

**Key words:** *beer quality, beer safety indicators, malting barley quality, beer technology, malt.*

УДК 608.6; 339.13

## КАЧЕСТВО КАК БРЕНД ПРОДУКЦИИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

**Белокуренок Наталья Сергеевна**, старший преподаватель кафедры экономики, анализа и информационных технологий, ФГБОУ ВО Алтайский государственный аграрный университет, e-mail: [BelokurenkoN@mail.ru](mailto:BelokurenkoN@mail.ru)

**Аннотация:** В настоящее время наблюдается явный переход к коммерциализации интеллектуальной собственности и нематериальных активов, в том числе товарных знаков, к их стратегическому управлению. Товарный знак вызывает устойчивую характеристику в сознании потребителя, идентифицирующую товар и дифференцирующую, то есть отличающую его от конкурентов, и в этой связи товарный знак выступает гарантией качества товара. В статье приводятся отличия товарного знака от бренда.

**Ключевые слова:** *товарный знак, бренд, качество, товар, продукция, сельское хозяйство, правообладатель.*

Целью Стратегии развития агропромышленного и рыбохозяйственного комплексов Российской Федерации на период до 2030 года является обеспечение долгосрочного и перспективного развития АПК, импортозамещения критически важных видов продукции, усиления продовольственной безопасности [1]. В этой связи приобретает особую значимость регистрация товарных знаков. Согласно Гражданского кодекса РФ «товарные знаки, как средство индивидуализации, представляют собой обозначения, способные отличать товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических и физических лиц» [2]. Товарный знак выполняет ряд функций: отличающую, индивидуализирующую, стимулирующую, рекламирующую, охраняющую, регулирующую, культурно-просветительскую.

На долю Сибирского Федерального округа приходится более 7% от числа зарегистрированных товарных знаков. При этом в 2021 году в Алтайском крае зарегистрировано 404 товарных знака [3].

Наряду с товарным знаком применяются понятия «знак обслуживания», «торговая марка», «бренд». Понятие «знак обслуживания» соответствует определению «товарный знак», но применяется по отношению к услугам, а не к товарам. Торговая марка – зарубежный аналог российского «товарного знака». Бренд – это маркетинговое понятие, которое шире, чем товарный знак. Это товарный знак плюс все то, что знают и думают о нем, все чего ожидают от

него потребители, т.е. это тот образ, который возникает в сознании потребителя как реакция на товарный знак [4].

Алтайский край – аграрный регион Российской Федерации. Край удовлетворяет потребности населения в продовольствии, а также обеспечивает продовольственную безопасность других регионов страны.

Сельское хозяйство играет ведущую роль в экономике края и жизни населения, на его долю приходится 18% валового регионального продукта. Этот показатель один из самых высоких в рейтинге субъектов России. Более 43% населения края проживает в сельской местности [5]. Алтайский край занимает в России первое место по площади пашни (более 6 млн. га), четвертое место - по поголовью КРС (более 700 тыс. голов).

Алтайский край занимает 1-е место в стране по размерам производства муки, сливочного масла, сыров и сырных продуктов, крупы, сухой сыворотки, 2-е место – по выпуску биологически активных добавок к пище, 4-е место – по производству макаронных изделий [6].

Алтайский край - единственный регион, который выращивает сахарную свеклу, от Урала до Дальнего Востока: в 2021 году произведено сахарной свеклы в объеме 1,2 млн. тонн. Кроме того, край относится к первым десяти регионам по производству масла семян подсолнечника и занимает второе место в России по объему производства рапса и масличного льна [7].

По объему производства животноводческой продукции Алтайский край занимает высокие позиции среди субъектов Российской Федерации (производство молока – третье место, производство говядины – шестое место).

Продукция, произведенная в Алтайском крае, востребована. В России алтайский товар воспринимается как синоним качественного и натурального продукта. В 2018 году согласно исследованиям экспертов «Роскачества» не было обнаружено ни в одном товаре из Алтайского края отклонений от требования безопасности или нарушения требования ГОСТа [8].

«Качество товара - полезное свойство товара, определяемое по совокупности его потребительских свойств (согласно ГОСТ Р 51303-99), отвечающее или не отвечающее определенным параметрам свойствам и потребностям потребителей, стандартам в определенной области». Качество товара – это совокупность его свойств, определяющих степень пригодности товара для использования его по назначению, соответственно потребностям покупателя.

Понятие «качество» товара включает в себя надежность товара, экологическую безопасность, безопасность для здоровья, соответствие функциональному назначению, прочность в эксплуатации, качество и уровень обслуживания. И в этой связи гарантом качества выступает скорее бренд как обещание производителя посредством товара постоянно предоставлять потребителю специфический набор качеств, ценностей и услуг. С другой стороны одной из функций товарного знака является стимулирующая, т.е. товарный знак стимулирует поддержание и даже повышение качества товара. Действительно, лицо, зарегистрировавшее товарный знак и став

правообладателем, будет стремиться, завоевывая доверие потребителей, окупить затраты, а для этого необходимо осуществлять контроль качества товара.

Безусловно, являясь мощным инструментом конкурентной борьбы, товарный знак, не только позволяет выделить конкретный товар от аналогов, но и стимулирует владельца поддерживать качество товара. Но, если речь идет о гарантии качества товара, как о репутации владельца товарного знака, то сфера понятия расширяется до бренда.

Однако не все предприятия регистрируют товарные знаки.

Товарные знаки, а также сделки с ними подлежат государственной регистрации. На товарный знак выдается свидетельство. Лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака любым не противоречащим закону способом (купля-продажа прав на товарный знак; внесение в качестве вклада в уставный капитал; определение ущерба в результате нарушения прав на товарный знак; заключение лицензионных соглашений (договоров франчайзинга)). На товарный знак действует исключительное право в течение 10 лет со дня подачи заявки на государственную регистрацию товарного знака в Роспатент [9]. Срок действия исключительного права на товарный знак по заявлению правообладателя может быть продлен еще на десять лет неограниченное число раз.

В целом регистрация товарного знака занимает от 1 года до 1,5 лет и имеет следующие этапы:

1. Подача заявки на выдачу свидетельства.
2. Установление приоритета: по дате поступления заявки.
3. Экспертиза заявки.
4. Решение: а) отрицательное (отказ); б) положительное (публикация сведений в официальном бюллетене, выдача свидетельства).

Стоимость регистрации селекционного достижения в среднем составляет 80-100 тыс. рублей.

На первом этапе управления товарными знаками, в процессе инвентаризации, определяется их состав, принадлежащих предприятию.

На втором этапе управления определяются границы внешней среды (конкуренты, потребители).

Третий этап – реализация принятых решений (обеспечение правовой охраны, проведение сделок).

В силу нематериальной природы товарных знаков процесс управления объектами ориентирован на документацию.

Регистрация товарных знаков обезопасит производителя от незаконного использования конкурентами и финансовых потерь.

### **Библиографический список**

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 сентября 2022 г. № 2567-р «Стратегия развития агропромышленного и рыбохозяйственного

комплексов Российской Федерации на период до 2030 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> - 03.11.2022

2. Гражданский кодекс РФ // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru> - 03.11.2022

3. ИС в фактах и цифрах ВОИС / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo-pub-943-2021-ru-wipo-ip-facts-and-figures-2021.pdf> - 03.11.2022

4. Белокурено Н.С., Бабарыка А.Д. К вопросу о соотношении понятий «товарный знак» и «бренд» // Электронный научный журнал ООО «АР-Консалт»: по мат. Междунар. науч.-практ. конф. 31 октября 2015 г. «Актуальные проблемы развития современной науки и образования». - 2015. – С.409-413 // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://co2b.ru/docs/enj.2015.01.pdf>

5. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Алтайского края // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://altagro22.ru> - 03.11.2022

6. Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://akstat.gks.ru> - 03.11.2022

7. Захарова А.А., Белокурено Н.С. Сельское хозяйство Алтайского края: статистика развития // «Гуманитарные естественнонаучные и технические решения современности в условиях цифровизации»: сборник материалов XII Международной научно-практической конференции, 29 июля 2021 г., г. Ростов-на-Дону. - С. 283 – 286.

8. Роскачество // [roskachestvo.gov.ru](http://roskachestvo.gov.ru) [сайт] // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://roskachestvo.gov.ru/news/roskachestvo-i-pravitelstvo-altayskogo-kraja-podpisali-soglashenie-o-vzaimodeystvii/> - 03.11.2022

9. Официальный сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www1.fips.ru> - 03.11.2022

10. Волощенко Е.М., Белокурено Н.С. Нематериальные активы предприятий АПК: управленческий аспект / Форум молодёжной науки. - Выпуск 2. - № 1, 2021 / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/nematerialnye-aktivy-predpriyatiy-ark-03.11.2022>

## **Quality as a brand of Altai Krai products**

*Belokudrenko N. S., Senior Lecturer of the Department of Economics, Analysis and Information Technologies, FSBEI HE Altai State Agricultural University.*

***Abstract:** Currently, there is a clear transition to the commercialization of intellectual property and intangible assets, including trademarks, to their strategic management. A trademark evokes a stable characteristic in the consumer's mind, identifying the product and differentiating it, that is, distinguishing it from competitors, and in this regard, the trademark acts as a guarantee of the quality of the product. The article describes the differences between a trademark and a brand.*

**Key words:** trademark, brand, quality, goods, products, agriculture, copyright holder.

УДК 620.2:634.18.641.1

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ПЛОДОВ ЧЕРНОПЛОДНОЙ РЯБИНЫ, КАК СЫРЬЯ ДЛЯ ОБОГАЩЕНИЯ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ ФИЗИОЛОГИЧЕСКИ ЦЕННЫМИ НУТРИЕНТАМИ**

**Блинникова Ольга Михайловна**, д.т.н., заведующий кафедрой продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, e-mail: o.blinnikova@yandex.ru

**Новикова Ирина Михайловна**, к.т.н., доцент кафедры продуктов питания, товароведения и технологии переработки продукции животноводства, ФГБОУ ВО Мичуринский ГАУ, e-mail: [tdity2012@yandex.ru](mailto:tdity2012@yandex.ru)

**Елисеева Людмила Геннадьевна**, д.т.н., профессор кафедры товароведения и товарной экспертизы, ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», e-mail: eliseeva-reu@mail.ru

**Аннотация:** В статье представлены результаты оценки показателей качества и безопасности плодов черноплодной рябины, включающие комплексные исследования по широкому перечню показателей. Полученные результаты показали соответствие исследуемых плодов требованиям Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции». Оценка пищевой ценности плодов черноплодной рябины свидетельствует о высоком содержании в них витаминов, основными из которых являются вещества, обладающие Р-витаминной активностью, - это катехины, антоцианы и флавонолы, а также микроэлементов, в том числе эссенциальных, что позволяет рекомендовать их использование для обогащения пищевых продуктов физиологически ценными нутриентами.

**Ключевые слова:** черноплодная рябина, плоды, показатели качества, безопасность, пищевая ценность, обогащение.

Введение черноплодной рябины в культуру как нового плодового растения связано с именем И.В. Мичурина. В 1975 г. рябина черноплодная была районирована в 29 областях и автономных республиках европейской и сибирской частей России и ее площадь составляла около 5400 га. Сейчас она выращивается от берегов Балтийского моря до Тихого океана [3].

В настоящее время в РФ выведены сорта рябины черноплодной, основным из которых является сорт Черноокая.