала во всем мире. В качестве аналитической оценки инвестиционной привлекательности пищевого сектора промышленности используют международные фондовые индексы, которые позволяют оценивать общее изменение направления и текущее состояние рынка, например промышленный индекс Доу-Джонса (Dow Jones Industrial Average DJIA).

В мировой список компаний, которые охватывает индекс Доу-Джонса, входят три самых влиятельных мегамагната пищевой индустрии, занимающихся производством пищевых продуктов и напитков: безалкогольные напитки – Coca-Cola Co., продуктов питания – Kraft Foods Inc., сфера общественного питания – McDonald's Corp.

Таблица 1. Индексы производства пищевых продуктов в 2000–2013 гг.

	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Индексы производства	105,3	106,6	105,4	101,0	104,1	100,6

Индекс S&P 500 (Standart & Poor's 500) конкурирует по популярности с промышленным индексом Доу-Джонса и представляет собой средневзвешенное значение цен акций 500 крупнейших компаний из различных секторов экономики США. В этот индекс входят 27 (!) компаний из сектора продуктов и напитков (исключая ритейлеров). Согласно данным, представленным на портале Foodinnovation.ru [1], компании пищевого сектора показали за пять лет после кризиса 20%-ный рост. Такой рост сопоставим только с ростом индекса высокотехнологичных компаний NASDAQ, но с большим уровнем устойчивости в период рецессии, что связано с наличием стабильного денежного потока, обусловленного слабой изменчивостью потребительского спроса.

Основными тенденциями развития продовольственного рынка России в настоящее время являются продолжающаяся

концентрация собственности, сокращение доли малых и средних предприятий, укрепление позиций крупных консолидированных компаний. За период перехода к рыночной модели экономики в стране сформировался большой круг развивающихся компаний, успешно конкурирующих на внутреннем продовольственном рынке и рынках государств – участников СНГ, а также активно привлекающих капитал для своего развития [2].

Пищевая и перерабатывающая промышленность остается инвестиционно привлекательной для российского и иностранного бизнеса, что демонстрирует составленная по данным Росстата динамика объемов инвестиционных вложений (рис. 1) и значимый удельный вес в общем объеме инвестиций (табл. 2).

В целом за 2010–2012 гг. общая величина инвестиций в пищевую индустрию России составила 8796 млн. долл. США.

Рисунок 1. Динамика поступлений иностранных инвестиций по видам экономической деятельности, млн. долл. США

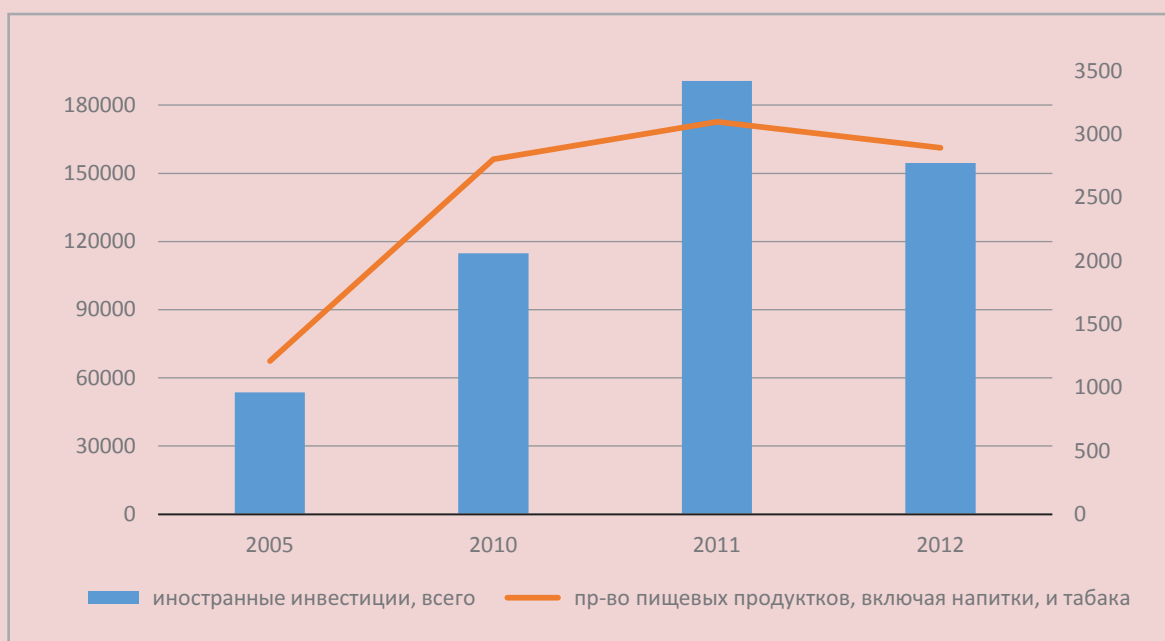


Таблица 2. Поступление иностранных инвестиций, млн. долл. США

Показатель	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Иностранные инвестиции, всего	53 651	114 746	190 643	154 570
В том числе по виду деятельности: производство продуктов питания, включая напитки, и табака	1210	2803	3099	2894
Уд. вес иностранных инвестиций по виду деятельности: производство продуктов питания, включая напитки, и табака в общем объеме инвестиций, %	2,2	2,4	1,6	1,9

На сегодняшний день в России свои производства имеют почти все ведущие мировые компании по производству продуктов питания, напитков и табачных изделий. Значительная часть современной пищевой индустрии России сосредоточена в руках крупных транснациональных компаний (ТНК), большинство из которых являются многофункциональными корпорациями.

К числу зарубежных компаний, имеющих российские подразделения, относятся: «Юниливер», «Нестле», «Юнимилк-Даннон», «Кока-кола компани», «ПепсиКо», «Группа Бондюэль», «Хортекс», «Группа Секаб», компания «Оркла Брэндс Россия», компания «Марс», «Крафт Фудс», «Ахмад Ти», «САН ИнБев», «Карлсберг», «САБ Миллер РУС» и др.

Показательным является тот факт, что по данным ежегодного рейтинга [3] крупнейших компаний, составляемого журналом «Эксперт»¹, в 2013 году первое место среди предприятий пищевой промышленности и 50 место среди компаний всех сфер деятельности по объему реализации продукции занимает российское подразделение «ПепсиКо» (Пепсико Холдингс) — крупнейший производитель продуктов питания и напитков.

¹ Рейтинг «Эксперт-400» — это наиболее репрезентативный список ведущих российских компаний, получивший признание как в России, так и за ее пределами.

По данным официального сайта транснациональной компании PepsiCo [4] в России компания имеет более 40 предприятий и около 25 тысяч сотрудников. «PepsiCo» активно инвестирует в свой бизнес на территории России. В 2011 г. компания «PepsiCo» расширила свой основной ассортиментный профиль (включающий газированные и негазированные напитки, чипсы) путем приобретения компании «Вимм-Билль-Данн» — крупнейшего российского производителя молочных продуктов, детского питания и соков.

В результате российское подразделение компании «PepsiCo» получило еще и статус ведущего переработчика молока в России. Данная сделка явилась рекордной по объему иностранных инвестиций (5,4 млрд. долл.) в несырьевой сектор России.

Пивоваренная компания «Балтика», крупнейший производитель пива в России, также входит в число лидеров рейтинга «Эксперт-400» в 2013 году и занимает 88 место в общем списке и второе среди предприятий пищевой промышленности. В ноябре 2012 года завершилась процедура принудительного выкупа акций ОАО «Пивоваренная компания «Балтика», в результате чего доля «Карлсберг», датской пивоваренной компании, составила в акционерном капитале «Балтики» 100%. Общая численность персонала пищевого гиганта «Карлсберг» — 38,6 тыс. человек (2012 год).

Доля иностранного капитала в пищевой промышленности согласно оценкам Министерства сельского хозяйства России составляет 60% [5] и имеет тенденцию дальнейшего роста в значительной степени за счет сделок слияния и поглощений на продовольственном рынке. Иностранные инвестиции обеспечили необходимый финансовый рычаг для развития пищевой индустрии, а процесс сделок слияний и поглощений в пищевой индустрии обусловил плавный переход к олигополии, то есть к сокращению на рынке числа мелких производителей.

Сфера интересов иностранных инвесторов — сегмент FMCG (fast moving consumer goods) — представляет собой товары повседневного спроса с быстрым оборотом, её значительная часть в минимальной степени связана с местной сырьевой базой. Ориентация на высокодоходный сегмент пищевой продукции с низкой долей натурального сырья дает возможность производителям не зависеть от нестабильности свойств и цен на него.

Масштабный приток иностранного капитала явился главным фактором высоких темпов роста в пищевой промышленности в России за последние десять — пятнадцать лет. Кроме того, успешное применение в российских подразделениях зарубежных компаний международных систем контроля производства и обеспечения качества продукции, новейшего оборудования, логистики и передовых систем организации сбыта продукции способствовало тому, что формирование российского рынка продовольственных товаров в значительной степени стало зависеть от стратегических приоритетов в развитии производства транснациональных компаний или их подразделений.

Предприимчивые и энергичные усилия по отстаиванию интересов транснациональных компаний с целью максимального

отражения их бизнес-интересов во многом определяют направления вектора продовольственной политики России, особенно в части промышленного производства продуктов питания. Лоббирование осуществляется как в прямой, так и в непрямой форме (через поддержку научных и выставочных мероприятий, форумов и конгрессов), реализуется через членов различных коллегиальных консультационных органов при региональных и муниципальных органах власти и общественных организаций.

В регионах местные органы власти, степень влияния которых на размер налоговых льгот может быть весьма значительной, зачастую принимают решения в пользу «понятного» бизнеса ТНК — крупного налогоплательщика и инвестора региона. Такая форма поддержки редко оказывается «своим», не столь эффективным местным компаниям, пытающимся устоять в конкурентной борьбе с титанами продовольственного рынка, что приводит к дальнейшему ослаблению малого и среднего бизнеса.

Таким образом, к настоящему времени структура российской пищевой промышленности отчетливо сегментирована по двум секторам: отечественный сектор — мелкие и средние предприятия, находящиеся в собственности российских граждан, и сектор российских подразделений зарубежных корпораций, представляющий собой наиболее развитую часть корпоративного бизнеса.

Проблема асимметрии интересов потребителей и производителей пищевой продукции в условиях действия законов и технических регламентов по регулированию ее качества и безопасности

Проблема асимметрии с точки зрения авторов статьи находит свое выражение в том, что большинство производителей пищевой продукции ориентируются на

высокодоходный сегмент пищевой продукции с низкой долей натурального сырья в ущерб качеству и пищевой ценности продуктов питания промышленного производства. В этой связи важно изучить, оказывают ли сдерживающее влияние действующие регламентирующие законы и регламенты на процессы выпуска продукции с низкой пищевой ценностью.

В настоящее время в России действует Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [6], в соответствии с которым качество определяется как совокупность характеристик пищевых продуктов, способных удовлетворять потребности человека в пище при обычных условиях их использования. В данном случае имеет место трактовка категории «качество» без учета требований полезности потребительских свойств выпускаемой продукции.

Следует отметить, что технические регламенты, которыми заменили ГОСТы, устанавливают лишь минимально необходимые требования, обеспечивающие применительно к продуктам питания их биологическую, химическую и радиационную безопасность.

При этом серия стандартов ISO, которые применяются при создании и совершенствовании систем менеджмента качества организаций, не является стандартом качества собственно продукта, а представляет собой, прежде всего, модель или схему организации процессов, предназначенную для обеспечения максимально высокого качества управления организацией. При этом, когда большинство крупнейших предприятий пищевой индустрии на своих сайтах и в рекламных буклетах указывают при маркировке продуктов, что их качество обеспечено международными системами сертификации, то в сознании потребителя происходит подмена понятия «качество организации» понятием «качество продукта».

Таким образом, в действительности имеет место терминологическая «ловушка». В соответствии с установками систем управления качества качественный продукт означает готовую стандартизированную продукцию, отвечающую требованиям безопасности, произведенную в соответствующих условиях и прошедшую необходимые процедуры контроля. Такая трактовка вступает в противоречие с ассоциативным представлением большинства потребителей о качестве продукции.

Необходимо отметить, что неоднозначность трактовки понятия качества и эффективности во многом обусловили иллюзию восприятия деятельности высокоэффективных компаний на рынке продовольственных товаров как компаний, которые заинтересованы в выпуске только качественной продукции, в максимальной степени отвечающей интересам потребителей. При этом организация выпуска определенных видов продукции зачастую призвана обеспечить лишь получение стандартизированных продуктов питания, то есть все чаще имеет место асимметрия интересов потребителей и производителей пищевой продукции, что вызывает серьезные диспропорции в развитии продовольственного рынка.

«Эффективность» в западном понимании — это не полезность, то есть никто не требует от фирм, чтобы они соревновались в полезности своей продукции, степени удовлетворения потребностей населения» [7, с. 13].

В современных условиях конкурентоспособность пищевой продукции в значительной степени определяет торговля, присутствие продукции в розничных сетях делает ей широкую рекламу и обеспечивает узнаваемость. Вместе с тем крупные торговые сети выступают катализатором формирования деформированной структуры

товарного предложения, ориентируясь на продажу привлекательной продукции независимо от ее пищевой ценности. Задача торговых сетей заключается в увеличении количества покупателей и средней суммы чека, и фактически продается не продукт как таковой, а «место на полке».

Крупный ритейл предпочитает работать с крупными пищевыми компаниями, а продуктовая политика в крупных торговых компаниях строится по тем же принципам, что и в пищевых ТНК.

В рамках формирования единого экономического пространства в настоящее время Таможенным союзом сделаны серьезные шаги по регулированию продовольственного рынка наднационального уровня, обеспечивающие согласованную политику в части стандартов, технических регламентов, качества и безопасности продукции.

Так, с 1 июля 2013 года вступили в силу семь технических регламентов в области пищевой промышленности: «О безопасности пищевой продукции», «Пищевая продукция в части ее маркировки», «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей», «Технический регламент на масложировую продукцию», «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания», «О безопасности зерна», «Требования безопасности пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств».

Последний технический регламент вышеназванного перечня имеет на сегодняшний день особое значение, так как искусственные красители, ароматизаторы и консерванты стали неотъемлемым свойством современных продуктов питания.

Как известно, использование пищевых добавок не безвредно для человеческого организма. Питание человека может быть не только источником необходимых организму пищевых и биологически активных веществ, но и источником накопления различных метаболитов пищевых добавок, что является крайне нежелательным, а в некоторых случаях представляет прямую угрозу здоровью человека из-за нарушения клеточного метаболизма.

На наш взгляд, перечни разрешенных добавок в условиях развивающегося знания о них и в свете результатов последних научных исследований должны постоянно актуализироваться на предмет разрешения их к использованию. Безусловно, это сложный процесс, затрагивающий значительное количество коммерческих интересов, а результаты их противостояния не всегда решаются в пользу потребителей.

Так, широко известен пример, когда группа специалистов университета Саутгемптон, исследовавшая наиболее популярные пищевые добавки, представила результаты эксперимента в распоряжение Агентства по пищевым стандартам Великобритании (АПСВ). Согласно этим данным ряд пищевых красителей – E102, E104, E110, E122, E129 – способны вызывать гиперчувствительность организма и, как следствие, «гиперактивность» в поведении детей. Несмотря на представленные доказательства, во многих странах Евросоюза не стали запрещать «скандальные» красители, а ограничились лишь рекомендациями производителям о необходимости отказаться от использования данных пищевых добавок.

Вышеуказанные проблемы нашли отражение в новом техническом регламенте (о маркировке) Таможенного союза, однако их решение носит половинчатый характер.

Так, в регламенте указано: «Для пищевых продуктов, содержащих красители (E122, E104, FCF, E110, очаровательный АС, E129, понсо 4R E124 и E102) должна наноситься предупреждающая надпись: “Содержит краситель (красители), который (которые) может (могут) оказывать отрицательное влияние на активность и внимание детей”». При этом, как следует заметить, значительная часть разноцветной и привлекательной продукции (кондитерские изделия, газированные напитки, мороженое) с использованием данных красителей предназначена именно для детей.

В этой связи представляются весьма интересными выводы диссертационного исследования И.А. Мартынюк [8] по оценке токсичности вышеуказанных пищевых добавок. Пищевые красители E102, E122, E142, E110 стали предметом диссертационного исследования, в рамках которого разработана экспресс-методика определения их интегральной токсичности при помощи биотестов. За короткое время эксперимента была исследована степень воздействия веществ на нескольких поколениях животных-биотестов.

По итогам выполненных экспериментов получены следующие результаты: данные пищевые красители не оказывали острого и хронического токсического действия на гидробионтов (лабораторные дафнии), по этому показателю исследовавшиеся вещества можно считать безопасными в экологическом отношении. Однако с точки зрения воздействия на репродуктивную функцию и развитие потомства они заметно влияют на плодовитость исследуемых особей, что более сильно проявляется в последующих поколениях.

Таким образом, исследуемые пищевые красители могут быть опасными для здоровья: они влияют на активность детей и могут оказывать вредное воздействие на

репродуктивную функцию людей, так как вызывают гонадотропный² эффект.

Столь серьезные данные этого исследования, позволяющие увидеть долгосрочные последствия отрицательного влияния химических элементов, должны не только рассматриваться в рамках получения научных результатов, но и использоваться в прикладных приложениях в качестве доказательной базы закладываемых в регламенты принципов, положений и требований нормативного и законодательного характера в сфере применения пищевых добавок.

Последствия изменений в структуре товарного предложения на рынке пищевой продукции

В рыночных условиях рецептура продукта является коммерческой тайной, что создает на продовольственном рынке асимметрию информации и реальные возможности для злоупотреблений со стороны производителей продуктов питания путем создания разнообразных рецептов с использованием замены натурального сырья. При этом обеспечиваются подобные вкусовые характеристики (или лучше) готового продукта посредством введения химических добавок и ингредиентов, идентичных натуральным. Инновационные разработки осуществляются в виде формул продуктов, обеспечивающих достижение максимума функционала, а именно прибыли компании.

У западных компаний накоплен огромный опыт по разработке высокотехнологичных видов продукции. В результате в структуру российского продовольственного рынка был имплантирован серьезный сегмент пищевой продукции, который

² Гонадотропное действие — способность химических веществ оказывать вредное воздействие на репродуктивную функцию людей, животных и растений.

можно охарактеризовать как в значительной степени искусственный, синтетический. Появилось такое понятие, как «искусственная пища»³.

В настоящее время синтетическая пища, производимая пищевыми гигантами, появляется под видом натуральной, а по количеству используемых химических ингредиентов пищевая индустрия превращается в химическую отрасль. На особенностях данных метаморфоз авторы более подробно останавливались в опубликованных ранее статьях [9].

Появление «новых продуктов» обеспечило разнообразие товарного предложения на рынке продовольственных товаров, что в условиях высокого уровня монополизации привело к информационной асимметрии, когда появилась возможность манипуляции потребительским поведением в области питания в сторону увеличения покупок новых продуктов, экономически выгодных для предприятий-производителей, но бесполезных и даже вредных для здоровья потребителей.

В статье З. Биктимировой, опубликованной еще в 2004 году, отмечается, что среди рисков, порождаемых глобализацией, имеет место усиление угрозы манипулирования общественным сознанием. Причем негативным следствием данного манипулирования в отношении продовольственной безопасности может стать создание стереотипов поведения и ценностных установок, которые соответствуют интересам лиц, контролирующих эти средства, но представляют опасность для здоровья человека и долговременных перспектив развития общества [10, с. 82]. Время подтверждает справедливость

³ Искусственная пища — пищевые продукты, которые получают из различных пищевых веществ (белков, аминокислот, липидов, углеводов), предварительно выделенных из природного сырья или полученных направлением синтезом из минерального сырья, с добавлением пищевых добавок, а также витаминов, минеральных кислот, микроэлементов и т.д.

данного высказывания. В условиях недостаточной просвещенности населения в сфере потребления продуктов питания, морально-психологического воздействия агрессивной рекламы производителей продуктов питания, использующей слабость человека перед соблазнами пищевого рынка, возникает ситуация, когда потребители выбирают продукцию, идущую во вред своему здоровью.

В мае 2013 года британская консалтинговая компания «Maplecroft» опубликовала новый индекс — Obesity Risk Index (ORI), предназначенный для оценки риска ожирения и избыточного веса по 188 странам. Результаты ранжирования индексов показывают 10 стран самого высокого риска. Россия находится на третьем месте в мире среди стран, где ожирение плохо сказывается на экономике, уступая только Мексике и США. Экономические последствия включают в себя прямые расходы системы здравоохранения и косвенные расходы, связанные с утратой экономической производительности, а также индивидуальные расходы граждан на лекарства [11].

По данным отчета Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (FAO), в июле 2013 г. первое место в рейтинге самых «толстых» стран заняла Мексика, США отодвинулись на вторую строчку рейтинга. В 1989 году, до того как система быстрого питания получила широкое распространение, всего 10% взрослых мексиканцев имели какие-либо проблемы с лишним весом, а в 2013 г., по данным рейтинга, уже 32,8% жителей Мексики страдают ожирением, большая часть из них — молодые люди из бедных слоев населения. Соединенные Штаты незначительно уступили Мексике — диагноз ожирение получили 31,8% американцев [12]. Россия в вышеназванном рейтинге занимает 19 место среди 20 самых «толстых» стран мира. Практически четверть россиян (24,9%) страдает ожирением.

Специалистами АНО «Национальный центр «Здоровое питание» было проведено исследование, результаты которого свидетельствуют, что проблема лишнего веса наиболее характерна для жителей Сибирского федерального округа. Уровень заболеваемости ожирением взрослого населения (18 лет и старше) в Омской, Новосибирской, Кемеровской, Иркутской областях, Алтайском и Забайкальском краях, в Хакасии, Алтае и Бурятии почти в 1,5 раза выше среднего по стране [13]. По мнению директора НП «Сибирский федеральный центр оздоровительного питания» Я. Новоселова, приведенному в журнале «Эксперт», не менее 45% неинфекционных заболеваний сибиряков связаны с неправильным питанием. «Наш организм каждый день сталкивается с огромным количеством совершенно непривычных для него элементов – химических добавок, консервантов, заменителей. И как они скажутся на нас и наших детях, точно сказать не может никто» [14].

Примеры согласования интересов потребителей и производителей пищевой продукции

Возможно ли в современных реалиях формирование продуктовых матриц производственными предприятиями и торговыми сетями в соответствии с принципами здорового питания?

В последние годы на российском продовольственном рынке просматриваются «ростки нового», то есть примеры отдельных компаний, которые готовы не только выпускать натуральные и полезные продукты, но и вкладывать силы в создание нового сегмента рынка «хороших» продуктов. К таким компаниям относится томская торгово-производственная компания «Лама», которая два года назад, по инициативе президента компании, поддерживающего здоровый образ жизни,

пересмотрела свою миссию, обозначив ее так: «Мы обеспечиваем продовольственную безопасность России». Одним из способов достижения поставленной миссии был сбор подписей против ГМО, включая электронное голосование на официальном сайте компании. Поскольку компания «Лама» занимается и розничной торговлей, и производством различных продуктов, она начала осуществлять активную политику по защите собственного бизнеса и собственных производств от ГМО продукции.

Но как отразилось на затратах предприятия изменение рецептур и выведение всех химических добавок из продукции? В рамках подготовки статьи состоялось интервью с заместителем директора по экономике ООО «Терминал-групп», входящего в группу компаний «Лама», М. Рябыкиным, который ответил на некоторые вопросы. Так, для реализации требований в сфере контроля качества компании пришлось создать свою лабораторию, привлечь большой штат специалистов, построить бизнес-процессы по приемке и проверке качества сырья и продукции, а также пересмотреть часть контрактов, связанных с поставкой некачественной продукции. В результате возросшие затраты на производство и реализацию данной полезной продукции, по словам М. Рябыкина, привели к потере определенной доли прибыли, поскольку цена на продукцию не могла быть увеличена на тот уровень, на который выросла ее себестоимость.

На наш взгляд, необходима государственная поддержка усилий подобных производителей по созданию нового сегмента рынка, чтобы в обозримый период они могли выйти на средний уровень прибыли и получить поддержку потребителей, так как постепенно покупатель переориентируется на покупку более полезной для здоровья продукции.

Роль экспертной составляющей в задачах выравнивания асимметрии в обеспечении качества пищевой продукции

Транснациональный характер пищевой индустрии существенно изменил технологии производства пищевой продукции. Необходимо критически осмыслить, кто выигрывает и кто проигрывает от происходящих трансформаций. Важно понимать, чем вызваны подобные изменения и являются ли они необходимыми.

Авторы статьи уже высказывали в печати [15] свое мнение о необходимости повышения значимости роли экспертного обеспечения в процессе разработки и оценки нормативных документов, а также проектов государственных решений по развитию национального продовольственного рынка, особенно в части соблюдения принципов безопасности пищевой продукции.

Экспертиза – особый тип прикладных исследований, предполагающий критическое рассмотрение документов (решений и проектов решений), с тем чтобы максимально сократить вероятность ошибочного решения.

В настоящее время в России в большинстве случаев процедуры подбора экспертов сроки экспертизы, содержание и качество экспертного заключения, обязательность его публикации и прочее слабо регламентированы.

В качестве негативных аспектов организации и проведения экспертизы нормативных и регламентирующих документов федерального уровня, регулирующих производственную деятельность на рынке продовольственных товаров, можно выделить следующее:

1. В процессе подготовки решений необходимо обязательное наличие экспертных заключений как от бизнеса, так и от науки. Например, в Государственной Думе есть правовая и лингвистическая экспертиза законов, но нет научной. Экс-

перт может быть выдвинут заинтересованной стороной, что дает возможность формировать и поддерживать лоббистские каналы [16].

2. В экспертизе нормативно-правовых актов федеральных органов исполнительной власти, проводимой Департаментом оценки регулирующего воздействия Минэкономразвития России, активно участвуют члены некоммерческого партнерства «Союз участников потребительского рынка» (СУПР) в целях выявления в них положений, необоснованно затрудняющих ведение предпринимательской и инвестиционной деятельности. При этом позиция СУПР отражает прежде всего консолидированную политику лоббирования корпоративных интересов входящих в нее членов.

В список участников данного некоммерческого партнерства входит большое количество производителей продуктов питания, в том числе такие пищевые гиганты, как Mars, Nestle, Coca-Cola, Ferrero, Nutricia, Danon, Unilever, Kraft foods и др. Основной целью партнерства является обеспечение наиболее полного учета позиции членов НП «СУПР» при разработке и реализации требований законодательства Российской Федерации и Таможенного союза в сфере производства и обращения пищевой продукции и в других вопросах регулирования пищевой промышленности.

По заявлению «Союза участников потребительского рынка» [17], он представляет интересы добросовестных предпринимателей в интересах потребителей. Однако список участников данного союза и объявленные цели функционирования некоммерческого партнерства дают основания усомниться в их заинтересованности в защите интересов потребителей.

3. Лоббирование интересов предприятий становится политикой и такого государственного органа, как Росстандарт –

Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, которое находится в ведении Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

Согласно пункту 5.3.2 Положения о данном ведомстве, осуществление экспертизы проектов национальных стандартов входит в полномочия Росстандарта. Глава этого ведомства Григорий Элькин в своем выступлении в апреле 2013 года на заседании Федерального межотраслевого совета «Деловой России» высказал свою позицию относительно целевых установок при экспертизе стандартов: «Наша цель – лоббирование интересов наших предприятий, нашей промышленности, наших достижений. Потому что международная стандартизация, как и вообще стандартизация, – это один из способов лоббирования» [18].

Возникает вопрос: как тогда будут реализовываться идеи, изложенные в Концепции развития национальной системы стандартизации, согласно которым данная система в условиях глобализации призвана обеспечить баланс интересов государства, хозяйствующих субъектов, общественных организаций и потребителей? Хотя стоит отметить, что именно национальному органу по стандартизации, в соответствии с вышеуказанной Концепцией, вменяется в перечень обязательств задача разработки механизмов участия заинтересованных сторон в формировании общей политики в области стандартизации.

В сложившейся ситуации подготовка на законодательном уровне стандартов качества применительно к пищевым продуктам без должного уровня научной и общественной экспертизы по влиянию на биобезопасность человека является опасной политикой, позволяющей компаниям реализовывать свои коммерческие интересы во вред потребителям.

Нами предлагается ряд направлений по повышению значимости экспертной составляющей в процессе оценки неизученных последствий использования новых технологий и сырьевых ингредиентов в пищевой индустрии.

1. В условиях, когда главной мотивирующей силой производителей продовольствия и торговли является прибыль, современная система нормативных и законодательных актов в области регулирования рынка продовольственной продукции должна представлять собой рациональную систему «сдержек и противовесов», для того чтобы наступающая «биоэкономика» в сфере продовольствия не пошла во вред природе человека. При формировании и создании такой регулирующей системы особая роль должна принадлежать науке. Считаем необходимым дополнить список приоритетных научных исследований РФ тематикой, связанной с предложениями по разработке прогнозных сценариев развития продовольственного рынка России с учётом современных вызовов и угроз, обусловленных новыми процессами в технологиях пищевых производств, био- и нанотехнологиях, подходами к управлению затратами пищевых холдингов-конгломератов на рынках продовольственных товаров. Результаты научных исследований должны быть положены в основу формирования информационных баз данных в сфере регулирования пищевой продукции на общероссийском уровне, которые могут и должны быть использованы при разработке проектов технических регламентов как доказательная база закладываемых в регламенты принципов, положений и требований.

2. Для задания вектора по дальнейшему развитию научных исследований в сфере продовольствия необходимо дополнение списка критических технологий федерального уровня технологиями, связанными с

обеспечением биобезопасности человека. Развитие данной отрасли знаний будет способствовать правильной расстановке приоритетов в целях принятия в будущем соответствующих мер вмешательства в процессы формирования и развития национального рынка продовольствия.

3. Междисциплинарный характер исследования проблем современной пищевой индустрии обуславливает необходимость координации экспертных заключений при подготовке документов по регулированию продовольственного рынка, обеспечивающих гармонизацию корпоративных и общественных интересов

Необходимо расширение палитры инструментов партнерства в экспертном сообществе путем создания ассоциаций аналитиков и экспертов, которые могли бы объединить различные категории специалистов.

4. Необходимо обеспечение транспарентности в процессе подготовки решений. Публичное освещение позволит населению критично оценивать товарное предложение на рынке продовольствия и выбирать продукты, соответствующие принципам здорового питания.

Население как главный потребитель продовольственной продукции может реально участвовать в процессе формирования системы регулирования товарного предложения «голосуя рублем». Считается, что население в полной мере отвечает за выбор полезной и качественной продукции для своего потребления.

Однако среднестатистическому покупателю не просто разобраться во всем многообразии предлагаемого ассортимента в условиях агрессивного маркетинга производителей, который направлен на поддержание политики консюмеризма (чрезмерного потребления товаров и услуг) и выдает за инновацию любое новшество как в содержимом, так и в упаковке. Пока массовый потребитель не начнет разби-

раться в продуктах, отличать «полезное и натуральное» от просто «красивого и вкусного», торговые сети будут делать выбор в пользу последних.

Следует признать, что большинство населения оказалось не готовым к восприятию здорового питания, и этим воспользовались производители, когда ответственность за качество продукции возлагается не на регулирующие органы, а на предприятия непосредственно. Население в основном сохранило прежний образ мышления и верит в то, что «все, что есть на прилавке, проверено, допущено, разрешено и принесет им пользу». Так, приверженность населения к консервативной модели потребления на продуктовых рынках подтверждается результатами масштабного исследования маркетинговой компании «Старт маркетинг» [19].

Для того чтобы помочь населению сделать осознанный шаг в борьбе за свои интересы, считаем необходимым расширить функции экспертного сообщества по просветительской работе в части формирования рационального пищевого поведения у населения и информирования покупателей о современных особенностях промышленного производства сырья и готовой пищевой продукции.

Заключение

На современном этапе развития рынка продовольственных товаров имеет место усиливающаяся асимметрия интересов потребителей и производителей пищевой продукции в части ее качества и пищевой ценности. Анализ показал, что Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» и технические регламенты не обеспечивают согласование указанных интересов и требуют дальнейшего совершенствования в интересах населения.

К характерным особенностям современного промышленного производства продуктов питания следует отнести увели-

чение выпуска продукции, содержащей большое количество химических ингредиентов, позволяющих снизить издержки предприятий, обеспечить возможность увеличения сроков продаж и хранения продуктов. Стратегии эффективности производства и торговли, продвигающей продовольственные товары к потребителям без учета требований к полезности продуктов питания, становятся главными движущими силами инновационного процесса в пищевой индустрии.

В этих условиях необходимо усиление роли экспертизы и ее публичного освещения в области разработки новых продуктов и новых технологий производства пищевых продуктов, регламентирующих и нормативных документов, чтобы не допустить превращения рынка продовольствия в глобальную сферу практических экспериментов. На наш взгляд, наличие грамотной экспертизы позволит выработать адекватные механизмы, регулирующие производство продовольственных товаров.

Источники

1. URL: <http://foodinnovation.ru/articles/5190.html> (дата обращения: 07.11.2013).
2. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности Российской Федерации на период до 2020 года» от 17.04.2012 г. №559-р. – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=128940> (дата обращения: 07.11.2013).
3. URL: <http://www.raexpert.ru/ratings/expert400/> (дата обращения: 07.11.2013).
4. Официальный сайт компании PepsiCo. – URL: http://www.pepsico.ru/company/pepsico_in_russia/ (дата обращения: 07.11.2013).
5. Участие иностранного капитала в пищевой промышленности. – URL: <http://www.mcx-consult.ru> (дата обращения: 12.11.2013).
6. О качестве и безопасности пищевых продуктов: федеральный закон от 02.01. 2000 г. № 29. – URL: <http://www.flexa.ru/law/zak/zak057-3.shtml> (дата обращения: 07.11.2013).
7. Паршев, А. Почему Россия не Америка. Книга для тех, кто остается здесь / А. Паршев. – М.: АСТ: Астрель, 2009. – 350 с.
8. Мартынюк, И.А. Проблемы экологической безопасности пищевых добавок и определения их токсичности методом биотестирования: автореферат дис. на соискание ученой степени канд. биол. наук / И.А. Мартынюк. – Москва: Московская сельскохозяйственная академия имени К.А. Тимирязева, 2002.
9. Усенко, Н.И. Против «мусорной» еды: метаморфозы пищевой индустрии и продовольственная безопасность / Н.И. Усенко, В.М. Позняковский // ЭКО. – 2012. – № 8. – С. 175-189.
10. Биктимирова, З. Качество жизни: продовольственная безопасность / З. Биктимирова // Экономист. – 2004. – № 2. – С. 78-84.
11. URL: <http://maplecroft.com/portfolio/new-analysis/2013/05/13/maplecrofts-new-obesity-risk-index-highlights-global-nature-obesity-epidemic/> (дата обращения: 10.11.2013).
12. URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2358439/Mexico-takes-America-fattest-nation-earth.html> (дата обращения: 10.11.2013).
13. URL: <http://www.medlinks.ru/article.php?sid=55123> (дата обращения: 10.11.2013).
14. URL: <http://expert.ru/siberia/2013/44/ochen-vrednyj-perekus/> (дата обращения: 08.11.2013).
15. Усенко, Н.И. Мифы о качестве (особенности современного промышленного производства пищевой продукции) / Н.И. Усенко, В.М. Позняковский, А.Г. Оловянишников // ЭКО. – 2013. – № 6 (9468). – С. 133-148.
16. Барсукова, С.Ю. Рынок соков в России: прошлое, настоящее и будущее / С.Ю. Барсукова // ЭКО. – 2009. – № 12. – С. 111-121.
17. Официальный сайт НП «Союз потребительского рынка». – URL: <http://www.np-supr.ru/> (дата обращения: 12.11.2013).
18. URL: http://rostandart.ru/news/standartizaciya_odin_iz_sposobov_lobbirovaniya_interesov_rossijskih_predpriyatij (дата обращения: 07.11.2013).
19. URL: <http://www.startmarketing.ru/news/121> (дата обращения: 12.11.2013).

Usenko N.I., Otmakhova Y.S., Olovyanishnikov A.G.

The issues of asymmetry of corporate and public interests in the food market

Natal'ya Ivanovna Usenko – Ph.D. in Economics, Professor at the Department of Economics, Non-Governmental Educational Institution of Higher Professional Education “Kuzbass Institute of Economics and Law” (2, 40 Let Oktyabrya Street, Kemerovo, 650065, Russia, N.I.Usenko@yandex.ru)

Yuliya Sergeevna Otmakhova – Ph.D. in Economics, Senior Research Associate at the Department of Economic Informatics, Federal State-Financed Scientific Institution the Institute of Economics and Organization of Industrial Production, the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (17, Academician Lavrentiev Avenue, Novosibirsk, 630090, Russia, serdukovajulia@yandex.ru)

Aleksandr Gennad'evich Olovyanishnikov – Ph.D. in Economics, Senior Lecturer at the Department of System Management and Entrepreneurship Economics, National Research Tomsk State University (36, Lenin Avenue, Tomsk, 634050, Russia, olov.aleks@gmail.com)

Abstract. The article analyzes the present-day condition of Russia's food market from the viewpoint of coordination of interests of population and corporate interests of producers. The author points out that the provisions of the existing legal documents regulating the quality and safety of foodstuffs facilitate the growth of asymmetry in these interests. The article considers the manifestation of imbalance and the consequences of consumption of foodstuffs, produced with the use of new technology and receipts. It proposes the ways to smooth the asymmetry of interests by enhancing the role of experts in drafting the state decisions on the development the national food market from the standpoint of complying with the principles of food products safety.

Key words: food market, quality, corporate interests, multinational companies, food security, expert community.

References

1. Available at: <http://foodinnovation.ru/articles/5190.html> (access date: November 07, 2013).
2. *Rasporyazhenie Pravitel'stva RF "Ob utverzhdenii Strategii razvitiya pishchevoi i pererabatyvayushchei promyshlennosti Rossiiskoi Federatsii na period do 2020 goda" ot 17.04.2012g. №559-r* [RF Government Resolution “On Approval of the Strategy for the Development of Food and Processing Industry in the Russian Federation for the Period till 2020” of April 17, 2012 No.559-r]. available at: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=128940> (access date: November 07, 2013).
3. Available at: <http://www.raexpert.ru/ratings/expert400/> (access date: November 07, 2013).
4. *Ofitsial'nyi sait kompanii PepsiCo* [Official Website of PepsiCo]. Available at: http://www.pepsico.ru/company/pepsico_in_russia/ (access date: November 07, 2013).
5. *Uchastie inostrannogo kapitala v pishchevoi promyshlennosti* [The Participation of Foreign Capital in the Food Industry]. Available at: <http://www.mcx-consult.ru> (access date: November 12, 2013).
6. *O kachestve i bezopasnosti pishchevykh produktov: federal'nyi zakon ot 02.01. 2000g. № 29* [About the Quality and Safety of Food Products: the Federal Law of January 02, 2000 No.29]. Available at: <http://www.flexa.ru/law/zak/zak057-3.shtml> (access date: November 07, 2013).
7. Parshev A. *Pochemu Rossiya ne Amerika. Kniga dlya tekhn, kto ostaetsya zdes'* [Why Russia Is Not America. The Book for Those Who Remain Here]. Moscow: AST: Astrel', 2009. 350 p.
8. Martynyuk I.A. *Problemy ekologicheskoi bezopasnosti pishchevykh dobavok i opredeleniya ikh toksichnosti metodom biotestirovaniya: avtoreferat dis. na soiskanie uchenoi stepeni kand. biolog. nauk* [The Issues of Ecological Safety of Food Additives and Determining Their Toxicity by the Method of Biotesting. Ph.D. in Biology Thesis Abstract]. Moscow: Moskovskaya sel'skokhozyaistvennaya akademiya imeni K.A. Timiryazeva, 2002.

9. Usenko N.I., Poznyakovskii V.M. Protiv “musornoi” edy: metamorfozy pishchevoi industrii i prodovol’stvennaya bezopasnost’ [Against “Junk” Food: the Transformations of the Food Industry and Food Security]. *EKO*, 2012, no.8, pp. 175-189.
10. Biktimirova Z. Kachestvo zhizni: prodovol’stvennaya bezopasnost’ [Quality of Life: Food Security]. *Ekonomist* [Economist], 2004, no.2, pp. 78-84.
11. Available at: <http://maplecroft.com/portfolio/new-analysis/2013/05/13/maplecrofts-new-obesity-risk-index-highlights-global-nature-obesity-epidemic/> (access date: November 10, 2013).
12. Available at: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2358439/Mexico-takes-America-fattest-nation-earth.html> (access date: November 10, 2013).
13. Available at: <http://www.medlinks.ru/article.php?sid=55123> (access date: November 10, 2013).
14. Available at: <http://expert.ru/siberia/2013/44/ochen-vrednyij-perekus/> (access date: November 08, 2013).
15. Usenko N.I., Poznyakovskii V.M., Olovyanishnikov A.G. Mify o kachestve (osobennosti sovremennogo promyshlennogo proizvodstva pishchevoi produktsii) [Myths about the Quality (Specifics of Modern Industrial Production of Foodstuffs)]. *EKO*, 2013, no.6(9468), pp. 133-148.
16. Barsukova S.Yu. Rynok sokov v Rossii: proshloe, nastoyashchee i budushchee [Juice Market in Russia: Past, Present and Future]. *EKO*, 2009, no.12, pp. 111-121.
17. Ofitsial’nyi sait NP “Soyuz potrebitel’skogo rynka” [Official Website of the Union of Consumer Market Participants]. Available at: <http://www.np-supr.ru/> (access date: November 12, 2013).
18. Available at: http://rostandart.ru/news/standartizaciya_odin_iz_sposobov_lobbirovaniya_interesov_rossijskih_predpriyatij (access date: November 07, 2013).
19. Available at: <http://www.startmarketing.ru/news/121> (access date: November 12, 2013).