

УДК 339.372.4
DOI: 10.26140/anie-2020-0903-0077**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**© 2020
SPIN: 9260-0387
AuthorID: 492225**Смолянинова Елена Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры
«Международного маркетинга и торговли»,SPIN: 2748-2320
AuthorID: 1071689**Трапезникова Елена Михайловна**, магистрант*Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
(690014, Россия, Владивосток, улица Гоголя, 41, e-mail: minyaylova96@mail.ru)*

Аннотация. Исследование ежегодных отчетов по числу выданных сертификатов международной организацией ISO за последние 5 лет свидетельствует об устойчивой и растущей тенденции внедрения менеджмента качества на предприятия всего мира. Обеспечение населения безопасными продуктами питания является одним из направлений национальной безопасности РФ, а также неотъемлемым условием реализации стратегического приоритета, направленного на повышение качества жизни российских граждан за счет гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения. Существующая в РФ система контроля состояния потребительского рынка продовольственных товаров акцентирует внимание на вопросах безопасности продукции, позволяя изготовителям манипулировать ее качеством. Вместе с тем на современном этапе развития российского общества существует запрос не только на безопасную, но и на качественную пищевую продукцию, соответствующую критериям подлинности. Продукция, качество которой ниже требований рынка, утрачивает свою реальную рыночную стоимость, даже при наличии привлекательной этикетки с ценой. По существу речь идет об утрате товарами низкого качества потребительской стоимости и о пересмотре классических подходов к учению о потребительской стоимости продукции. Неудовлетворительное качество товара в первую очередь порождает недоверие к торговому предприятию со стороны потребителя, во вторую - увеличивает риск снижения имиджа торгового предприятия, который трудно восстановить при помощи всевозможных коммуникационных средств (реклама, дегустации, презентации). В результате реализации некачественной продукции торговое предприятие несет не только глобальные убытки в области реализации товаров, но и подрывает экономику края и страны в целом.

Ключевые слова: розничная торговля, менеджмент качества, управление качеством, имидж, оценка результативности, повышение результативности, методика, совершенствование, инновации, экономическая прибыль.

**QUALITY MANAGEMENT SYSTEM IMPROVEMENT
AT RETAIL ENTERPRISES**

© 2020

Smolyaninova Elena Nikolaevna, Candidate of Economics, Associate Professor
of the Department of International Marketing and Trade,**Trapeznikova Elena Mikhailovna**, graduate student*Vladivostok State University of Economics and Service**(690014, Russia, Vladivostok, street Gogol, 41, e-mail: minyaylova96@mail.ru)*

Abstract. The study of annual reports on the number of issued certificates of the International Organization of ISO over the past 5 years indicates a steady and growing level of development of quality management at the enterprise around the world. Providing the population with safe food is a prerequisite for the implementation of strategic priorities aimed at improving the quality of life of citizens. However, at the present stage of development of Russian society, there is a demand not only for safe, but also for high-quality food products that meet the criteria of authenticity. Products whose quality is below market requirements loses its real market value, even if there is an attractive price label. Essentially, we are talking about the loss of use value by low-quality goods and the revision of the classical approaches to the study of the use value of products. The unsatisfactory quality of the product first of all generates distrust of the trading company on the part of the consumer, and secondly, it increases the risk of reducing the image of the trading company, which is difficult to restore using all kinds of communication tools (advertising, tastings, presentations). As a result of the sale of not only quality products, it also undermines the economy of the region and the country as a whole.

Keywords: retail, quality management, quality management, image, performance evaluation, improving performance, methodology, improvement, innovation, economic profit.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Качество сегодня становится критическим показателем конкурентоспособности и коммерческого успеха предприятий. Ведущие в области качества организации разоряют конкурентов, не способных производить продукцию надлежащего качества, усиление этого процесса связано с резким возрастанием роли имиджа в современном мире. Сложность обеспечения надлежащего уровня качества для торговых посредников заключается в том, что в начале торгового пути за качество товара в России вся ответственность была возложена на производителя. Недостаточный опыт, ограниченные возможности контроля качества, а также отсутствие единой методики оценки и совершенствования системы менеджмента качества (далее СМК) являются наиболее острой проблемой для предприятий розничной торговли.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. В настоящее время проблеме повышения результативности системы менеджмента качества на коммерческих предприятиях, в том числе предприятиях розничной торговли посвящены многочисленные научные исследования, в том числе Л.Ф. Поповой [1], В.В. Мирошникова, Т.В. Светличной, Г.В. Ефимовой [2] и др. [3-11]. Данные исследования рассматривают способы повышения результативности СМК обособлено либо без учета специфических факторов влияния (сфера деятельности, экономическая ситуация региона).

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Целью исследования является совершенствование СМК торгового предприятия ООО «Селена».

Постановка задания. Разработка методических и практических рекомендаций по усовершенствованию системы менеджмента качества торгового предприятия ООО «Селена».

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. Методологической основой исследования являются методы: мониторинг, анализ, сравнение, измерение. Анализ статистических данных произведен с использованием методов сравнения и обобщения. Информационной базой исследования явились планово-отчетные и статистические данные торгового предприятия ООО «Селена», информационные ресурсы сети интернет, а также результаты исследований автора на анализируемом предприятии, отчеты органа государственной статистики Приморского края.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Исследование Российской исследовательской организации ВЦИОМ на тему «качество жизни россиян: ключевые факторы» показало, что качество и доступность продуктов питания в 2018 находится на пятом месте по важности из тринадцати предложенных респондентам характеристик. При этом параллельно, по данным ВЦИОМ, наблюдается снижение удовлетворённости качеством и доступностью продуктов питания, в 2018 году показатель снизился на 0,07 по отношению к 2017 году и составил 3,58 по пятибалльной шкале [12]. Торговля является основным видом экономической деятельности Приморского края. Оборот розничной торговли в 2018 году составил 406,2 млрд. руб., индекс физического объема оборота розничной торговли, составил 105,9% к предыдущему году [13]. Согласно официальным данным Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (далее Роспотребнадзор) по Приморскому краю в ходе проведения контрольно-надзорных мероприятий с целью соблюдения требований нормативных правовых актов Евразийского экономического союза (Таможенного союза), законодательства Российской Федерации в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения и защиты прав потребителей, было выявлено, что большая часть составленных в 2018 году административных протоколов приходится на предприятия продовольственной торговли, наименьшая – на предприятия пищевой промышленности, что является свидетельством необходимости совершенствования СМК в торговых предприятиях [14].

Для достижения поставленной цели было проведено исследование и оценка результативности действующей СМК крупного предприятия розничной торговли Приморского края ООО «Селена». В период с 2017 по 2019 год включительно в ООО «Селена» были отмечены снижение количества клиентов, увеличение издержек компании на списания по статье «брак», увеличение количества жалоб от потребителей на предмет покупки продовольственных товаров ненадлежащего качества.

За основу для оценки результативности СМК предприятия была взята методика Месярековой В.Е.. Выбор данной методики обоснован возможностью оценить такие составляющие СМК, как результативность процессов, степень достижения целей предприятия в области качества, а также степень удовлетворенности потребителей. Оценка результативности СМК проводилась через комплексную оценку результативности процессов, степени достижения целей предприятия в области по формуле 1, где R – результативность СМК; $R_{\text{пр}}$ – общая результативность процессов СМК, %; $S_{\text{ц}}$ – степень достижения Целей предприятия в области качества, %; УП – степень удовлетворенности потребителя, %; K_1 – коэффициент весомости результативности процессов СМК в результативности СМК; K_2, K_3 – коэффициент весомости степени достижения целей предприятия в области качества в результативности СМК; K_4, K_5 – коэф-

фициент весомости степени удовлетворенности потребителя в результативности СМК.

$$R = \frac{R_{\text{пр}} \times K_1 + S_{\text{ц}} \times K_2 + \text{УП} \times K_3}{K_1 + K_2 + K_3}, \% \quad (1)$$

В результате проведения оценки результативности на предприятии ООО «Селена» исследуемая СМК, в соответствии со шкалой оценки результативности, разработанной на основе запросов руководства предприятия (рисунок 1), была оценена как удовлетворительно эффективная, показатель результативности составил 75,24%.

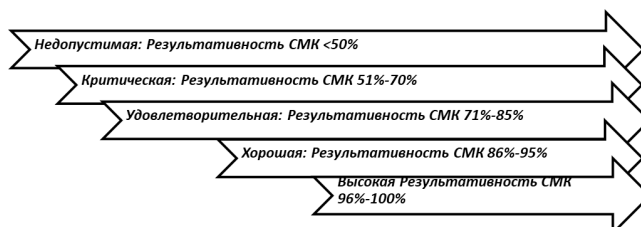


Рисунок 1 – Шкала оценки результативности СМК (составлено авторами)

Для исследования СМК был использован метод самооценки. Самооценка исследуемого предприятия включила в себя анализ внутренних документов, мониторинг и анализ количества и структуры списаний за 12 месяцев, мониторинг и анализ жалоб от потребителей, анализ внутренних процессов контроля качества, анализ рекламаций поставщикам, а также сравнение основных экономических показателей предприятия в период с 2017 по 2019 год включительно.

Анализ рекламационной деятельности и жалоб от потребителя - самый малозатратный способ исследования проблемных мест коммерческой деятельности. Результаты анализа претензионной работы позволяет предприятиям определить вектор развития, тем самым повысить имидж, ведь эффективное разрешение жалоб может стать мощным источником положительных отзывов, которые в свою очередь положительно влияют на количество клиентов и как следствие на прибыль компании. При исследовании рекламационной деятельности ООО «Селена» было выявлено, что в период с 1 января 2019 года по 1 января 2020 года было составлено 4432 претензии 135 поставщикам на предмет поставки некачественных продуктов питания, прирост к 2018 году составил 28,7%, в то время как рост товарооборота за аналогичный период составил 3,73%. Большая часть рекламаций за 2019 год составлена на свежие фрукты, овощи, колбасные изделия. Меньше половины, а именно 28 % рекламаций было составлено в момент приема товара, и 72% в процессе хранения товара, что свидетельствует о необходимости совершенствования не только входного контроля, но и процессов хранения. Общая сумма брака по рекламациям составила 1.250.600 рублей.

Большая часть поставщиков-нарушителей относится к субъектам малого и среднего бизнеса. Такие предприятия зачастую могут предложить принципиально новый, или просто качественный товар по разумной цене, однако крупные розничные предприятия сталкиваются со следующей проблемой: мелкие, начинающие производители не имеют достаточного опыта и знаний в отрасли, что делает их продукцию неконкурентоспособной ввиду отсутствия возможности реализовать ее в крупных каналах сбыта. Причиной этому становятся нарушения действующих требований установленных нормативными правовыми актами Евразийского экономического союза, законодательством Российской Федерации к продовольственным товарам. Данный факт подтверждает, что консультативная и информационная поддержка со стороны государства субъектам бизнеса оказывается в

недостаточной мере и нацелена на урегулирование юридических аспектов (создание предприятия, вопросы налогообложения). Ситуацию усложняет отсутствие рычагов воздействия на ключевых поставщиков.

Все рекламации, составленные в процессе хранения, основаны на жалобах потребителей, либо некачественные товары были обнаружены сотрудниками предприятия самостоятельно.

Чтобы выяснить процентное соотношение рекламаций составленных в результате некачественного входного контроля, специалистом по качеству велась собственная статистика, в ходе которой было выяснено, что 18% рекламаций, составленных в процессе хранения, можно было бы избежать, посредством осуществления более качественного входного контроля.

При исследовании этого вопроса, стоит отметить отсутствие мотивации сотрудников. Система оплаты труда кладовщика-приёмщика основана на почасовой тарификации, сотрудники не заинтересованы в более качественном приеме товаров.

В результате самооценки было выявлено, что на предприятии существует целый ряд недоработок действующей системы, которые значительно снижают её результативность. Существующая система качества в ООО «Селена» построена на системном подходе и подразумевает контроль качества и безопасности продукции на всех этапах жизненного цикла в рамках торгового предприятия от приема товара вплоть до доведения до конечного потребителя, однако существуют следующие проблемы:

- документация в области качества частично не соответствует требованиям стандарта ИСО 9001:2015
- качество не является критерием оценки при выборе поставщика;
- входной контроль содержит риск приема товара без обязательных ветеринарно-сопроводительных документов;
- отсутствие грамотной организации рекламационной деятельности, ее анализа, учета и динамики;
- игнорирование требований хранения скоропортящегося товара;
- на предприятии не налажена стабильная обратная связь с покупателями;
- отсутствие обратной связи руководства с низовыми сотрудниками;
- не осуществляется деятельность, связанная с анализом и совершенствованием действующей СМК.

Деятельность по повышению результативности удовлетворительной СМК, подразумевает доработку отдельных процессов и улучшения их качества на каждом этапе системы.

На основе полученных данных, в ходе оценки результативности и самооценки действующей СМК и требований ИСО 9001:2015, была разработана методика постоянного совершенствования системы менеджмента качества (рисунок 2).

Результатами использования предложенной методики являются выявление проблемных и перспективных направлений, расширение горизонтов прогнозирования и планирования деятельности в области качества.

Преимущества методики:

- учитывает требования международного стандарта ИСО 9001:2015;
- учитывает специфику торгового предприятия;
- ориентирована на постоянное совершенствование СМК с учетом изменения внешней среды;
- нацелена на достижение положительного экономического эффекта.

Предложенный алгоритм по совершенствованию СМК направлен в первую очередь на повышение качества продукции реализуемой торговым предприятием, а также на снижение издержек предприятия, и убытков, обусловленных её недостаточной результативностью. К таким убыткам можно отнести:

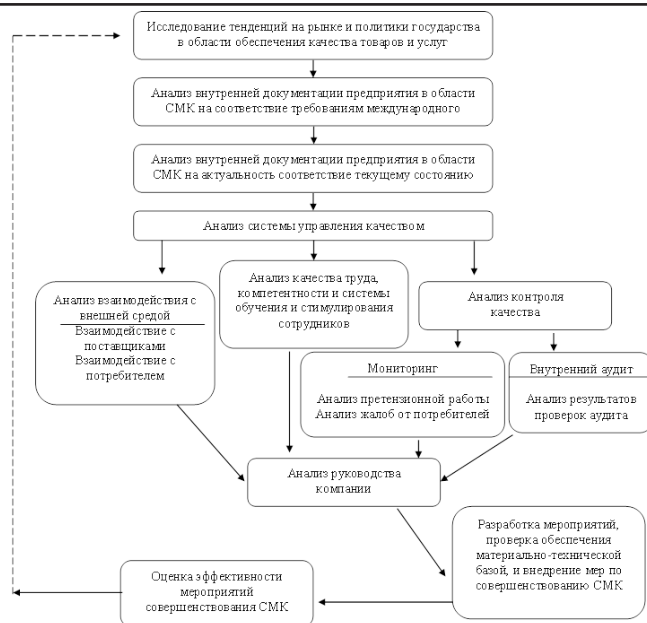


Рисунок 2 – Методика совершенствования СМК торгового предприятия (составлено авторами)

- снижение экономической прибыли ввиду снижения степени удовлетворенности потребителей на фоне приобретения некачественного товара;

- списание товаров, принятых в результате некачественного входного контроля;
- списание товаров преждевременно утративших свои потребительские свойства в процессе неправильного хранения;
- судебные издержки и издержки связанные со штрафными санкциями, наложенными в ходе плановых и внеплановых проверок надзорных органов в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения и защиты прав потребителей на предприятиях продовольственной торговли.

Также по результатам исследования для торгового предприятия ООО «Селена» был разработан план мероприятий по совершенствованию СМК: в первую очередь руководству предприятия необходимо организовать эффективную систему менеджмента качества. Для этого необходимо адаптировать всю документацию в области качества к требованиям стандарта ИСО 9001:2015, в первую очередь необходимо повторное создание и утверждение документа «Цели в области качества», включив в него следующие измеримыми показателями целей:

- динамика суммы списаний по каждой группе товаров;
- динамика списаний, связанных с преждевременной утратой качества;
- динамика количества рекламаций поставщикам;
- динамика количества жалоб от потребителей;
- динамика показателей удовлетворенности потребителей качеством приобретенных товаров.

Также повторное созданию и утверждению подлежит документ «Руководство по качеству», включив недостающие пункты:

- подробное описание требований к нормативной документации, записей и отчетов по качеству;
- план работ по развитию системы менеджмента качества;

- периодичность проведения мероприятий, осуществляемых в предприятии в рамках обеспечения качества (обратная связь с сотрудниками, потребителями, разработка и реализация мероприятий по совершенствованию СМК и т.п.) [15].

Кроме того, на данном этапе предприятию необходимо внедрить все новые обязанности (в том числе анализа и разработку мероприятий по совершенствованию СМК

на предприятии) в должностные инструкции специалиста по качеству. Также нужно обучить персонал и ознакомить с изменениями в основных документах системы менеджмента качества и безопасности продукции.

В процесс выбора поставщика методом рейтинговых оценок, автор рекомендует, добавить критерий «качество», который бы включал не только качество поставляемых им товаров, но и качество набора предоставляемых им услуг. Включение показателя «качество» является наиболее перспективной модернизацией процесса оценки и выбора поставщика.

Для исключения рисков, связанных с осуществлением продажи продукции без обязательных соответствующих ветеринарно-сопроводительных документов, предлагается автоматизировать процесс анализа необходимости таких документов на тот или иной товар, путем присвоения дополнительной характеристики «подконтрольный товар в системе Меркурий» в карточке товара, программного обеспечения 1С. В таком случае программа кладовщика-приемщика автоматически уведомит нужно ли ветеринарное свидетельство на принимаемый товар и исключит риск попадания такого товара на полки магазина. Разработка и внедрение такого мероприятия, потребует обработку большого количества результатов запросов поставщикам. Временной мерой может являться установление собственного формата реестров сертификатов для поставщиков, который будет включать дополнительную графу - код ТН ВЭД продукции, а также специалисту по качеству рекомендуется разработать пособие, на основе ТН ВЭД, для работников, осуществляющих входной контроль с целью оптимизации рабочего процесса, связанного определением необходимости ВСД на данный вид продукции.

Для снижения количества рекламаций и повышения качества входного контроля продукции, предлагается пересмотреть структуру оплаты труда – ввести ежемесячную доплату в размере 10% от заработной платы для самого эффективного сотрудника месяца. Соответственно чем больше сотрудник за месяц не принял товара, указав причину «брак» в журнале аномалий, тем выше качество его работы. Предлагаемая система оплаты труда направлена на повышение качества продукции путем материального стимулирования трудовой деятельности. Такая система стимулирования позволит постоянно поддерживать стремление сотрудников к качественному входному контролю.

Также качество труда сотрудников рекомендуется постоянно повышать, проведением систематических обучений не только для новых сотрудников, но также и для опытных. Для этого необходимо включить в функционал специалиста по качеству деятельность, связанную с постоянным обновлением обучающей программы для кладовщиков-приемщиков. Обновление обучающих материалов должно происходить под воздействием внутрикорпоративных мероприятий и происходить параллельно с изменениями законодательства в области обеспечения безопасности и качества продукции.

Для снижения издержек, связанных со списанием товаров в процессе хранения, до окончания срока годности, на основе проведенного анализа были разработаны мероприятия, включающие в себя использование новейших технологий типа «умная упаковка», которая активно внедряется на зарубежных и западных рынках, но еще не нашла своё место на предприятиях розничной торговли Приморского края:

- термоактивные «метки-хамелеоны», прикрепляющиеся в виде небольшой самоклеящейся этикетки с внешней стороны упаковочного материала. Небольшой зубец, расположенный на оборотной стороне метки, проникает через упаковочный материал и позволяет проходить летучим аминам, произведенным порчей продукции. Оснащаться ими продукция может непосредственно на торговых предприятиях. Как только меняются условия хранения (температура, влажность, свет и

пр.), метки начинают менять цвет. Такие метки помогут сотрудникам ритейла своевременно убирать товар с реализации, а покупателям – как хранился товар. Наиболее актуально такое решение для скоропортящихся товаров, таких как сыр, охлажденное мясо и пр;

- специальные датчики с GSM-модулем. Они передают информацию о микроклимате на контрольную панель торговой сети. Это позволяет вести постоянный мониторинг микроклимата и тут же исправлять ситуацию. Устройство фиксирует любое отклонение от нормы, которое в свою очередь, может либо сократить реальный срок годности продукции, либо нарушить её микробиологический состав. Принцип работы - поддержание определенных параметров температуры и влажности;

- системы орошения используются для того, чтобы поддерживать нужный уровень влажности и сохранять свежесть скоропортящейся продукции, такой как фрукты, охлажденное мясо, рыба и т.д. непосредственно в торговом зале. Они устанавливаются на холодильные витрины или другое торговое оборудование так, чтобы вода могла под давлением распыляться равномерно. С ее помощью можно охлаждать продукцию и предотвращать засыхание/увядание её верхнего слоя. Такая технология позволяет сохранить вид продукции, поддержать лояльность покупателей и избежать большого количества списаний из-за изменения уровня температуры и влажности в торговом зале.

Для исключения оборота товаров с истекшим сроком годности, которое влечет административную ответственность и удар по имиджу любого предприятия, рекомендуется рассмотреть возможность использование «умного штрих-кода 13+5», где последние пять цифр содержат информацию о сроке годности товара. При сканировании просроченного товара, с таким типом штрих-кода, кассир получит пуш-уведомление в интерфейс кассы. Такая маркировка поможет исключить продажу товаров с истекшим сроком годности в случае, если сотрудники не успели своевременно убрать ее из торгового зала.

Спрос на «интеллектуальную» упаковку растет с каждым днем. Потребитель соотносит качество упаковки с качеством упакованной в неё продукцией. Новые технологические решения, в том числе «интеллектуальная» упаковка, позволят более эффективно осуществлять контроль качества продукции для торговых предприятий.

Для разработки и реализации мероприятий по совершенствованию СМК предприятию рекомендовано организовать периодический самоанализ, на основе анализа рекламационной деятельности предприятия, анализа жалоб потребителей, анализа лояльности и/(или) степени удовлетворенности потребителей, основанные на динамике их количества и характера. Систематическая самооценка предприятия позволяет выявлять проблемные товарные группы и своевременно проводить мероприятия по повышению качества продукции. В этой связи стоит больше внимание уделять стабильной обратной связи с покупателями, в этой связи необходимо:

- провести модернизацию последней разработанной версии анкеты для определения степени удовлетворенности потребителей, для возможности оценить эффективность мер совершенствования СМК;

- установить организацию процесса, его периодичность, назначить ответственных лиц начиная от организации процесса до обработки данных и разработку соответствующих мероприятий.

Стоит сделать упор на создании электронной анкеты, электронный формат опроса удобен не только для потребителей, но и для обработки результатов. Говоря об обратной связи, также необходимо наладить связь руководства с низовыми сотрудниками. Так как считается, что зачастую идеи для эффективной модернизации СМК поступают от рядовых сотрудников компании. В рамках данного вопроса рекомендуется ежемесячно проводить

конкурс «идея месяца» среди всех сотрудников, победитель которой получит денежное вознаграждение, пропорциональное эффекту, произведенному на деятельность компании.

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Высокое качество реализуемой продукции является огромным конкурентным преимуществом для торговых предприятий. За счет повышения качества продукции достигается главная цель коммерческого предприятия – рост экономической прибыли. Исследование имеет практическую направленность, позволяя получить положительный экономический результат от использования разработанной методики за счет повышения лояльности клиентов, а также снижения издержек предприятия.

Перспективы дальнейших изысканий данного направления. Данные исследования могут быть использованы на всех предприятиях розничной торговли при необходимости повышения результативности действующей СМК, а также при разработки мероприятий по её совершенствованию и могут служить основой для дальнейших исследований в данной области.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Попова Л.Ф. Изучение подходов к анализу результативности систем менеджмента качества отечественных предприятий ОПК // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета 2017. № 3 (67). С. 87-91.
2. Мирошников В.В., Ефимова Г.В., Светличная Т.В. Улучшение процессов менеджмента качества на основе применения методологии инновационного менеджмента // Качество и жизнь 2019 № 1 (21). С. 42-46.
3. Протасова Л.Г., Феофилактова О.В., Лукиных М.И. Система менеджмента качества и безопасности пищевой продукции в сфере производства и торговли // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии 2017. Том 5 № 5. С. 73-81
4. Заруцкая А.О., Бережная Г.А., Совершенствование системы менеджмента качества ОАО «ММК-МЕТИЗ» с целью повышения результативности ведения // Качество в обработке материалов 2018. № 2 (10). С. 17-19.
5. Адлер Ю.П., Шпер В.Л. Будущее качества и систем менеджмента качества // Актуальные проблемы экономики и права. 2017. Т. 11. № 2. С. 5-18.
6. Овод А.И. Формирование системы качества фармацевтического образования // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 3 (20). С. 50-53.
7. Тихонов А.А., Дубинина Н.А., Корректирующие действия, как основной инструмент повышения результативности и эффективности системы менеджмента качества // Студенческий 2019. № 22-2 (66). С. 51-53.
8. Kuzubov A.A., Shashlo N.V., Petruk G.V., Korostelev A.A. Developing a supply chain subsystem to manage the process of obstacle elimination for the innovative development of business entities // International Journal of Supply Chain Management. 2018. T.7. № 5. С. 621-631.
9. Бойко В.И. Теоретические основы формирования менеджмента и регионального управления в сфере культуры // Балтийский гуманитарный журнал. 2015. № 1 (10). С. 157-160.
10. Миненко К.А., Петрук Г.В. Влияние внешних факторов на деятельность малого предпринимательства пищевой отрасли // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 8-5. С. 937-941.
11. Богданова А.В. Мультиагентные связи в диагностике качества образования // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2015. № 1 (10). С. 14-17.
12. Результаты исследования ВЦИОМ [Электронный ресурс] // ВЦИОМ – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9460>
13. Приморье в цифрах: Краткий статистический сборник // Приморскстат – Режим доступа: <https://primstat.gks.ru/storage/mediabank/%D0%9F%D0%BA%20%D0%B2%20%D1%86%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%B0%D1%85%202018.pdf>
14. Доклад по правоприменительной практике контрольно-надзорной деятельности Управления Роспотребнадзора по Приморскому краю за 4 квартал 2018 года с руководством по соблюдению обязательных требований, дающим разъяснение, какое поведение является правомерным. [Электронный ресурс] // Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Приморскому краю – Режим доступа: http://25.gospotrebnadzor.ru/rss_all/-/asset_publisher/Kq6J/content/id/990272
15. «ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Требования» [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194941/

Статья поступила в редакцию 20.05.2020

Статья принята к публикации 27.08.2020