

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ  
ЭКОНОМИКА**

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

**№ 8/2015**

[www.apej.ru](http://www.apej.ru)

Нижний Новгород 2015

УДК 338.43

ББК 65.32

А 263

Агропродовольственная экономика: научно-практический электронный журнал. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - №8 - 2015. - 85 с.

ISSN 2412-2521

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современной аграрной науки и результаты фундаментальных исследований в различных областях знаний экономики и управления агропромышленного комплекса.

Сборник предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – **РИНЦ** по договору No 685-10/2015.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте [www.apej.ru](http://www.apej.ru) ([http://apej.ru/2015/11?post\\_type=article](http://apej.ru/2015/11?post_type=article))

УДК 338.43

ББК 65.32

ISSN 2412-2521

**Редакционная коллегия:**

Главный редактор – **Краснова Наталья Александровна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета.(mail@nkrasnova.ru)

**Редакционная коллегия:**

1. **Бухтиярова Татьяна Ивановна** – доктор экономических наук, профессор. Профессор кафедры “Экономика и финансы”. (Финансовый университет при Правительстве РФ, Челябинский филиал). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

2. **Гонова Ольга Владимировна** – доктор экономических наук, профессор. Зав. кафедрой менеджмента и экономического анализа в АПК (ФГБОУ ВПО “Ивановская государственная сельскохозяйственная академия им. академика Д.К. Беляева”, г. Иваново). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

3. **Носов Владимир Владимирович** -доктор экономических наук, профессор кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

4. **Самотаев Александр Александрович** – доктор биологических наук, профессор. Зав. каф. Экономики и организации АПК (ФГБОУ ВПО “Уральская государственная академия ветеринарной медицины”, г. Троицк). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

5. **Фирсова Анна Александровна** – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры финансов и кредита (ФГБОУ ВПО “Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского”). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

6. **Андреев Андрей Владимирович** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, кредита и налогообложения (Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей в рубриках: Управление и менеджмент, Экономика хранения и переработки сельскохозяйственной продукции.*

7. **Захарова Светлана Германовна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента и управления персоналом НОУ ВПО НИМБ. *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей в рубриках: Управление и менеджмент.*

8. **Земцова Наталья Александровна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

9. **Новикова Надежда Александровна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

10. **Новоселова Светлана Анатольевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общеэкономической направленности.*

11. **Плесканюк Татьяна Николаевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры

иностранных языков и профессионального лингвообразования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС).. *В полномочия входят контроль за грамотностью, стилистикой, за соблюдением правильности перевода аннотаций, ключевых слов, названий статей на английском языке, а также помощь экспертам при оценке статей на иностранных языках.*

**12. Сартакова Елена Михайловна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры “Экономика и инвестиции” (ФГБОУ ВПО “Южно-Уральский государственный университет” (НИУ) филиал в г. Снежинске). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.*

**13. Тиндова Мария Геннадьевна** – кандидат экономических наук; доцент кафедры прикладной математики и информатики (Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО РЭУ им. Плеханова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей по проблемам экономико-математического моделирования.*

**14. Шарикова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой “Бухгалтерский учет, анализ и аудит” (Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова). *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общезкономической направленности.*

**15. Шаталов Максим Александрович** – кандидат экономических наук. Начальник научно-исследовательского отдела (АНОО ВПО “Воронежский экономико-правовой институт”, г. Воронеж), зам. гл. редактора мульти-дисциплинарного журнала «Территория науки». *В полномочия входят организация и/или проведение экспертной оценки статей общезкономической направленности.*

**Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей**

© НОО Профессиональная наука, 2015

## Оглавление

<b>СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ И КОНЦЕНТРАЦИЯ В АПК.....</b>	<b>5</b>
Гревцева Е.С., Ткаченко О.В. Современное состояние производства продукции растениеводства в РФ.....	6
<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В АПК.....</b>	<b>9</b>
Кривенда Е.А. Формирование механизма управления устойчивым развитием предприятий пищевой промышленности.....	9
<b>РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АПК.....</b>	<b>12</b>
Страхов С.Е. Земельные цензы для мировых судей Вологодской губернии: влияние агроэкономических факторов на право.....	13
<b>ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>18</b>
Мычка С.Ю. Направления развития логистической оптимизации деятельности предприятий АПК.....	18
<b>МИРОВОЙ АПК.....</b>	<b>21</b>
Ибраева А.К., Токсеитова А.С., Акишева Д.М., Шакаримова Г.М. Проблемы модернизации и инновационного развития агропромышленного комплекса Казахстана.....	21
<b>РЕГИОНАЛЬНЫЙ АПК.....</b>	<b>25</b>
Карницкая Э.Н., Дмитриева А.Г. Анализ факторов, влияющих на развитие социальной инфраструктуры села Чувашии.....	25
Кутяева Т.Е. Современное состояние молочной отрасли в регионе.....	34
<b>АГРАРНЫЙ МАРКЕТИНГ.....</b>	<b>36</b>
Киреев Д.И., Минеева Л.Н. Выведение нового товара на рынок в условиях импортозамещения.....	36
Пшенцова А.И. Импортозамещение как стимул повышения конкурентоспособности подсолнечного масла.....	40
Терехова Г.И., Тётушкин В.А. Сравнительный анализ и маркетинговые тренды потребительского рынка в условиях экономического кризиса (на примере Тамбовского и Липецкого региона).....	44
Тётушкин В.А. Маркетинговая стратегия транснациональной компании (ТНК) продовольственного сегмента и проблемы безопасности (на примере компании Pepsico).....	52
Юсупова А.Н., Валитов Ш.М. Влияние санкций на рынок срезанных цветов России.....	62
<b>УПРАВЛЕНИЕ И МЕНЕДЖМЕНТ.....</b>	<b>66</b>
Коротеев М.Ю., Пшенцова А.И. Повышение эффективности деятельности сельхозпредприятий на основе интеграционных отношений.....	66
Мухина Е.Г. Оценка инвестиционной привлекательности сельских территорий с помощью многомерного рейтингового анализа.....	71
Сафронова Ю.О. Развитие предприятий пищевой промышленности на основе кластерного подхода.....	76
<b>ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА.....</b>	<b>79</b>
Тиндова М.Г., Корякина О.П. Затратный подход в оценке экологического ущерба.....	79

# СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ И КОНЦЕНТРАЦИЯ В АПК

УДК 631

Дата публикации: 14.11.2015

## Гревцева Е.С., Ткаченко О.В. Современное состояние производства продукции растениеводства в РФ

The current state of crop production in Russia

Гревцева Елена Сергеевна

научный руководитель Ткаченко Оксана Викторовна

1. магистрант 2 курса, направление подготовки Агрономия, профиль подготовки Селекция и семеноводство, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов, [finance-credit@mail.ru](mailto:finance-credit@mail.ru)

2. канд. с-х. наук, доцент кафедры растениеводства, селекции и генетики, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

Grevtseva Elena Sergeevna

scientific adviser Tkachenko Oksana Viktorovna

1. undergraduate of 2 courses, the direction of training Agriculture, Profile Selection and seed, Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov, [finance-credit@mail.ru](mailto:finance-credit@mail.ru)

2. Candidate of Agricultural Sciences, assistant professor of crop breeding and genetics, Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov

**Аннотация:** Главная роль в структуре растениеводства принадлежит зерновому хозяйству, которое имеет для России стратегическое значение. Потенциал этой отрасли представляет крупнейший источник национального богатства. Целью исследования является выяснение влияния технологического отставания отрасли за потери зерна и ухудшение качества продукции. Отмечается, что сокращение уровня интенсивности зерновой отрасли вызвано уменьшением государственной поддержки и диспаритетом цен на реализуемое зерно. Агропромышленный комплекс России отстает от АПК развитых европейских стран в техническом и технологическом плане. Из-за низкой обеспеченности техникой ежегодные потери составляют около трети всего урожая. Следовательно, главными направлениями регулирования производства и реализации продукции растениеводства выступают обновление парка техники в сфере растениеводства, восстановление мелиоративного комплекса с помощью государственно-частного партнерства.

**Abstract:** The main role in the structure of the crop belongs to grain growing, which has a strategic importance for Russia. The potential of this sector is the largest source of national wealth. The aim of the study is to ascertain the impact of technological backwardness of industry grain losses and deterioration of product quality. It is noted that the reduction of the intensity of the grain industry caused by decreasing state support and disparity of prices for the grain. Agriculture Russia lags behind developed European countries agribusiness in technical and technological terms. Because of the low availability of technology annual losses amount to about a third of the total crop. Consequently, the

main areas of regulation of production and sales of crop are the renewal of equipment in the field of crop production, recovery of reclamation complex by public-private partnerships.

**Ключевые слова:** Растениеводство, зерновое хозяйство, государственная поддержка, сельскохозяйственная техника, продовольственная безопасность

**Keywords:** Crop production, grain production, state support, agricultural machinery, food security

Основная цель стабильного развития сельскохозяйственного производства связана с обеспечением продовольственной безопасности страны. Продовольственная безопасность достигается, когда все жители страны всегда обеспечены продовольствием необходимого количества и качества для полноценной жизни. Доля импорта продовольственных товаров в 30–35 % является критической чертой потери продовольственной безопасности. А в России доля импортных продуктов в общем объеме формирования товарных ресурсов продовольствия уже составляет 33 % [2].

Перед сельхозтоваропроизводителями в условиях членства в ВТО стоит важная задача – в ближайшее время за счет собственного производства обеспечить возрастающие потребности РФ в высококачественной сельхозпродукции [4]. Основными направлениями экономического развития страны предусмотрено надежное обеспечение страны продуктами питания и сельскохозяйственным сырьем, увеличение среднегодового объема валовой продукции на 15-17 %, в основном за счет интенсивных факторов развития, внедрения новейших достижений науки, техники и передовой практики, эффективного использования созданного потенциала.

Ведущая роль в структуре растениеводства принадлежит зерновому хозяйству, которое имеет для нашей страны важное стратегическое значение. В связи с этим зерновые культуры занимают 55 % посевных площадей страны. Производство зерна в РФ значительно превышает потребности населения, что стимулирует развитие других направлений производства, обеспечивающих продовольственную безопасность, таких как животноводство, развитие альтернативных (несельскохозяйственных) видов деятельности на селе [3].

Потенциал зернового хозяйства составляет постоянный и наиболее крупный источник национального богатства. Его оптимальное использование при больших масштабах российского зернового поля позволяет обеспечить население продовольствием, а также развивать экспорт зерна, реально превратив его в мощный экономический рычаг развития и самой зерновой отрасли.

Важной проблемой является резкое сокращение уровня интенсивности зерновой отрасли, которое вызвано уменьшением государственной поддержки сельхозтоваропроизводителей и диспаритетом цен на реализуемое зерно и приобретаемые средства производства. Особенно выражен диспаритет цен на ГСМ, энергоресурсы и на продукцию растениеводства. Так, если за последние 15 лет цена на зерно увеличилась в 10 раз, то цена на ГСМ за тот же период – более чем в 120 раз.

В техническом и технологическом отношении агропромышленный комплекс России отстает более чем на 45 лет от АПК развитых европейских стран, до 30 % техники простаивает в поле из-за плохого технического состояния. Техника, освободившаяся от полевых работ, поставлена на хранение. В мастерских сельскохозяйственных товаропроизводителей и специализированных предприятиях ведутся ремонтные работы, в первую очередь тракторов, почвообрабатывающих и посевных машин, планируемых к использованию в весенних полевых работах 2015 года.

На межрегиональных базах и предприятиях ОАО «Росагроснаб» имеются запасы запасных частей и прочих материально-технических ресурсов для проведения посевной на сумму более 2 млрд руб. Предприятия Саратовской области значительно лучше обеспечены тракторами, однако этот показатель существенно ниже российского.

Нехватка сельскохозяйственных машин, недостаток средств на приобретение минеральных удобрений позволяют проводить обработку почвы лишь по минимальной технологии, что не дает возможность существенно повысить урожайность, которая остается практически на одном уровне.

Из-за технологического отставания и низкой обеспеченности техникой ежегодно на полях остается до 17 % урожая, еще до 12 % теряется из-за несовершенной техники, т. е. потери составляют 29 %. За последние годы потери зерна в стране при хранении его в непригодных помещениях увеличились в несколько раз. В то же время элеваторы используются на 40 %. В результате резкого сокращения производства комбикормов выросли потери зерна, связанные с его нерациональным использованием на кормовые цели. Все это ведет к снижению объема предложения и ухудшения качества зерна. Более одной трети сельскохозяйственных предприятий являются убыточными.

Растениеводческая отрасль, занимающая ключевое положение в экономике России – сложная и динамично развивающаяся многофункциональная система. Одним из главных приоритетов ее развития является система сбыта зерна, которая предопределяет выгодность производства сельскохозяйственной продукции, надежность хлебофуражного обеспечения страны, ее продовольственную безопасность, оказывает значительное воздействие на эффективность функционирования зернового рынка и внешней торговли зерном [1].

В сложившихся условиях наиболее эффективной формой государственной поддержки сельскому хозяйству как в стране, так и в Саратовской области должно стать государственно-частное партнерство [6]. В субъектах РФ недостаточно денежных средств для развития и поддержки села, государству необходимо стимулировать частные инвестиции, которые играют важную роль в восстановлении сельского хозяйства страны. Для активного развития рынка растениеводческой продукции в Саратовской области с помощью государственно-частного партнерства необходимо сделать упор на обновление парка техники в сфере растениеводства, активизировать мясное животноводство и восстановить мелиоративный комплекс. С помощью данного союза Саратовская область сможет решить наиболее острые проблемы и коренным образом изменить ситуацию в сельском хозяйстве региона, а именно решить проблемы с поливной землей, строительством сельских дорог, созданием новых рабочих мест [6]. Сегодня необходимо развитие механизмов финансирования инновационно-инвестиционной деятельности с привлечением частных средств и стимулирования инновационной среды посредством расширения взаимодействия частного капитала и государственного сектора.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что главными направлениями регулирования производства и реализации продукции растениеводства выступают стабилизация посевных площадей, рост валовых сборов, оптимизация структуры посевов, улучшение качества продукции, совершенствование каналов реализации зерна, поддержание доходов сельхозтоваропроизводителей, государственная поддержка предприятий всех форм хозяйствования, формирование интеграционных отношений, развитие агрохолдингов [5,7,8].

#### Библиографический список

1. Алайкина Л.Н. Организационно-экономический механизм функционирования регионального рынка зерна. Автореф. дисс...канд.экон. наук / Саратов, 1997.
2. Казакова Л.В., Минеева Л.Н., Пшенцова А.И. Перспективы обеспечения продовольственной безопасности России // Научное обозрение. - 2015. - № 11. - С. 245-250.
3. Минеева Л.Н. Развитие альтернативных (несельскохозяйственных) видов деятельности на селе // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 73-77.
4. Пшенцова А.И. Социально-экономические последствия присоединения России к ВТО для сельского хозяйства Саратовской области // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 86-89.
5. Пшенцова А.И., Горбунов С.И., Васильева Е.В., Казакова Л.В., Минеева Л.Н. Влияние

государственной поддержки на развитие и эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий // Научный журнал КубГАУ [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – № 07 (111). – IDA [article ID]: 1111507062. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/07/pdf/62.pdf>

6. Уколова Н.В., Алайкина Л.Н., Новикова Н.А., Котар О.К. Государственно-частное партнерство в развитии сельского хозяйства Саратовской области // Аграрный научный журнал. - 2013. - № 7. - С. 97-100.

7. Юркова М.С., Пшенцова А.И. Государственная поддержка сельскохозяйственных отраслей как основа высокой конкурентоспособности производства в преддверии вступления в ВТО // Никоновские чтения. - 2011. - № 16. - С. 161-163.

8. Юркова М.С., Пшенцова А.И. Интегрированные формирования в АПК как фактор повышения эффективности развития рыночных форм хозяйствования // Аграрный научный журнал. - 2010. - № 6. - С. 75-78.

# ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ И ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В АПК

УДК 338.1

Дата публикации: 25.11.2015

## Кривенда Е.А. Формирование механизма управления устойчивым развитием предприятий пищевой промышленности

Formation of mechanisms of management of sustainable development of the food industry

Кривенда Е.А.

Воронежский экономико-правовой институт

Krivenda E.A.

Voronezh Institute of Economics and Law

### Аннотация:

Предмет/тема. В условиях затянувшегося финансово-экономического кризиса предприятия агропромышленного комплекса находятся в сложном взаимодействии с негативными факторами внутренней и внешней среды (высокий уровень износа основных промышленно-производственных фондов, низкая восприимчивость предприятий к внедрению инноваций, дисбаланс спроса и предложения, острая конкуренция с зарубежными производителями). Обеспечение устойчивого развития предприятий АПК в решающей мере связано с формированием механизма принятия управленческих решений на уровне предприятий для обеспечения их устойчивого роста.

Цели/задачи. Целью работы является необходимость формирования механизма устойчивого развития предпринимательских структур АПК, смещая акцент на априорно взаимосвязанное инвестиционно-инновационное развитие, направленное на создание

адаптивных форм хозяйствования.

**Методология.** Методологическими инструментами исследования выступили общенаучные методы, а также экономико-математические и статистические методы. **Результаты.** В результате было обосновано, что эффективность управления предприятием заключается в способности принимать оперативные управленческие решения по адаптации предприятия к изменениям в рыночных условиях и формированию механизма обеспечения устойчивого развития предприятия.

**Выводы/значимость.** Сделан вывод, что на устойчивость развития предприятий АПК может влиять множество факторов, но для эффективного функционирования деятельности важен не только характер факторов, но и сам механизм, который способен обеспечит устойчивое развитие предприятия

**Abstract:**

The subject. In the context of protracted financial and economic crisis agricultural enterprises are in a complex interaction with the negative factors internal and external environment (high wear industrial fixed assets, the low susceptibility of enterprises to innovate, an imbalance of supply and demand, fierce competition with foreign manufacturers). Sustainable development of agricultural enterprises crucially associated with the formation of the mechanism of management decision-making at the enterprise level to ensure their sustainable growth.

**Objectives.** The objective is the need to create a mechanism for sustainable development of enterprise structures of AIC, shifting the emphasis on the a priori interconnected investment and innovative development, aimed at creating adaptive forms of management. **Methodology.** Methodological tools made by the scientific methods of research, as well as economic and mathematical and statistical methods.

**Results.** As a result, it was proved that the efficiency of enterprise management is the ability to make operational decisions for the company to adapt to changes in market conditions and the formation of a mechanism to ensure the sustainable development of the enterprise.

**Conclusions.** It is concluded that the sustainability of agricultural enterprises can be affected by many factors, but for the effective functioning of the activity is important not only to the nature of the factors, but also the mechanism itself, which is able to ensure sustainable development of enterprises.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, механизм, АПК, конкурентоспособность, внешняя среда.

**Keywords:** sustainable development, mechanism, agriculture, competitiveness, the environment.

Рыночные условия хозяйствования и общественно-политическая ситуация развития российской экономики, требуют задействования усилий всех хозяйствующих субъектов экономики, а в первую очередь промышленных структур. Факторы экономического роста разнонаправлены, так как складываются не только на региональном уровне, но и на уровне предприятия, взаимодействуя с внутренней и внешней средой. Эффективность управления предприятием заключается в способности принимать оперативные управленческие решения по адаптации предприятия к изменениям в рыночных условиях и формированию механизма обеспечения устойчивого развития предприятия.

Следовательно, механизм устойчивого развития предприятия – это такое состояние предприятия, при котором все его основные элементы находятся в состоянии поддерживать свои параметры в определенном диапазоне. Переход к устойчивому развитию означает создание сбалансированной системы, сочетающей социальную справедливость, экологическую безопасность и экономическую эффективность [6].

Отсюда, следует выделить следующие характеристики устойчивого развития:

– надежность функционирования предприятия;

- конкурентоспособность предприятия и его продукции (работ, услуг);
- гибкость предприятия по отношению к внешней среде;
- система риск менеджмента;
- экономическая безопасность предприятия.

Одной из основных задач развития промышленности является формирование механизма принятия управленческих решений на уровне предприятий для обеспечения их устойчивого развития. Эта задача – обусловлена условиями общих финансово-экономических проблем экономики, взаимодействия субъектов рынка, организации внутрипроизводственных отношений в деятельности предприятий.

Логическая модель механизма управления эффективным развитием перерабатывающего предприятия АПК представлена на рис.1.

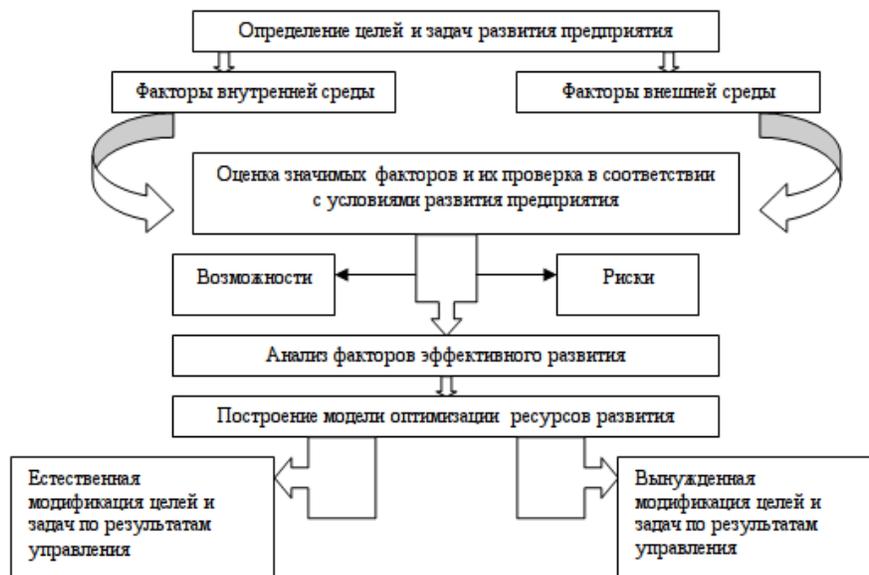


Рисунок 1 – Модель механизма обеспечения устойчивого развития предприятия пищевой промышленности

Проведенные исследования позволили обосновать механизм управления устойчивым развитием предприятий пищевой промышленности, учитывающий систематизированные авторами перспективные направления и инструменты развития, и включающий в себя алгоритм, отличительным свойством которого является возможность своевременной оценки возможных затрат и выбора оптимального портфеля мероприятий по реализации стратегии устойчивого развития.

При этом целью устойчивого развития отраслевых предприятий является их переход в новое качественное состояние за счет усиления производственно-хозяйственных связей, что в конечном итоге обеспечит формирование эффектов взаимодействия за счет устранения нерационального посредничества.

Отсюда, ключевой составляющей достижения указанной цели являются формирование новых адаптированных предпринимательских структур на основе своевременного анализа межотраслевых пропорций и региональных особенностей развития лесопромышленного комплекса, а также прогнозирования и диагностики внутренних и внешних потенциалов развития.

Следовательно, формирование механизма управления устойчивым развитием рассматривает как обязательный элемент моделирование и прогнозирование стратегий развития и может служить основой для выбора оптимального «портфеля» мероприятий по повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности предпринимательских структур

пищевой промышленности.

При этом определение уровня устойчивого развития промышленного предприятия АПК имеет два основных назначения:

- теоретическое определение сущности и содержания устойчивого развития предприятия;
- практическая разработка и использование показателей управления деятельностью предприятия для повышения устойчивого развития [4].

Для гарантии устойчивого развития предприятий пищевой промышленности необходимо осуществлять деятельность по следующим направлениям, чтобы устранить причины неустойчивого положения внутри отрасли:

- ориентация на рынок и конкуренцию;
- обеспечение прибыльности;
- снижение издержек;
- повышение управляемости и гибкости организационной структуры;
- повышение инвестиционной и инновационной активности;
- создание механизмов снижения риска потерь и др. [2].

Вместе с тем, если рассматривать устойчивое развитие перерабатывающего предприятия АПК в целом, то можно представить два общих направления поступательного развития предприятия:

- самосохранение предприятия, когда целью его деятельности является только выживание, и отсутствует задача стать лидером на рынке;
- саморазвитие предприятия, когда предприятие наиболее полно использует производственный потенциал, ресурсы и нацелено на увеличение объемов производства и реализации продукции, т.е. цель предприятия – устойчивое развитие [3; 5].

Таким образом, предприятие способно работать безотказно, обеспечивая постепенное развитие под действием приложенных сил. Сила, которая обеспечивает функционирование предприятия – это и есть механизм обеспечения устойчивого развития предприятия, наличие которого является одним из основных признаков высокоразвитого предприятия [1].

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что на устойчивость развития предприятия может влиять множество факторов, но для эффективного функционирования деятельности важен не только характер факторов, но и сам механизм, который способен обеспечит устойчивое развитие предприятия.

#### Библиографический список

1. Ахмедов А.Э., Шаталов М.А., Смольянинова И.В. Государственное регулирование агропромышленного производства в условиях реализации политики импортозамещения// Регион: государственное и муниципальное управление. 2015. № 1. С. 1.
2. Баутин В.М., Мычка С.Ю. Развитие инвестиционного потенциала регионов в условиях нестабильности мировой экономики// Территория науки. 2015. № 4. С. 154-158
3. Петрова И.А., Краснова Н.А. Проблемы реализации инновационно-инвестиционной стратегии в АПК// Агропродовольственная экономика. 2015. № 1. С. 20-26.
4. Шаталов М.А., Ахмедов А.Э., Смольянинова И.В. Обоснование стратегии диверсификации предпринимательских структур в условиях нестабильности внешней среды// Государственный советник. 2015. № 3. С. 9-13.
5. Шаталов М.А., Ахмедов А.Э., Смольянинова И.В. Модернизация системы управления интеграционными процессами в региональном АПК (на примере Воронежской области) // Региональные агросистемы: экономика и социология. 2015. № 1 (1). С. 2.
6. Шаталов М.А., Давыдова Е.Ю., Болдырев В.Н. Формирование механизма управления устойчивым развитием предприятий мебельной промышленности // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2015. Т. 3. № 2-2 (13-2). С. 483-486.

# РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АПК

УДК 347

Дата публикации: 19.11.2015

## Страхов С.Е. Земельные цензы для мировых судей Вологодской губернии: влияние агроэкономических факторов на право

Land requirement for Vologda magistrates: impact of agro-economic factors to the law

Страхов Сергей Евгеньевич

Северо-Западный институт (филиал) Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)

Strakhov Sergey

Nord-West institute (branch) of Kutafin Moscow State Law University

**Аннотация:** В статье рассмотрено опосредованное влияние такого экономического фактора, как наличие земельной собственности у кандидатов в мировые судьи, на право – в части необходимости для кандидатов иметь в собственности земельные участки определенных разделов – так называемый «земельный ценз». Показано характерное для Вологодской губернии различие земельного ценза для разных уездов (в зависимости от размера уезда и ценности земли в нем) и сделан вывод о том, что земельный ценз, с одной стороны, служит «фильтрационным барьером» для доступа к должности мирового судьи, а с другой стороны – позволяет вовлекать в представительные учреждения и иные государственные органы не всех граждан, а преимущественно тех из них, которые в состоянии выполнять возложенные на них обществом обязанности.

**Abstract:** The article considers the indirect impact of such economic factors as the availability of land owned by the candidate magistrates, to the law- in terms of the need for candidates to own land certain sections - so-called "land requirement." Displaying characteristic Vologda distinguish land qualification for different counties (depending on the size of the county and land values in it), and concluded that the land requirement, on the one hand, serves as a "filtration barrier" to access the office magistrate and on the other hand - it allows involve representative bodies and other public bodies are not all the citizens, and primarily those who are able to carry out their public duties.

**Ключевые слова:** судебная реформа, мировая юстиция, мировой судья, кандидат, цензовая система, земельный ценз, земельный участок, земельный надел, ограничения, влияние экономики на право.

**Keywords:** judicial reform, justice of the peace, magistrate candidate requirements system, land requirement, land, land plot, restrictions, the impact of economic to the law

Мировая юстиция в дореволюционной России возникла в ходе реализации судебной реформы 1864 года.

Статус мирового судьи в переживающем всплеск доверия к суду обществе того времени был достаточно высок. Не в последнюю очередь этому способствовали цензовые требования к мировым судьям и система занятия ими должностей.

Требования к кандидату на должность мирового судьи состояли из положительных (тех, которым необходимо было соответствовать) и отрицательных (тех, которые должны

отсутствовать) условий.

К положительным условиям относились следующие:

- Возраст не менее 25 лет (возрастной ценз);
- Среднее или высшее образование (образовательный ценз). В качестве исключения к должности допускались лица, не обладающие профильным образованием, но выдержавшие соответствующее испытание, либо прослужившие на должностях, при исполнении которых могли получить соответствующие навыки, не менее трех лет (компетентностный ценз);
- Владение кандидатом (либо его родителями или женами) землей в двукратном размере, по сравнению с тем, который определен для непосредственного участия в избрании гласных в уездные земские собрания. В качестве альтернативы допускалось владение иным недвижимым имуществом ценой не менее пятнадцати тысяч рублей, а в городах – недвижимостью, оцененной для взимания налога не менее трех тысяч рублей, а в Москве и Санкт-Петербурге – шести тысяч рублей (имущественный ценз)[1].

При анализе условий имущественного ценза следует, прежде всего, опираться на официальное толкование, данное Правительствующим Сенатом: в мировые судьи могут быть избираемы лица, имеющие в указанном в пункте 3 статьи 19 размер имения не только в той губернии, где они имеют своё жительство, но и в других; если же кто из баллотируемых не в месте нахождения его ценза не представит несомненного о нем удостоверения, то таковой не может быть вносим в списки имеющих право быть избранными[2].

Кроме того, как уже было отмечено выше, цензу соответствуют те, кто имеют земельные участки в двукратном размере, по сравнению с тем, который определен для непосредственного участия в избрании гласных в уездные земские собрания.

Такой размер нормативно определен в утвержденном Высочайшим указом от 1 января 1864 года Положении о губернских и уездных земских учреждениях[3].

Особенностью Вологодской губернии стало то, что для разных её уездов был определен разный размер земельного надела, позволяющего участвовать в избрании земских гласных. Так, для Вологодского и Грязовецкого уездов этот размер составлял 250 десятин, для Кадниковского уезда – 350 десятин, для Вельского, Никольского, Сольвычегодского, Тотемского и Великоустюжского уездов – 475 десятин, а для Яренского и Усть-Сысольского уездов – 800 десятин.

Соответственно, размер земельных наделов для кандидатов в мировые судьи в Вологодской губернии устанавливался следующим образом:

<b>Название уезда</b>	<b>Размер земельных наделов, десятин</b>
Вологодский	500
Вельский	950
Грязовецкий	500
Кадниковский	700
Никольский	950
Сольвычегодский	950
Тотемский	950

Усть-Сысольский	1600
Великоустюжский	950
Яренский	1600

Следует отметить, что, сравнивая размеры земельных наделов по всем губерниям, в которых было введено Положение о губернских и уездных земских учреждениях, мы можем увидеть, что в Вологодской губернии требования к ним были самыми высокими в Империи. Так, ни в какой иной губернии мы не встречаем размера в 800 десятин. Максимум для других губерний составлял 650 десятин – в Новоузенском уезде Самарской губернии, а минимум – 200 десятин – во всех уездах Казанской, Курской, Московской, Рязанской, Полтавской, Тамбовской, Тульской губерний.

Связано это, в первую очередь, с ценой земли в уездах. Столь огромный размер земельных наделов, которые необходимо было иметь в Яренском и Усть-Сысольском уездах обуславливался крайней малонаселенностью этих территорий, низкой плотностью населения. Эколого-экономическая эффективность производства, плохой инфраструктурой и, как следствие, наиболее низкой ценой на землю во всей губернии.

Здесь следует отметить, что Е.В. Кузнецова приводит другие цифры количества земли для избрания в земские гласные, а следовательно, и в мировые судьи, по Кадниковскому, Сольвычегодскому, Тотемскому и Усть-Сысольскому уездам: для Кадниковского уезда – 325 десятин для избрания в земские гласные, 650 – для избрания в мировые судьи, для Сольвычегодского уезда – 400 десятин для избрания в земские гласные, 800 – для избрания в мировые судьи, для Тотемского уезда – 425 десятин для избрания в земские гласные, 850 – для избрания в мировые судьи, а для Усть-Сысольского уезда – 700 десятин для избрания в земские гласные, 1400 – для избрания в мировые судьи[4].

На наш взгляд, к этим данным следует относиться критически, поскольку в официальном источнике – Полном собрании законов Российской Империи[5], на который мы и ссылались ранее, указаны цифры, приведенные нами выше.

Эти же цифры, кроме того, дублируются в Приложении III к изданному в 1870 году сборнику «Судебные уставы 20 ноября 1864 года с разъяснениями их по решениям Кассационных департаментов Правительствующего сената в 1866, 1867, 1868 и 1869 гг.»[6].

Процедура выборов мирового судьи состоит из двух этапов: формирования списка кандидатов на должность мирового судьи и голосования в уездном или губернском земском собрании.

На первом этапе в каждом уезде формируется список кандидатов на должность мирового судьи, в который включаются все лица, имеющие право на занятие такой должности, а также лица, уже состоящие в должностях участковых и почетных мировых судей[7]. В случае если корпус мировых судей формируется в уезде впервые после введения мировых судебных установлений, как уже было сказано выше, вместо действующих участковых и почетных мировых судей, в список вносятся все мировые посредники и те из их кандидатов, которые исправляли должность Посредника не менее шести месяцев, хотя бы они и не соответствовали условию имущественного ценза, определенного в 3 пункте статьи 19 Учреждения судебных установлений.

Следует отметить, что во исполнение вышеуказанного положения, списки кандидатов на должности мировых судей исправно публиковались в Вологодских губернских ведомостях.

Так, в № 13 Вологодских губернских ведомостей от 1873 года был опубликован список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Тотемскому уезду (8 человек)[8], в

№ 15 от того же года – по Вологодскому уезду (28 человек)[\[9\]](#), в № 16 – по Грязовецкому уезду (20 человек)[\[10\]](#) и Кадниковскому уезду (24 человека)[\[11\]](#), в № 17[\[12\]](#) и № 18[\[13\]](#) – без изменений повторен список по Вологодскому уезду, в № 18 так же опубликован список по Вельскому уезду (3 человека)[\[14\]](#).

В № 41 за 1882 год опубликован список лиц, имеющих право на занятие должностей мировых судей по Усть-Сысольскому уезду – 1 человек[\[15\]](#) (в данном случае в список не были внесены лица, состоявшие на должности мировых посредников), в № 43 – по Сольвычегодскому уезду (3 человека)[\[16\]](#), в № 45 – по Никольскому уезду (2 человека)[\[17\]](#), в № 47 – по Яренскому (4 человека)[\[18\]](#) и Великоустюжскому (4 человека)[\[19\]](#) уездам.

Проанализировав структуру и характеристики кандидатов в мировые судьи, информацию по имущественному цензу мы можем обобщить следующим образом:

Название уезда	Всего кандидатов заявлено	Соответствуют имущественному цензу
Вологодский	28	21
Вельский	3	0
Грязовецкий	20	17
Тотемский	8	6
Кадниковский	24	20
Никольский	2	0
Сольвычегодский	3	0
Усть-Сысольский	1	1
Великоустюжский	4	4
Яренский	4	0
<b>Всего по губернии</b>	<b>97</b>	<b>69</b>

Имущественному цензу, как мы видим, соответствовали 69 из 97 кандидатов (71%).

В целом картина складывается неплохая, однако следует отметить, что большинство лиц, не соответствующих цензовым требованиям, приходилось на северо-восточные уезды: Великоустюжский, Никольский, Сольвычегодский, Усть-Сысольский и Яренский. Из западных уездов похожая картина наблюдалась лишь в Вельском уезде.

Связано это с не раз уже упоминаемыми нами выше особенностями региона: малой плотностью населения, состоявшего, в основной своей массе, из государственных крестьян и низкой концентрацией наиболее образованных слоев населения – дворянства, купечества и мещанства – в этих уездах.

Таким образом, складывалась ситуация, в которой такой экономический фактор, как владение земельными наделами в определенном размере, оказывал прямое воздействие на правовую сферу, служа своего рода «фильтрационным барьером» для доступа к должности мирового судьи.

С другой же стороны, цензовая система, хотя и имеет ограничивающие равный доступ к должностям мировых судей признаки, направлена, как отмечают Н.Н. Ефремова и М.В. Немытина, на то, чтобы вовлекать в представительные учреждения и иные государственные органы не всех граждан, а преимущественно тех из них, которые в состоянии выполнять возложенные на них обществом обязанности[\[20\]](#).

#### Библиографический список

1. Высочайше утвержденное 20 ноября 1864 года Учреждение судебных установлений // ПСЗРИ С. II Т. XXXIX № 41475. Ст. 19.
2. Указ Правительствующего Сената от 31.01.1866 // Журнал Министерства Юстиции. 1866. № 2.
3. Высочайше утвержденное 1 января 1864 года Положение о губернских и уездных земских учреждениях // ПСЗРИ С. II Т. XXIX № 40457.
4. Кузенцова Е.В. Миротия в пореформенной России (1864-1917 гг.): особенности организации в Вологодской губернии: Дис. ...канд. юрид. наук. Москва, 2010. 209 с. С. 130.
5. К № 400457 - 1864, Января 1. Приложение к п. «а» ст. 25 Положения о земских учреждениях. Расписание количества земли, дающего право на избрание Гласных в Уездные Земские Собрания // Полное собрание законов Российской Империи. Собрание 1825 - 1881: Том 39 (1864): Часть 3: Штаты и табели. 713 с. С. 3.
6. Судебные уставы 20 ноября 1864 года с разъяснениями их по решениям Кассационных департаментов Правительствующего сената в 1866, 1867, 1868 и 1869 гг. М., 1870. – 1031 с. С. 67.
7. Высочайше утвержденное 20 ноября 1864 года Учреждение судебных установлений // ПСЗРИ С. II Т. XXXIX № 41475. Ст. 27.
8. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Тотемскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 31 марта. № 13. С. 14.
9. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Вологодскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 14 апреля. № 15. С 2-3.
10. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Грязовецкому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 21 апреля. № 16. С. 2-4.
11. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Кадниковскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 21 апреля. № 16. С. 4-5.
12. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Вологодскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 28 апреля. № 17. С 2-4.
13. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Вологодскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 5 мая. № 18. С. 4-6.
14. Список лиц, имеющих право быть избранными в мировые судьи по Кадниковскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1873. 5 мая. № 18. С. 6-7
15. Список лиц, имеющих право на занятие должностей мировых судей по Усть-Сысольскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1882. 31 мая. № 41. С. 3.
16. Список лиц, имеющих право на занятие должностей мировых судей по Сольвычегодскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1882. 7 июня. № 43. С. 3.
17. Список лиц, имеющих право на занятие должностей мировых судей по Никольскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1882. 14 июня. № 45. С. 2.
18. Список лиц, имеющих право на занятие должностей мировых судей по Яренскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1882. 21 июня. № 47. С. 2.
19. Список лиц, имеющих право на занятие должностей мировых судей по Великоустюгскому уезду Вологодской губернии // Вологодские губернские ведомости. 1882. 21 июня. № 47. С. 2.
20. Ефремова Н.Н., Немытина М.В. Местное самоуправление и юстиция в России, 1864 -

1917 г. // Государство и право. 1994. № 3. С. 126- 133.

# ЭКОНОМИКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 656

Дата публикации: 23.11.2015

## Мычка С.Ю. Направления развития логистической оптимизации деятельности предприятий АПК

Directions development of logistic activity optimization AIC enterprises

Мычка С.Ю.  
старший преподаватель  
Воронежский экономико-правовой институт  
г. Воронеж, Россия

Mychka S.Yu.  
Senior Lecturer  
Voronezh Institute of Economics and Law  
Voronezh, Russia

### **Аннотация:**

Предмет/тема. Эффективность агропромышленного производства во многом зависит от материально-технического обеспечения и производственного обслуживания сельских товаропроизводителей. Это очень важная проблема, так как более 80% тракторов, комбайнов и грузовых автомобилей абсолютного большинства сельско-хозяйственных предприятий превысили нормативный срок амортизации и не могут больше эксплуатироваться. Старая техника постоянно нуждается в ремонте и поддержании работоспособности. Кроме того, многие машины устарели как морально, так и технически, их производственные характеристики не соответствуют современным требованиям и значительно отстают от зарубежных аналогов. В этой связи возрастает необходимость оптимизации логистической системы предприятий АПК.

Цели/задачи. Целью данной работы является обоснование приоритетных направлений оптимизации логистических потоков предприятий АПК.

Методология. В настоящей работе с помощью методов экономико-математического моделирования определены критерии оптимальности совокупных логистических затрат.

Результаты. В результате работы были предложены перспективные направления логистической оптимизации в системе АПК с учетом выбранной логистической стратегии предприятия.

Выводы/значимость. Сделан вывод о том, что разработка и внедрение оптимизации логистических процессов в АПК представляет собой необходимый процесс в рамках функционирования предприятия с целью повышения конкурентоспособности его на рынке, а также максимизации получаемой прибыли при оптимизации издержек.

### **Abstract:**

The subject. The efficiency of agricultural production depends on logistics and industrial service agricultural producers. This is a very important issue, as more than 80% of tractors, combines and trucks absolute majority of agricultural enterprises exceeded the standard period of amortization and can no longer be used. Old appliances are constantly in need of repair and maintenance efficiency. In addition, many machines are outdated both morally and technically, their operating characteristics do not meet modern requirements and are far behind their foreign counterparts. In this regard, it is increasing the need to optimize the logistics system of agricultural enterprises.

Objectives. The aim of this work is to study the priorities to optimize logistic flows of agricultural enterprises.

Methodology. In this paper, using the methods of economic-mathematical modeling the criteria of optimality total logistics costs.

Results. As a result, work has been offered promising areas of logistics optimization in the agro-industrial complex in view of the chosen logistics strategy.

Conclusions. It is concluded that the development and implementation of the optimization of logistic processes in the agricultural sector is a necessary process in the framework of the enterprise in order to increase its competitiveness in the market, as well as maximizing the profits generated by optimization of costs.

**Ключевые слова:** логистика, оптимизация, логистические системы, транспортные издержки, повышение конкурентоспособности.

**Keywords:** logistics, optimization, logistics systems, transport costs, increasing competitiveness.

На современном этапе развития рыночной экономики России все большее значение приобретает обеспечение устойчивой конкурентоспособности предприятия. Применение логистического подхода при реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия в настоящее время становится предметом отдельного рассмотрения, как со стороны теоретического подхода, так и с практической стороны [1]. Организации, которые достигают стратегических преимуществ в связи с наличием компетентности в логистике, определяют характер конкурентности в своих отраслях хозяйствования [2].

Логистическая система представляет собой систему с обратной связью, которая выполняет те или иные логистические функции в организации. Чаще всего, она включает в себя несколько подсистем и имеет развитые связи с внешней средой, влияющей на деятельность организации (Рисунок 1). Целью логистической системы является доставка товаров и услуг в конкретное заданное место, в определенном количестве и ассортименте при заданном уровне издержек.

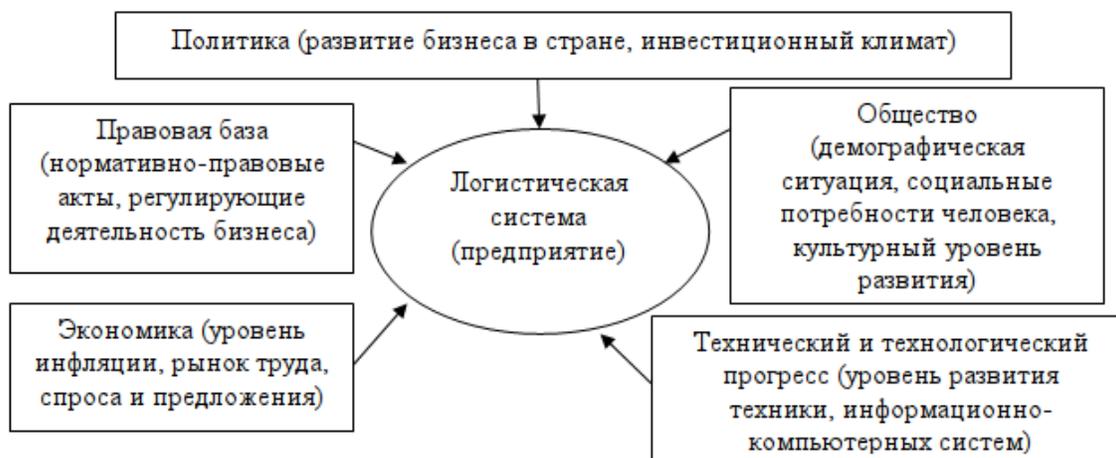


Рисунок 1 – Внешние факторы влияния на логистическую систему

Оптимизация логистической системы предприятий АПК выступает как процедура поиска, оценки, выбора, проектирования и внедрения повышения качества в логистических подсистемах (закупки, автотранспорт, склад, планирование, распределение, сервис и др.) с учетом выбранного метода согласно логистической стратегии предприятия.

В качестве критерия оптимальности логистических процессов выступает прибыль организации. Она является количественной оценкой деятельности фирмы, однако, на уровень прибыльности оказывают влияние и другие факторы производственного, хозяйственного, финансового функционирования предприятия. Следовательно, выделить вклад логистики в суммарный состав прибыли затруднительно. Поэтому в качестве критерия оптимальности выделим применение показателя минимума приведенных совокупных затрат.

$Sp + Sob \rightarrow \min$ , где

$Sp$  – издержки производства;

$Sob$  – издержки обращения.

Различают несколько видов логистической оптимизации в системе АПК [3-7]:

- оптимизация численности автотранспортных средств и обслуживающего персонала;
- процедура поиска лишних, дублирующих, вредных и ненужных функций, перестройка бизнес-процессов с высвобождением и/или перепрофилированием сотрудников на другие должностные обязанности. Часто под оптимизацией численности в России понимают сокращение персонала, что приводит к дальнейшему искажению термина. На самом деле оптимизацией численности нужно заниматься всегда, только в зависимости от стадии жизненного цикла компании в период роста – оптимизация направлена больше на ограничение роста численности, а в период стабилизации и стагнации – на поиск и повышение производительности работы сотрудников;
- оптимизация автотранспортных затрат компании;
- процедура оценки, поиска и выбора вариантов реализации операционных логистических функций. Одним из подвидов логистической оптимизации затрат является аутсорсинг логистики. Аутсорсинг логистики – это процедура вывода за пределы компании функционала, сотрудников логистики и пр. “для получения лучшего обслуживания за меньшие деньги”. В условиях российской действительности чаще всего встречается складской, транспортный и hr аутсорсинг. Это, в частности, особенно актуально либо для компаний только выходящих на рынок, либо для проведения региональной экспансии. Следует отметить, что на основе проведенного компанией Bestlog анализа возможных вариантов складского аутсорсинга, например, ключевым фактором выводить или нет склад на аутсорсинг для торговой компании – следует считать штучные складские операции. Поскольку сложившаяся тарификация компаний

аутсорсеров по штучной приемке, комплектации и отгрузке – увеличивает бюджет логистики прямо пропорционально росту объема продаж и обороту склада, поэтому важно при оптимизации логистических затрат учитывать не только возможности рынка, но и соизмерять их с текущими и будущими потребностями компании;

– оптимизация логистической цепи поставок – представляет собой комплексную процедуру выбора и взаимного согласования требований к логистическим системам партнеров цепи поставок для достижения единой цели с оптимизацией по критерию эффективности. Например, консультанты Bestlog принимали участие в проектировании и внедрении системы логистических требований треуровневой эшелонированной цепи поставок “Поставщик-Завод-Потребитель”. Суть оптимизации – достижение быстрого вывода новинки на рынок. Уже сегодня глобальные компании конкурируют не только благодаря собственной логистике, а благодаря отлаженной и быстрой цепи поставок.

Таким образом, разработка и внедрение оптимизации логистических процессов в АПК представляет собой необходимый процесс в рамках функционирования предприятия с повышения конкурентоспособности его на рынке, а также максимизации получаемой прибыли при оптимизации издержек.

#### Библиографический список

1. Баутин В.М., Мычка С.Ю. Развитие инвестиционного потенциала регионов в условиях нестабильности мировой экономики// Территория науки. 2015. № 4. С. 154-158.
2. Кузьменко Н.И. Научные подходы к определению понятия «Логистика»// Территория науки. 2014. Т. 2. С. 84-87.
3. Макаров И.Н., Макаров О.А. Анализ основных тенденций развития рынка грузоперевозок и грузовой работы железнодорожного транспорта Российской Федерации// Успехи современной науки. 2015. №1. С. 43-47
4. Мычка С.Ю., Шаталов М.А. Аутстаффинг в системе оптимизации бизнес-процессов организации// Территория науки. 2015. № 2. С. 121-124.
5. Мычка С.Ю. Проблемы экономики труда и управления персоналом// Перспективы инновационного развития современного мирового сообщества: экономико-правовые и социальные аспекты Материалы Международной юбилейной научно - практической конференции ВЭПИ-ВГЛТА-201 : в 5 - ти томах. Главный редактор С. Л. Иголкин, ответственный редактор Т. Л. Безрукова, А. Э. Ахмедова. 2012. С. 158-160.
6. Петрова И.А., Краснова Н.А. Проблемы реализации инновационно-инвестиционной стратегии в АПК// Агропродовольственная экономика. 2015. № 1. С. 20-26.
7. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Организационно-экономические аспекты кластерного развития предприятий АПК // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2014. Т. 2. № 5-3 (10-3). С. 459-463.

# МИРОВОЙ АПК

УДК 33

Дата публикации: 01.11.2015

## Ибраева А.К., Токсеитова А.С., Акишева Д.М., Шакаримова Г.М. Проблемы модернизации и инновационного развития агропромышленного комплекса Казахстана

Problems of modernization and innovative development agro-industrial complex of Kazakhstan

Ибраева Алия Кабышевна  
Токсеитова Асель Сембаевна  
Акишева Дана Муратбековна  
Шакаримова Гульжан Мырзатаевна

Государственный университет имени Шакарима города Семей

Ibrayeva Aliya  
Tokseitova Asel' Sembaevna  
Akisheva Dana Muratbecovna  
Shakarimova Gul'zhan Myrzataevna

State University Shakarim Semey

**Аннотация:** В статье рассмотрены эффективные пути устойчивого развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан в условиях глобального экономического и продовольственного кризиса мировой экономики. В данных условиях особую значимость приобретает определение направлений способного обеспечить продовольственную и экономическую безопасность государства, а также сохранить и усилить национальную независимость страны. Дана оценка результатов реформ, проведенных в аграрном секторе в период перехода к рыночной экономике, выявлены наиболее актуальные проблемы и факторы, препятствующие его устойчивому развитию.

**Abstract:** The article discusses effective ways of sustainable development of agriculture of the Republic of Kazakhstan in the global economic and food crisis in the world economy. In these circumstances, particular significance determination areas capable of providing food and economic security of the state, as well as to preserve and strengthen the national independence of the country. The evaluation of the results of reforms in the agricultural sector in the period of transition to a market economy, identified the most pressing problems and obstacles to its sustainable development.

**Ключевые слова:** экономика, агропромышленный комплекс, экспорт, производство, рынок

**Keywords:** economy, agriculture, exports, industry, market.

Сельское хозяйство является одной из ключевых отраслей Казахстана. Уровень развития аграрного сектора всегда выступал и продолжает выступать определяющим фактором экономической и общественно-политической стабильности казахстанского общества.

Являясь одним из приоритетных направлений развития экономики республики, сельское хозяйство располагает огромным потенциалом и большими резервами. Разнообразные климатические условия Казахстана позволяют выращивать почти все культуры умеренного теплого пояса и развивать животноводство.

Аграрный сектор Казахстана имеет следующие характеристики:

общая площадь земель сельскохозяйственного назначения – 222,6 млн.га, из них под пашней находится 24 млн.га (10,8%), сенокосами 5 млн.га (2,2%), пастбищами 189 млн.га (85%);

численность сельского населения – 7,3 млн.человек, или 47,2% от общей численности населения страны;

резко выражена горизонтальная и вертикальная зональность почвенного и растительного покрова. В лесостепной и степной зонах находится 10% всех земель, в полупустынной и пустынной – 60% в горных областях – около 5%.

все земледельческие зоны страны характеризуются низким количеством годовых осадков – 150-320мм.;

отсутствие выхода к морю, что создает существенные сложности для доступа к внешним рынкам;

самодостаточность обеспечения по большинству продуктов питания, за исключением таких видов продукции, как сахар, растительное масло, мясо птицы, овощи, и фрукты в периоды межсезонья;

специализация северных регионов на выращивании зерновых культур и животноводстве; южные регионы где орошение имеет существенное значение, имеет большую диверсификацию возделываемых культур (зерновые, масличные, плодово-ягодные культуры, овощи, хлопок);

оценка производства валовой продукции сельского хозяйства в 2007 году на 1 га пашни составляет 47,5 тыс.тенге, производство продукции сельского хозяйства на 1 работника, занятого в сельском хозяйстве составляет 453 тыс.тенге;

является крупным экспортером пшеницы и муки (входит в 10-ку мировых экспортеров), значительную долю в общем экспорте сельхозпродукции страны имеют также хлопок (15%), кожа и шерсть (25%);

отрасль животноводства является традиционной для Казахстана, при этом почти 90% скота находится в домашних хозяйствах населения;

средний возраст парка сельхозтехники составляет 13-14 лет, при нормативном сроке эксплуатации 7-10 лет; 70% имеющегося парка сельхозтехники – производства до 1991 года;

ограниченность предложения финансовых услуг сельхозсектору. По оценкам Всемирного банка неудовлетворенная потребность в кредитных ресурсах по самым консервативным оценкам оценивается примерно в 1 млрд.долл.США в год. С целью подъема экономики села за последние пять лет были приняты государственные и отраслевые программы по развитию и поддержке АПК и села, подкрепленные солидными финансовыми ресурсами.

В условиях глобального экономического и продовольственного кризиса в мировой экономике особую значимость приобретает поиск наиболее оптимального пути устойчивого развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан, способного обеспечить продовольственную и экономическую безопасность государства, сохранить и усилить национальную независимость страны. Однако для этого необходимо дать оценку результатов реформ, проведенных в аграрном секторе в период перехода к рыночной экономике, выявить наиболее актуальные проблемы и факторы, препятствующие его устойчивому развитию. Потребность в такой оценке обусловлена новыми задачами, поставленными Президентом Республики Казахстан Н.А.Назарбаевым в Послании народу Казахстана – «Нурлы жол- Путь в будущее Казахстана» «Экономическая политика нового курса – всеобъемлющий экономический

прагматизм на принципах прибыльности, возврата от инвестиций и конкурентноспособности» главная цель государственной политики перед агропромышленным комплексом Казахстана, в своем Послании народу Лидер нации отметил: «необходима масштабная модернизация сельского хозяйства, особенно в условиях растущего глобального спроса на сельхозпродукцию».

В настоящий момент в агропродовольственном комплексе наиболее остро встают следующие проблемы, решение которых невозможно без государственного участия:

1. Информационная поддержка идеи коллективных инвестиций со стороны государства. Информация, исходящая от частных структур, должна основываться на ясно выраженной, однозначной и широко распространяемой информации исходящей от государственных структур.

2. Слабое материально-техническое обеспечение аграрных научных структур, низкая заработная плата работников, снижение качества исследуемых работ.

3. Проблемой является оторванность науки от производства, что ведет к отсутствию востребованности научных знаний для развития отрасли. Наука должна иметь прикладной характер и тесную взаимосвязь с сельскохозяйственным производством.

4. В Республике пока не получили должного развития процессы поддержки аграрной науки со стороны частного сектора.

Поставленные задачи носят многоаспектный характер, что требует первоочередной оценки уровня достижения рыночных отношений в аграрном секторе как крупной экономической системы, дальнейшее эффективное развитие которой во многом зависит от своевременного анализа степени функционирования ее тонких концептуальных элементов, как спрос, предложение, конкуренция, цены, организация управления и т.п. Поэтому в Республике Казахстан, где конъюнктура аграрного рынка находится в постоянном развитии и является крайне нестабильной, указанные проблемы должны постоянно изучаться, для того чтобы аграрный сектор, обладая определенным потенциалом, не отставал от других экономических сфер страны, а система управления государством позволяла корректировать свои действия заблаговременно, обеспечивая постоянный рост продовольственной и экономической безопасности государства, что является одной из важнейших общегосударственных функций страны.

Однако в Казахстане еще не полностью учтены примеры зарубежного опыта эффективного стимулирования роста сельскохозяйственного производства при помощи регулирования со стороны государства (опыт США, Японии, стран Европы и Азии). В результате КНР за 20 лет реформы ВВП увеличился в 6,4 раза. А его среднегодовой прирост составил 9,7%. Китай вошел в число мировых лидеров по сбору зерна и хлопка. По некоторым параметрам, например по объему ВВП, экономической мощи страна приближается к индустриально развитым странам мира. При этом более чем в 10 раз в Китае увеличились импорт и экспорт, в том числе и сельхозпродукции, причем последний доминирует. Кроме того, подобная китайская политика позволила увеличить занятость сельского населения, расширить внутренний рынок, уменьшить зависимость страны от импорта, улучшить торговое сальдо платежного баланса, расширить ассортимент экспорта, а также полнее удовлетворить потребности населения в более дешевом продукте, а промышленности – в сырье. Тогда как в Республике Казахстан при формировании ее сельскохозяйственной политики недостаточно учитывалась необходимость соблюдения баланса между спросом и предложением на определенный вид продукции. Соблюдение такого баланса необходимо для того, чтобы сформировать рациональное соответствие между спросом, потреблением и ценой на каждом виде товарного рынка и этим обусловить не только эффективность системы его функционирования, но и оборачиваемости оборотных средств.

Одним из направлений повышения конкурентноспособности агропромышленного комплекса является вступление Казахстана во Всемирную торговую организацию. В связи с вступлением Казахстана в ВТО агропромышленному комплексу Казахстана предстоит работать

в условиях полной открытости внутренних продовольственных рынков. Именно на решение этой проблемы, решение первоочередных мер по ее реализации, а также сохранение темпов развития сельского хозяйства направлены принятая Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстана на 2013-2020 годы «Агробизнес-2020». Главная задача заключается в производстве конкурентноспособной сельскохозяйственной продукции с углубленной переработкой и высокой добавленной стоимостью на основе кластерного подхода. Для этого необходимо уточнить и утвердить конкурентноспособные параметры производства по видам продукции на ближайшие годы в соответствии с потребностями рынков сбыта. И, конечно, определить специализацию регионов для максимального использования потенциала сельскохозяйственных ресурсов в повышении конкурентноспособности продукции и эффективности мер государственной поддержки. Необходимо также повысить техническую и технологическую оснащенность АПК. Привести в соответствие с международными стандартами систему безопасности и качества сельскохозяйственной продукции. В конечном итоге, необходимо добиться оптимизации производства сельхозпродукции, увеличения экспорта продукции и продуктов ее переработки, повышения доходности аграрного сектора экономики.

#### Библиографический список

1. Бланк ИЛ. Финансовый менеджмент: Учеб. курс. Киев: Ника-Центр: Эльга, 2010.
2. Бригхэм Ю., ГапенскиЛ. Финансовый менеджмент. Полный курс: В 2 т. / Пер. с англ. под ред. В.В. Ковалева. СПб.: СПбГУЭиФ: Экономическая школа, 2007.
3. Ибраева А.К. Формирование системы управления кластером в пищевой промышленности Казахстана / Материалы Международной научно-практической конференции «Современное состояние и перспективы развития экономических наук», РФ, г. Уфа, 18 августа 2014 г. С. 9-11
4. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятий: Пер. с англ. М.: Прогресс, 2009.
5. Коваленко И. Финансовое планирование для бизнеса с большим количеством ЦФО/И.Коваленко// Финансовый директор -2012-№12.-39-45
- 6.Федотова М.Ю. Оценка источников финансирования деятельности организации и пути их оптимизации/ М.Ю.Федотова, О.А.Тагирова//Современные проблемы экономики и образования -2014-№6
7. Финансовый менеджмент: Учебник/ Под ред. Г.Б. Поляка. М.: Финансы: ЮНИТИ, 2010.
8. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: методология и практика / Под ред. Л.Т. Гиляровской. – М.: Финансы и статистика, 2001.
9. Ахметов Д.К. Приоритеты индустриальной стратегии Казахстана // Стратегия и приоритеты экономической политики современной России. – М.: Институт экономики РАН, 2003.
10. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник / Под ред. Н.Ф. Самсонова. – М.: ИНФРА-М, 2003, с. 41

# РЕГИОНАЛЬНЫЙ АПК

УДК 332.338.49

Дата публикации: 15.11.2015

## Карницкая Э.Н., Дмитриева А.Г. Анализ факторов, влияющих на развитие социальной инфраструктуры села Чувашии

Assessment the factor of the villages of the Chuvash influencing development of social infrastructure

1. Э.Н. Карницкая  
2. А.Г. Дмитриева

1. к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерского учета и аудита»  
ФГБОУ ВПО «ННГАСУ»  
e-mail ykq1278@rambler.ru
2. Ст. преподаватель кафедры «Финансы и кредит»  
ФГБОУ ВПО «ЧГСХА»

1. E. Karnitskaya  
2. A. Dmitrieva

1. Ph.D., associate professor of "Accounting and Auditing"  
"Nizhny Novgorod State University of Architecture and Construction"  
e-mail ykq1278@rambler.ru
2. Art. teacher of "Finance and Credit"  
"Chuvash State Agricultural Academy"

**Аннотация:** Факторы, влияющие на развития социальной инфраструктуры села. Взаимосвязь факторов оказывающих влияние на развитие социальной инфраструктуры села. Механизм детализации факторов, развития социальной инфраструктуры села.

**Abstract:** The factors, influencing developments of social infrastructure of the village. Interrelation of the factors having impact on development of social infrastructure of the village. Mechanism of specification of factors, developments of social infrastructure of the village.

**Ключевые слова:** Факторы, влияющие на развитие социальной инфраструктуры, детализация факторов оказывающих влияние на развитие социальной инфраструктуры села.

**Keywords:** The factors influencing development of social infrastructure, specification of the factors having impact on development of social infrastructure of the village.

*Рецензия на статью дана Кабановым В.Н., д.э.н., профессором кафедры экономики, менеджмента и агроконсалтинга ФГБОУ ВПО "ЧГСХА"*

Проводимые в последние годы на территории Чувашии реформы, призваны улучшить ситуацию на селе. Свидетельством является республиканская целевая программа «Социальное развитие села Чувашской Республики до 2020 года», ранее существовала до 2013 г.

На развитие сельских территорий региона существенное влияние оказывают факторы, влияние которых неоднозначно.

Выделяются различные факторы оказывающие влияние на устойчивое развитие социальной инфраструктуры, с этой целью целесообразно рассмотреть мнение различных авторов.

А. В. Костарев применительно к социальной инфраструктуре сельских муниципальных образований предлагает разделить факторы на две большие группы: на регулируемые и нерегулируемые (рис. 1) [1].



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на эффективность развития социальной инфраструктуры сельского муниципального образования

К регулируемыми факторами относятся те, в которых принятие управленческих решений осуществляется непосредственно органами местного самоуправления, то есть самим муниципальным образованием на территории сельского поселения.

В то время как нерегулируемые факторы не являются компетенцией органов местного самоуправления, но при этом влияют на развитие социальной инфраструктуры муниципального образования, вносить изменения в данные факторы муниципальным органам власти нельзя.

Ю. А. Большакова продолжила обобщение и предложила свою классификацию. К внешним факторам относятся те, что возникают на уровне макроэкономической системы, внутренние – действуют на уровне региональной социальной инфраструктуры. Внешние факторы классифицируются на прямые и косвенные, прямые оказывают непосредственное воздействие на уровень социальной устойчивости сельской местности. Косвенные оказывают опосредованное влияние на состояние и уровень устойчивости (табл. 1) [2].

Таблица 1 – Классификация факторов, влияющих на устойчивое развитие социальной инфраструктуры сельских территорий

Внешние факторы		Внутренние факторы	
Факторы косвенного воздействия	Факторы прямого воздействия	Объективные факторы:	Субъективные факторы:
Уровень научно-технического развития	Состояние инженерной инфраструктуры в сельской местности	Размещение, специализация и концентрация объектов социальной инфраструктуры в соответствии с местной спецификой	Уровень квалификации специалистов в социальной сфере
Природно-географические факторы	Демографическая ситуация	Качество и конкурентоспособность услуг социальной инфраструктуры, предоставляемых сельскому населению	Организация и управление работой учреждений социальной инфраструктуры
Культурно-исторические особенности сельской местности	Рыночная инфраструктура	Потенциал и ресурсная база предприятий	Активное участие работников в саморазвитии предприятий в сельской местности
Алкоголизация села и уровень преступности	Уровень развития сельскохозяйственного производства	Инвестиционная привлекательность сельской социальной инфраструктуры	Менталитет, традиции и обычаи сельского населения
Политическая и экономическая ситуация	Государственная поддержка и государственное регулирование		Уровень жизни сельских жителей

Факторами устойчивого развития социальной инфраструктуры сельских территорий являются: научно-техническое развитие, природно-географическое местоположение региона, а также экономическая ситуация на селе. Снижение данных показателей послужит индикатором ухудшения ситуации в поселении.

М. О. Подпругина выделяет 7 факторов устойчивого развития региона, которые включают в себя:

- 1) экологические факторы:
  - природно-климатические условия;
  - техногенные загрязнения;
- 2) финансово-экономические факторы:
  - стабильность бюджета региона, независимость от дотаций, трансфертов из федерального бюджета;
  - участие региона в федеральных целевых программах, приоритетных национальных проектах, стратегиях развития макро регионов;
  - деятельность кредитных учреждений, страховых компаний и т.д.;
  - влияние экономической нестабильности;
- 3) промышленно-производственные факторы:
  - наличие мощной производственной базы;
  - наличие на территории региона минеральных ресурсов;

– зависимость региона от монополий (нефтяных, газовых монополий, предприятий электроэнергетики и теплоэнергетики, железной дороги, телекоммуникационных компаний и т.д.);

4) наличие в регионе развитой инфраструктуры:

– наличие и состояние в регионе автодорожной сети, железных дорог, аэродромов, речных и морских портов;

– связь, телекоммуникации, доступность интернета;

– рыночная инфраструктура;

5) продовольственная безопасность региона:

– состояние сельского хозяйства региона;

– состояние торговой сети;

– наличие и развитие перерабатывающих предприятий;

– деятельность вертикально-интегрированных комплексов в АПК;

6) региональный маркетинг:

– узнаваемость региона в федеральных СМИ;

– бренды региона;

– национальные, региональные праздники, торжества;

7) социальная сфера, культура, общественная деятельность:

– развитая социальная сфера;

– научные, образовательные учреждения;

– наличие квалифицированных трудовых ресурсов и рабочих мест;

– учреждения культуры и искусства, мероприятия и др.;

– деятельность общественных организаций (некоммерческих, экологических, студенческих, профсоюзы и т.д.);

– межнациональные, межрелигиозные отношения [3].

На наш взгляд применительно к развитию сельской социальной инфраструктуры с учетом региональных особенностей, прямое значение имеет экологический фактор, который служит гарантом продовольственной безопасности, как самого региона, так и страны в целом. С точки зрения маркетингового фактора, который как нам кажется связан с экологическим, но не освещен автором, узнаваемость региона возможна если производить экологически чистую продукцию, выращенную на экологически чистых территориях. Продовольственная безопасность, так же на наш взгляд имеет связь с экологическим фактором, что автором не отражено, в приведенной группировке факторов. На наш взгляд факторы можно было сгруппировать по определенным однородным признакам, что выглядело бы менее громоздко, поскольку некоторые факторы повторяют друг друга. В то же время все представленные факторы имеют определенную зависимость, тем самым оказывая влияние на развитие сельской социальной инфраструктуры.

Изучив различные подходы по классификации факторов оказывающих влияние на развитие сельской социальной инфраструктуры, нами предлагается следующая (табл. 2).

Таблица 2 - Классификация факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие сельской социальной инфраструктуры (авторская разработка)

Внутренние факторы (влияние на уровне сельских муниципальных образований):		Внешние факторы (влияние на уровне страны, республики, края, области):	
<p><u>регулируемые:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- состав и структура управления сельским муниципальным образованием;</li> <li>- инвестиционный потенциал села;</li> <li>- экологическая обстановка;</li> <li>- уровень благосостояния населения;</li> <li>- уровень занятости населения;</li> <li>- уровень обеспеченности населения элементами благоустройства;</li> <li>- уровень цен и тарифов на элементы благоустройства;</li> <li>- уровень развития социальной инфраструктуры;</li> <li>- уровень развития производственной сферы;</li> <li>- степень участия предприятий в развитии сельской социальной инфраструктуры</li> <li>- уровень образования сельского населения;</li> <li>- уровень преступности.</li> </ul>	<p><u>нерегулируемые:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- местоположение сельского муниципального образования;</li> <li>- природно-климатические условия на территории муниципального образования;</li> <li>- демографическая ситуация;</li> <li>- наличие полезных природных ресурсов;</li> <li>- менталитет, традиции и мировоззрение народа.</li> </ul>	<p><u>регулируемые:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уровень научно-технического развития;</li> <li>- целевая подготовка квалифицированных кадров для села;</li> <li>- государственная поддержка села и законодательное регулирование перспектив развития села;</li> <li>- общественно-политическая ситуация;</li> <li>- экономическая ситуация;</li> <li>- транспортное обслуживание сельских населенных пунктов;</li> <li>- развитость предприятий по переработке сельхозпродукции;</li> <li>- уровень развития кредитных и финансовых институтов;</li> <li>- регулирование системы расселения населения на территории сельских поселений;</li> <li>- уровень развития экотуризма на территории сельских муниципальных образований.</li> </ul>	<p><u>нерегулируемые:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- природно- климатические и географические условия территории;</li> <li>- демографическая ситуация на территории;</li> <li>- уровень преступности на территории;</li> <li>- уровень экономической активности населения на территории.</li> </ul>

Внутренние факторы (влияние на уровне сельских муниципальных образований):

Внешние факторы (влияние на уровне страны, республики, края, области):

регулируемые:

- состав и структура управления сельским муниципальным образованием;
- инвестиционный потенциал села;
- экологическая обстановка;
- уровень благосостояния населения;
- уровень занятости населения;
- уровень обеспеченности населения элементами благоустройства;
- уровень цен и тарифов на элементы благоустройства;
- уровень развития социальной инфраструктуры;
- уровень развития производственной сферы;
- степень участия предприятий в развитии сельской социальной инфраструктуры
- уровень образования сельского населения;
- уровень преступности.

нерегулируемые:

- местоположение сельского муниципального образования;
- природно-климатические условия на территории муниципального образования;
- демографическая ситуация;

- наличие полезных природных ресурсов;
- менталитет, традиции и мировоззрение народа.

регулируемые:

- уровень научно-технического развития;
- целевая подготовка квалифицированных кадров для села;
- государственная поддержка села и законодательное регулирование перспектив развития

села;

- общественно- политическая ситуация;
- экономическая ситуация;
- транспортное обслуживание сельских населенных пунктов;
- развитость предприятий по переработке сельхозпродукции;
- уровень развития кредитных и финансовых институтов;
- регулирование системы расселения населения на территории сельских поселений;
- уровень развития экотуризма на территории сельских муниципальных образований.

нерегулируемые:

- природно- климатические и географические условия территории;
- демографическая ситуация на территории;
- уровень преступности на территории;
- уровень экономической активности населения на территории.

Так по отношению к субъекту исследования факторы делятся на внешние и внутренние, с разделением каждой группы по уровню принятия управленческих решений на регулируемые и нерегулируемые.

К регулируемым факторам относятся те, на которые возможно оказывать влияние с точки зрения принятия управленческих решений. К нерегулируемым факторам относятся те, на которые органы управления оказать влияние не могут.

Среди регулируемых внутренних факторов наиболее существенными на наш взгляд являются:

- состав и структура управления сельским муниципальным образованием, инвестиционный потенциал села,
- экологическая обстановка,
- уровень благосостояния населения,
- уровень безработицы среди населения,
- уровень обеспеченности населения элементами благоустройства,
- уровень развития социальной инфраструктуры,
- уровень развития производственной сферы,
- степень участия предприятий в развитии сельской социальной инфраструктуры,
- уровень образования среди сельского населения;
- уровень преступности.

Состава управления и структура управления сельским муниципальным образованием оказывает существенное влияние на выбор стратегии развития отдельно взятой территории.

Инвестиционный потенциал села – это потенциал возможностей, способствующих развитию отдельно взятой территории.

Экологическая обстановка, представляет собой состояние окружающей среды.

Уровень благосостояния населения, представляет собой реальные доходы населения, объем накопления, потребления и расходования средств населения.

Уровень занятости населения представляет собой количественный состав местного населения занятого на производстве, само занятого, а также количественный состав безработного населения.

Уровень обеспеченности населения элементами благоустройства, включают в себя

протяженность автомобильных дорог, обеспеченность населения питьевой водой, газом, канализационной системой, системой водоснабжения и водоотведения.

Уровень цен и тарифов на элементы благоустройства, по закону устанавливается и регулируется местными органами власти, тарифы должны быть оптимальны и привлекательны для местного населения.

Уровень развития производственной сферы, характеризуется развитием промышленно-производственного потенциала на отдельно взятой территории.

Степень участия предприятий в развитии сельской социальной инфраструктуры, заключаются в механизмах стимулирования, направлении расходования денежных средств, высвободившихся в результате применения законом установленных налоговых льгот, как на территории предприятия, так и на отдельно взятой территории по объектам сельской социальной инфраструктуры.

Уровень образования среди сельского населения, характеризуется наличием кадрового потенциала по уровню образования: с незаконченным средним образованием, со средним образованием, бакалавры, специалисты, магистры и т.д.

Уровень преступности, определяется наличием мер со стороны органов местного самоуправления ограничивающих преступную деятельность среди местного населения.

Среди не регулируемых внутренних факторов можно выделить:

- местоположение сельского муниципального образования;
- природно-климатические условия на территории муниципального образования;
- демографическая ситуация;
- наличие полезных природных ресурсов;
- менталитет, традиции и мировоззрение народа.

Местоположение сельского муниципального образования, характеризуется удаленностью от основных транспортных узлов, удаленностью от крупных населенных пунктов.

Природно-климатические условия на территории муниципального образования, представлено плодородием почвы, ландшафтом местности, уровнем температур, влажностью воздуха, количеством выпавших осадков, рельефом местности, наличием водоемов и подземных источников.

Демографическая ситуация, включает в себя состав и структуру населения сельского муниципального образования.

Наличие полезных природных ресурсов, в состав которых включены лесные ресурсы, водные ресурсы, полезные ископаемые на территории сельского муниципального образования.

Менталитет, традиции и мировоззрение народа населяющего сельское муниципальное образование, включая в себя светское и религиозное мировоззрение.

Существенное значение на развитии сельской социальной инфраструктуры оказывают внешние регулируемые факторы, наиболее существенными среди них на наш взгляд являются:

- уровень научно-технического развития;
  - целевая подготовка квалифицированных кадров для села;
  - государственная поддержка села и законодательное регулирование перспектив развития села;
  - общественно – политическая ситуация;
  - экономическая ситуация;
  - транспортное обслуживание сельских населенных пунктов;
  - развитость предприятий по переработке сельхозпродукции;
  - уровень развития кредитных и финансовых институтов;
  - регулирование системы расселения населения на территории сельских поселений;
  - уровень развития экотуризма на территории сельских муниципальных образований.
- Уровень научно-технического развития, влияет на протекающие в производственной

сфере процессы, которые и по сегодняшний день достаточно трудоемки и малопривлекательны для трудоспособной молодежи, поэтому необходимо внедрение современных опытно – конструкторских разработок, новых технологий, новых сортов семян и т.п. конкретно как для сельского хозяйства, так и в остальных отраслях;

Целевая подготовка квалифицированных кадров для села должна осуществляться, с учетом потребностей в квалифицированных кадрах на местах.

Государственная поддержка и законодательное регулирование перспектив развития села, заключается в создании определенных условий, обеспечивающих комплексное развитие инфраструктуры территории.

Общественно-политическая ситуация, как фактор характеризуется элементами общественного мнения, согласованностью среди населения, относительно ситуации как социальной, так и политической направленности.

Экономическая ситуация, это состояние дел в экономике страны (региона) на текущий момент, проведение маркетинговых исследования рынка, которые позволяют определить перспективу дальнейшего развития экономики в целом.

Транспортное обслуживание сельских населенных пунктов, характеризуется доступностью населенных пунктов для населения перемещающегося из одного населенного пункта в другой, по мере необходимости.

Развитость предприятий по переработке сельхозпродукции, определяется наличием предприятий по переработке сельхоз продукции за пределами сельских населенных пунктов.

Уровень развития кредитных и финансовых институтов, определяется возможностью получения кредитных средств, для финансирования сельскохозяйственной отрасли, малых предприятий сельскохозяйственной направленности, а также отраслей способствующих развитию сельской социальной инфраструктуры.

Регулирование системы расселения населения на территории сельских поселений, равномерное размещение население в соответствии с возможностями трудоустройства на отдельно взятой территории.

Уровень развития экотуризма на территории сельских муниципальных образований, возможность прикоснуться к истокам развития нашей цивилизации.

Рассмотренные группы факторов свидетельствуют о необходимости их дальнейшего изучения с целью достижения устойчивого развития сельской социальной инфраструктуры. Влияние данных факторов, очевидно, оно продиктовано мерами государственной поддержки по развитию сельских поселений до 2020 года.

Механизмом государственной поддержки служит трехуровневая система финансирования. Она осуществляется за счет бюджетов трех уровней федерального, регионального и местного. Это даёт право выбора, для участия в программе, чем и обосновывается заинтересованность муниципальных образований, поскольку тяжесть возникающих финансовых расходов компенсируется за счет федерального и регионального бюджетов, что является посильным бременем для сельских поселений. На наш взгляд цель государственной программы заключается не в постоянно финансировании сельских поселений, а в возможности воспользоваться выделенными средствами и в дальнейшем суметь перейти на новую ступень развития как «самокупаемость территорий».

К внешним нерегулируемым факторам относятся:

- природно – климатические и географические условия территории;
- демографическая ситуация на территории;
- уровень преступности на территории;
- уровень экономической активности населения на территории.

Предложенная нами классификация факторов позволяет учесть элементы, влияющие на устойчивое развитие сельской социальной инфраструктуры, результативным фактором

(признаком) выступает среднесписочная численность населения, проживающая на территории сельского поселения поскольку изменение численности сельского населения свидетельствует в его случае сокращения об ухудшении ситуации на территории сельских поселений, увеличение говорит об обратном.

Численность населения в сельских поселениях необходимо рассматривать как результативный признак при проведении анализа влияния факторов на уровень развития сельской социальной инфраструктуры, поскольку именно к численности населения имеют отношение все вышеперечисленные факторы развития сельских поселений, а правильно выбранная методика позволит выявить факторы положительно и отрицательно влияющие на развития сельской социальной инфраструктуры и она должна отражать:

– план развития сельских поселений Чувашии, которое основано на мерах государственной поддержки до 2020 года.

– комплексное развитие «Село образующей» отрасли сельское хозяйство, которое призвано способствовать развитию социальной инфраструктуры села.

#### Библиографический список

1. Костарев, А. В. Стратегия развития социальной инфраструктуры сельского муниципального образования: дисс. на соискание ученой степени 153 канд. экон. наук 08.00.05 / Александр Владимирович Костарев. – Пермь. – 2004. – 167 с.

2. Большакова, Ю. А. Обеспечение устойчивого развития социальной инфраструктуры сельских территорий: дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук 08.00.05 / Юлия Александровна Большакова. – Княгинино – 2014. – 185 с.

3. Заглавие с экрана Креативная экономика, журнал «Российское предпринимательство» № 24 (222) за 2012 год, стр. 214-221 автор Подпругина М.О. статья «Устойчивое развитие региона: понятие, основные подходы и факторы». , режим доступа свободный, путь

4. Дмитриева, А. Г.; Карницкая Э, Н Взаимосвязь индикаторов устойчивого развития и их влияние на социальную инфраструктуру сельских поселений. // Научное обозрение. - 2014 № 8. - С.783-788

5. Постановление Кабинета Министров Чувашской Республики от 25 декабря 2002 г. N 335 О республиканской целевой программе «Социальное развитие села в Чувашской Республике до 2013 года» [Электронный ресурс] URL: <http://base.garant.ru/17547929/#ixzz3PDdi35S4> (дата обращения: 08.03.2015)

УДК 63.637

Дата публикации: 27.11.2015

## **Кутяева Т.Е. Современное состояние молочной отрасли в регионе**

Current state of dairy industry in the region

Кутяева Татьяна Евгеньевна  
преподаватель кафедры "Экономика и автоматизация бизнес-процессов", Нижегородский  
государственный инженерно-экономический университет, г. Княгинино

Tatiana E. Kutyaeva  
Lecturer of the Department "Economics and business process automation " , Nizhny Novgorod State  
Engineering and Economic University, Knyaginino

**Аннотация:** Молоко в питании человека занимает очень важное место. Оно насыщает

организм целым рядом важных питательных веществ. Качество и количество получаемого молока во многом зависит от развития кормовой базы и оптимальности ее использования. В Российской Федерации данная проблема является серьезной, что подтверждается данными FAO за 2013 год: по удою молока на корову РФ занимает седьмое место в мире – 3,9 тонны в год, пропустив вперед такие страны как США (9,3 т.), Великобритания (7,7 т.), Германия (7,5 т.), Франция (6,8 т.), Австралия (5,0 т.), Китай (4,4 т.). При этом если сравнить соотношение валового производства молока в США и РФ, то оно также составит примерно как 1:3. Молочное скотоводство в составе сельского хозяйства занимает особое место и в значительной мере определяет экономическую эффективность сельскохозяйственного производства.

**Abstract:** The milk in human nutrition is a very important place. It saturates the body with a number of important nutrients. The quality and quantity of milk received depends largely on the development of food supply and its optimality. In the Russian Federation, this problem is serious, which is confirmed by FAO for 2013: udder yield of milk per cow of Russia is ranked seventh in the world - 3.9 tonne year, behind such countries as the United States (9.3 m.), the UK (7.7 m.), Germany (7.5 m.), France (6.8 m.), Australia (5.0 tons. ), China (4.4 m.). At the same time if we compare the ratio of the gross production of milk in the United States and Russia, it will also be about 1: 3. Dairy cattle farming as part of a special place, and largely determines the economic efficiency of agricultural production.

**Ключевые слова:** производство, молоко, импорт, экспорт, поголовье, зависимость

**Keywords:** production, milk, import, export, livestock, dependence

Молочное скотоводство в составе сельского хозяйства занимает особое место и в значительной мере определяет экономическую эффективность сельскохозяйственного производства.

От устойчивого и поступательного развития молочного скотоводства в значительной мере зависит эффективность функционирования агропромышленного комплекса в целом и обеспеченность населения молочными продуктами.

Производство молока в Нижегородской области сократилось за 14 лет на 27,7 %, в частности незначительно сократилось производство в сельскохозяйственных организациях на 3,2 %, а производство молока в хозяйствах населения не достигло и трети уровня 2000 года. Более чем в 9 раз выросло производство молока крестьянско-фермерскими хозяйствами, это отчасти можно объяснить тем, что для развития подсобных хозяйств хозяйствам населения пришлось зарегистрировать КФХ. Падение объемов производства прекратилось в 2009 году, а с 2011 года наблюдается некоторый рост, несмотря на сокращение поступлений молока от хозяйств населения.

Сокращение производства объясняется падением численности поголовья коров молочного направления. Данные говорят о том что, темпы сокращения поголовья резко снизились в 2009 году, и это повлияло на рост объемов производства.

В целом по Нижегородской области поголовье коров молочного направления сократилось более чем, на половину, чуть меньшее сокращение – 48 % наблюдается в сельскохозяйственных организациях, численность животных в хозяйствах населения не достигла даже четверти численности 2000 года. Большой прирост поголовья, почти в 8 раз, показали КФХ.

Снижение и рост производства молока находится в прямой зависимости от поголовья животных, развивая молочную отрасль следует в первую очередь обеспечить рост или как минимум стабильность численности поголовья коров молочного направления.

Впрочем молоко поступает на перерабатывающие предприятия области не только от нижегородских производителей. Все большие объемы поставляются к нам из за рубежа. Не смотря на имеющиеся ресурсы для развития молочной отрасли, Нижегородская область постепенно теряет позиции преобладания собственного производства над импортом.

Объем импорта молочной продукции в Нижегородскую область за исследуемый период вырос в 4 раза. Хотя темпы этого роста несколько замедлились после 2006 года в 2012 году в Нижегородскую область было импортировано 393 тыс. тонн, молока, что составляет 64,2 % от объема его производства на территории области. Такой уровень зависимости не позволяет нам говорить о самообеспеченности области по данному продукту питания.

Тенденции сокращения собственного производства молочной продукции, обостряются ростом их личного потребления населением. Рост личного потребления за исследуемый период составил 11 %, населению приходится удовлетворять потребность в молочных продуктах приобретая импортные товары.

Не смотря на рост личного потребления молока, его производственное потребление, то есть использование в качестве сырья для молочных продуктов сократилось почти на половину – 48 %. Рост экспорта молока на 70 % можно объяснить сокращением производственного потребления. Отечественные переработчики испытывают трудности с обеспечением конкурентоспособности своей продукции по сравнению с зарубежными аналогами.

Главной задачей данного направления Районной целевой программы «Развитие агропромышленного комплекса Княгининского района Нижегородской области на 2013-2020 годы» утвержденной Постановлением администрации Княгининского района от 21.05.2013 № 698 является обеспечение населения Княгининского и близлежащих районов, жителей г. Н. Новгорода продуктами питания высокого качества, в основном за счет отечественного сельскохозяйственного производителя, что позволит решить важнейшую социально-экономическую задачу по сохранению и улучшению здоровья населения.

Рост производства животноводческой продукции во всех муниципальных образованиях области, согласно программе, будет идти на основе интенсификации производства, повышения продуктивности животных, что позволит значительно снизить себестоимость производства единицы продукции. Данной программой предполагается повышение уровня воспроизводства стада за счёт высококачественного кормления, отвечающего физиологической потребности животных, и широкого применения биотехнологических методов. Проанализировав зависимость между количеством заготовленных организацией кормов и надоем от одной коровы, мы выявили прямую зависимость. Планируя интенсификацию молочной отрасли в первую очередь необходимо задумываться о состоянии кормовой базы и путях её модернизации, оптимизации рационов кормления, разработке типовых рационов для половозрастных групп животных и ознакомление с ними руководителей хозяйств.

#### Библиографический список

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области URL: <http://nizhstat.gks.ru/> (дата обращения 20.11.2015 г.)

# АГРАРНЫЙ МАРКЕТИНГ

УДК 338.262.8

Дата публикации: 14.11.2015

## Киреев Д.И., Минеева Л.Н. Выведение нового товара на рынок в условиях импортозамещения

Withdrawal of new goods on the market in terms of import substitution

Киреев Дмитрий Игоревич  
научный руководитель Минеева Лариса Николаевна

1. Магистрант 1 курса направления подготовки Менеджмент профиль Менеджмент в агропромышленном комплексе, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов, finance-credit@mail.ru

2. к.э.н. доцент кафедры маркетинга и внешнеэкономической деятельности, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов.

Kireev Dmitriy Igorevich  
scientific adviser Mineeva Larisa Nikolaevna

1. Master student 1 course of areas of training Management profile Service management in agricultural complex, Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov, finance-credit@mail.ru

2. Ph.D., Associate Professor of Marketing and Foreign Economic Affairs, Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov.

**Аннотация:** Импортозамещение в российской экономике позволит широко развиваться отечественным предприятиям. Целью исследования является поиск новых видов продукции для предприятия с целью сокращения затрат и роста эффективности производства в условиях импортозамещения. Проведенный анализ деятельности ЗАО «Птицевод» позволил выявить возможность использования на рынке нового товара – жидких яйцопродуктов. Использование боя яиц в качестве сырья для производства нового товара на предприятии позволит сократить убытки предприятия. Новый вид производства позволит предприятию увеличить число клиентов за счет использования уникальной технологии. Особенно это важно в условиях импортозамещения и обеспечения продовольственной безопасности России.

**Abstract:** Import substitution in the Russian economy makes extensive development of domestic enterprises. The aim of the research is to find new products for the company to reduce costs and increase production efficiency in terms of import substitution. The analysis of activity of JSC "Ptitsevod" revealed the possibility of using a new product on the market - liquid egg products. Using combat eggs as raw material for the production of a new product in the company will reduce the losses of the company. A new kind of production will enable the company to increase the number of customers through the use of unique technology. This is especially important in the conditions of import and food security of Russia.

**Ключевые слова:** Импортозамещение, птицефабрика, инновационный продукт, Саратовская область, доход

**Keywords:** Import substitution, integrated poultry farm, product innovation, Saratov region, profit

Рост импорта сельскохозяйственной и продовольственной продукции после вступления России в ВТО привел к вытеснению с внутреннего рынка аналогичной продукции отечественных предприятий. Это негативно влияет на доходы внутренних сельхозтоваропроизводителей [6,7].

В современных условиях компаниям предоставляются различные маркетинговые стратегии для увеличения размеров прибыли. Предложение и разработка нового товара всегда связано с большим риском. Поэтому чаще всего производители связывают разработку нового товара с усовершенствованием или модификацией существующих товаров. Во избежание каких-либо неожиданных последствий необходимо точно выяснить, что именно захочет приобрести покупатель завтра [3].

Для предприятия ЗАО «Птицевод» Ртищевского района Саратовской области разработка и введение нового товара на рынок могут быть обусловлены следующими факторами:

- стремлением оградить предприятие от процесса устаревания существующих товаров;
- стремлением расширить производство наиболее ускоренными темпами, чем это возможно при производстве существующего ассортимента товара;
- стремлением обеспечить постепенное увеличение общей рентабельности предприятия;
- стремлением поддержать статус предприятия.

На каждой птицефабрике неизбежен процесс сбой яиц. Это, конечно, уменьшает возможности производства большего количества продукции, но полностью этот процесс предотвратить практически невозможно, т. к. яйца сами по себе продукт крайне хрупкий. В связи с этим необходимо организовать так называемое безотходное производство – использовать существующий бой яиц для производства нового товара – жидких яйцепродуктов [4].

Жидкие яйцепродукты – это куриные яйца, прошедшие пастеризацию. Их преимущество состоит в том, что это натуральное сырье, которое улучшает качество продукции, в производстве которой необходимо использование яйцепродуктов, а, следовательно, увеличивает прибыль компании и делает её бренд более успешным. Практика производства таких яйцепродуктов уже имеется, например, в Нижнем Новгороде. Благодаря уникальной технологии пастеризации яичный меланж, белок и желток позволяют не только гарантировать бактериологическую чистоту продукта, но и сохраняют все полезные и вкусовые свойства яйца.

В качестве сырья для нового товара можно использовать существующий бой яиц. На предприятии ЗАО «Птицевод» он составляет 10% от общего числа произведенных яиц и 10 % целых яиц для получения большего количества продукции, а следовательно и прибыли. Для производства таких яйцепродуктов необходимо специальное оборудование, например, итальянской компании Avitek. Все производственные элементы данного оборудования монтируются на единой базе. Монтаж на производственной площадке предприятия сведен к минимуму. Оборудование не требует больших площадей. Кроме того, оборудование абсолютно мобильно, т.е. его можно будет переставлять из цеха в цех. Оборудование полностью автоматизированно, поэтому управление им вполне может осуществляться одним рабочим. Технология пастеризации позволяет добиться сохранения природных свойств яйца, увеличив при этом срок хранения яйцепродуктов до 56 дней, что в 2 раза превышает сроки хранения яйца в скорлупе, а также гарантировано уничтожает 100% патогенных бактерий, включая сальмонеллу, что делает пастеризованные яйцепродукты действительно безопасными для употребления.

Особую роль для жидких яйцепродуктов играет упаковка. Одним из видов упаковки может быть специальные ПЭТ-бутылки. Удобная и надежная упаковка яйцепродуктов значительно сокращает затраты на транспортировку и хранение. А эргономичная форма бутылки

позволяет существенно сэкономить место под складские площади. Кроме того, ПЭТ-бутылки отлично подходят как для производственной фасовки, так и для выпуска розничной продукции [2]. Можно взять бутылочку и спокойно донести её до дома, не опасаясь, что содержимое сумки пострадает. Помимо всего прочего это выгодно, поскольку возможность боя яиц абсолютно исключается. И опять же: некоторые хозяйки используют в кулинарии только белок, другие — наоборот. Возникает проблема: куда приспособить оставшуюся часть яйца? При употреблении пастеризованных яйцепродуктов этот вопрос автоматически снимается — белок или желток можно купить по отдельности. К тому же компактные, удобные пластиковые бутылочки занимают в холодильнике гораздо меньше места.

Преимущество использования технологий «жидкого яйца» заключается в том, что жидкие яйцепродукты находятся в готовом для употребления виде, они не содержат каких-либо добавок или консервантов, а по своим качествам ничем не отличаются от только что разбитого свежего яйца. С помощью новых технологий упаковки, жидкие яйцепродукты имеют значительно более продолжительный срок хранения – от 8 до 12 недель с момента упаковки.

Сегодня многие потребители отказываются от яиц в скорлупе, поскольку это связано с рядом трудностей: продукт хрупкий, при транспортировке и переработке велик процент потерь. Нельзя не учитывать и расходы на содержание подсобных помещений для санитарной и механической обработки продукции — «яйцемойки», «яйцебитни», затраты на содержание персонала, работающего на данных участках, на приобретение моющих и дезинфицирующих средств, а также время, требуемое на обработку яйца.

Есть и ещё один аргумент в пользу жидких яйцепродуктов. Многие в детстве любили проделывать дырочку в скорлупе яйца и просто выпивать его содержимое. И вкусно, и полезно. Сейчас мало кто рискнет повторить такой опыт, прежде всего, в целях личной безопасности. А пастеризованные яйцепродукты можно покупать и пить, хоть сразу. Этой возможностью уже заинтересовались спортсмены, которым важно такое питание. Поэтому пастеризованные яйцепродукты обязательно найдут своего покупателя.

Таким образом, использование боя яиц в качестве сырья для производства нового товара на предприятии позволяют не только гарантировать бактериологическую чистоту продукта, но и сохраняют все полезные и вкусовые свойства яйца. Пастеризованные яйцепродукты можно покупать и пить, хоть сразу. Этой возможностью уже заинтересовались спортсмены, которым важно такое питание. Поэтому пастеризованные яйцепродукты обязательно найдут своего покупателя. Кроме того это важно в условиях импортозамещения и обеспечения продовольственной безопасности России [1,2]. Для обеспечения конкурентоспособности и импортозамещения, а также для достижения максимальных возможностей роста регионального агропромышленного комплекса в Саратовской области, необходима государственная поддержка сельхозтоваропроизводителей [5].

#### Библиографический список

1. Барковская Н.А., Минеева Л.Н. Государственное регулирование цен на продовольственные товары: проблемы и перспективы // Аграрный научный журнал. - 2015. - № 7. - С. 63-67.
2. Казакова Л.В., Минеева Л.Н., Пшенцова А.И. Перспективы обеспечения продовольственной безопасности России // Научное обозрение. - 2015. - № 11. - С. 245-250.
3. Минеева Л.Н. Развитие альтернативных (несельскохозяйственных) видов деятельности на селе // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 73-77.
4. Преодоление финансового кризиса перерабатывающими предприятиями АПК Саратовской области : рекомендации / Кузнецов Н.И., [и др.] / Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова. Саратов, 2009. (2-е издание, исправленное и дополненное)
5. Пшенцова А.И., Горбунов С.И., Васильева Е.В., Казакова Л.В., Минеева Л.Н. Влияние

государственной поддержки на развитие и эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №07(111). – IDA [article ID]: 1111507062. – Режимдоступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/07/pdf/62.pdf>

6. Пшенцова А.И. Социально-экономические последствия присоединения России к ВТО для сельского хозяйства саратовской области // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 86-89.

7. Суханова И.Ф., Пшенцова А.И. Оценка последствий для АПК Саратовской области от присоединения России к ВТО // Региональные агросистемы: экономика и социология. - 2014. - № 1. - С. 8.

УДК 338.26

Дата публикации: 09.11.2015

## **Пшенцова А.И. Импортозамещение как стимул повышения конкурентоспособности подсолнечного масла**

Import substitution as an incentive to increase the competitiveness of sunflower oil

Пшенцова Анна Игорьевна  
доцент кафедры маркетинга и внешнеэкономической деятельности, Саратовский  
государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов

Pshentsova Anna Igorevna  
Associate Professor of Marketing and Foreign Economic Affairs, Saratov State Agrarian University  
named after N.I. Vavilov, Saratov

**Аннотация:** Осуществление Российской государственной программы импортозамещения будет возможно, когда будет отмечена высокая конкурентоспособность отечественной сельскохозяйственной продукции. В последние годы приобретают важное значение вопросы по обеспечении собственной продовольственной безопасности. Для этого сельхозпроизводители должны организовать современное высокотехнологичное производство на основе инновационных технологических предприятий. Для повышения конкурентоспособности подсолнечного масла компании должны осуществлять деятельность по техническому переоснащению, чтобы улучшить качество. Такое высокотехнологичное производство подсолнечного масла за счет использования инновационных технологий позволит отечественным производителям достичь более высокой конкурентоспособности.

**Abstract:** Implemented by the Russian government program of import substitution will be possible when the high competitiveness of domestic agricultural products. In recent years, issues of significant importance to ensure its own food security. To do this, agricultural producers need to organize a modern high-tech production through the application of innovative technological enterprises. To increase the competitiveness of sunflower oil companies need to carry out activities of technical re-equipment to improve quality. Such high-tech production of sunflower oil through the use of innovative technologies will allow domestic producers to achieve higher competitiveness.

**Ключевые слова:** импортозамещение, конкурентоспособность, качество, подсолнечное масло, высокотехнологичное производство

**Keywords:** import substitution, competitiveness, quality, sunflower oil, high-tech manufacturing

После вступления России в ВТО, снизились таможенные пошлины, и отечественный рынок продовольствия стали наполнять дешевые импортные товары. По условиям ВТО цены на энергоресурсы и транспортные тарифы приравнены к мировым, что отрицательно сказывается на себестоимости производства, ведет к значительному увеличению маркетинговых расходов на поддержание рыночных позиций, к дополнительной инфляции и снижению конкурентоспособности [4,6]. Импортные продукты в большинстве своем стоят дешевле отечественных, потому что их производство и экспорт щедро субсидируются государством, производятся они с помощью новейшей техники и технологий, ставки по кредитам составляют 1-2%. В такой ситуации особую важность приобретают вопросы обеспечения собственной продовольственной безопасности [2].

Решение задачи импортозамещения станет возможным при достижении высокой конкурентоспособности отечественной сельхозпродукции, а для этого потребуются сельхозтоваропроизводителям организовать современное высокотехнологичное производство на основе применения инновационных технологичных производств.

В условиях рыночной экономики конкурентоспособность продукции – это основной фактор коммерческого успеха организации. Конкурентоспособный товар имеет какие-либо конкурентные преимущества, которые делятся на два вида: более низкие издержки и дифференциация товаров. Низкие издержки характеризуют способность предприятия разрабатывать, производить и продавать сравнимый товар с наименьшими затратами, чем предприятия-конкуренты.

Отсутствие нужных теоретических, практических знаний сложного устройства обеспечения конкурентоспособности товара (работ, услуг) часто приводит к существенными ошибкам при установлении цены, что может привести к большим убыткам, а, возможно, к банкротству предприятия. Тем не менее, политика большинства предприятий в зоне обеспечения конкурентоспособности часто является недостаточно квалифицированной.

В наше время разработка новых перспективных стратегий обеспечения конкурентоспособности товара становится наиболее актуальной. Существенный наплыв новых предприятий и как следствие этого ужесточение конкуренции вынуждает серьезно задуматься над тем, как бы не утратить часть своей рыночной доли и не снизить свою прибыль.

С ужесточением конкуренции на рынке, и, как следствие, борьбы за покупателя, управление конкурентоспособностью товара стало основной задачей производителя, решение которой усложняется невысоким уровнем эффективности деятельности компаний и сравнительно невысоким платежеспособным спросом потребителей, что не стимулирует создание выгодных конкурентных позиций российской продукции, как на внутреннем, так и на внешнем рынке [1].

Повышать уровень конкурентоспособности необходимо на каждом жизненном цикле предприятия, это позволяет: вовремя выявлять угрозы со стороны конкурентов, имеющиеся недостатки, разработать мероприятия по их устранению, а так же их экономическую эффективность. Россия является одним из мировых лидеров по среднедушевому объему потребления подсолнечного масла. Поскольку подсолнечное масло является стратегически важным продуктом, то и состояние и эффективное повышение качества и конкурентоспособности подсолнечного масла имеет стратегически важное значение.

Для повышения конкурентоспособности подсолнечного масла и импортозамещения отечественным производителям необходимо провести мероприятия по техническому переоснащению, направленные на повышение качества. К факторам, которые формируют качество подсолнечного масла, относят сырье и технологию производства. Как известно на 100 % сырьем для подсолнечного масла является подсолнечник. Его качественные показатели прямо пропорционально будут влиять на качество подсолнечного масла.

Для получения масел лучшего качества и более полного их выделения семена подвергают подготовительным операциям. Опыт работы масложировых организаций показал, что содержание примесей приводит к ухудшению свойств семян при их переработке и хранении [3]. Если перерабатывать засоренное сырье, то это может привести к снижению качества производимого растительного масла. Необходимо отметить, что при этом увеличиваются потери масла, растет число поломок оборудования увеличивается износ, портятся свойства обезжиренных остатков (шротов и жмыхов). Наличие примесей является источником микроорганизмов, что приводит к порче семян подсолнечника при хранении.

В связи с этим перед переработкой семена нуждаются в очистке от различных сорных, металлических и масличных примесей. К примесям относятся разнообразные оболочки, песок, земля, остатки листьев и стеблей, камни, поврежденные семена основной культуры, семена дикорастущих растений. Предпринимателю предлагается мероприятие по замене сепаратора А1-БИС-100 на специализированное оборудование – воздушно-ситовый сепаратор КМЕС (модель TQLM80), способное одновременно с очисткой проводить фракционирование семян по размерам.

Данный механизм отделяет крупные примеси (например, куски земли, камни и солома) и мелких примеси (например, песок, сыпучий грунт и мелкие семена) от сырья с помощью движений в одной плоскости внутри ситового корпуса. При этом на входе и выходе из сепаратора семена подсолнечника продуваются воздухом, который уносит легкие примеси. На выходе из сепаратора установлен постоянный магнит, который улавливает ферропримеси. Сепаратор имеет эффективное уплотнение, что не приводит к загрязнению воздуха.

Также качество подсолнечного масла зависит от его очистки, т.е. фильтрации. Большинство предприятий Саратовской области для фильтрации растительного масла использует рамный фильтр. Для производства более конкурентоспособной продукции предпринимателю необходимо заменить используемый фильтр на вертикальный напорный пластинчатый (ВНП) фильтр, который предназначен для очистки технических и пищевых растительных масел на разных стадиях их переработки.

Основными преимуществами ВНП фильтров перед рамными фильтрами являются: автоматизированный сброс осадка; не используется ткань для фильтровальная; производимое масло соответствует европейскому качеству; не накапливаются фузы (не повышается кислотное, перекисное число); нет потерь масла; простота в обслуживании.

ВНП фильтр является закрытой фильтровальной системой, которая полностью автоматизирована. Данный фильтр дает возможность получить очень чистый фильтрат после циркуляции и также подходит для разнообразной фильтрации с применением вспомогательных средств. Между циклами время регенерации фильтрации незначительно. ВНП фильтр занимает небольшое место в помещении и в стандартном исполнении оснащается подъемником крышки. Конструкция ВНП фильтра дает возможность сократить обслуживание до минимума. Данные преимущества обеспечивают высокую экономическую эффективность.

Другим фактором, который влияет на качество подсолнечного масла и его сохранность, является упаковка продукции. Как известно сроки хранения подсолнечного масла имеют определенные ограничения. Срок хранения подсолнечного масла, которое расфасовано в бутылки, – 4 месяца для нерафинированного и 6 месяцев – для рафинированного масла. Для разливного масла срок хранения составляет до 3 месяцев. При приобретении подсолнечного масла в бутылках, есть гарантии от таких неприятностей, как покупка некачественного продукта, неожиданный пролив масла в сумке и т.д. Масло, которое расфасовано в бутылки содержит на таре всю нужную информацию о данном продукте, и по гигиеническим параметрам чище. Современная технология фасовки растительного масла практически исключает ручной труд. Весь процесс фасовки выполняется на автоматизированной линии – качественно, быстро и аккуратно. Пластик бутылки экологически чистый, прочный и легкий. Пластиковая бутылка

закупоривается герметично, форма бутылки оптимизируется под запросы потребителей, а также имеет рельефную поверхность, удобные выемки, что не дает бутылке скользить в руке. ПЭТ-бутылка имеет привлекательный внешний вид, а также обладает высокой функциональностью. Двухкомпонентная пробка снабжена защитной пластинкой и рассекателем в виде ромашки, это помогает дозировать растительное масло при его использовании. Крышка с рассекателем дает возможность легко открыть и закрыть бутылку с растительным маслом при использовании; избегать подтекания и разбрызгивания растительного масла при приготовлении пищи.

Поэтому следующее мероприятие, которое рекомендовано предпринимателю, – это установка автоматизированной линии розлива растительного масла типа ЛР 5. Линии розлива типа ЛР 5 предназначены для автоматического розлива растительного масла в ПЭТ-бутылки и пластиковые канистры объемом 1,0, 5,0, и 10,0 литров, автоматического укупоривания их пластмассовыми резьбовыми пробками и наклеивания одной или нескольких самоклеющихся этикеток.

Основные положительные характеристики данного оборудования:

- за счет изменения скорости розлива имеется возможность выбора производительности;
- нарастающая подача растительного масла, которую можно регулировать переключателем;
- существует автоматическая защита от перепада давления рабочей среды и предупреждения утечки продукта мимо тары;
- наличие сенсорного экрана, который позволяет устанавливать параметры розлива и скорости продвижения тары по конвейеру;
- низкие затраты эксплуатации;
- наличие определенных защитных устройств.

Программное обеспечение, которое реагирует реагирующим на показания датчиков, позволяет контролировать процесс автоматического управления. Если необходимо увеличить или замедлить скорость розлива, в программу необходимо ввести нужные поправки.

Данное оборудование для розлива масла и укупорки тары представляет собой аппарат, конструкцию которого очень просто переоборудовать под условия, которые соответствуют конкретным поставленным задачам. Все механизмы, которые соприкасаются с маслом, обладают стерильностью и устройствами, которые улавливают твердые посторонние частицы.

Аппарат имеет пневматическую систему регулирования давления масла, большое количества разливочных кранов и пневматическую систему закручивания крышек разной формы с приспособлением для герметичного запаивания. Все это говорит о высокой производительности данного оборудования.

Машина контролирует все этапы автоматического розлива. Так в процессе контроля проводится проверка целостности бутылок, наличие в них посторонних твердых примесей, проверяется закрепление крышки с помощью опрокидывания заполненной бутылки вверх дном. Аппарат имеет небольшие габаритные размеры и вес, а также встроенный светильник для подсветки продукта.

Необходимо отметить, что автоматизированное оборудование для розлива масла обеспечивает не только высокую скорость работы аппарата, высвобождая, тем самым, имеющиеся технические и человеческие ресурсы, также оно позволяет минимизировать погрешности при розливе, работает без сбоев и аккуратно.

Таким образом, организация современного высокотехнологичного производства подсолнечного масла на основе применения инновационных технологичных производств позволит отечественным товаропроизводителям достичь высокой конкурентоспособности продукции. Для усиления вектора эффективного развития производства растительного масла необходимо объединить усилия бизнеса, государства и науки, что будет способствовать решению проблемы импортозамещения путем вытеснения импортируемых товаров за счет

возрождения и развития отечественных производств, выпускающих конкурентоспособную продукцию [5,7].

#### Библиографический список

1. Горбунов С.И., Генералова С.В., Минеева Л.Н., Рябова А.И. Маркетинг (Учебное пособие) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2012. - № 9. - С. 124-125.
2. Казакова Л.В., Минеева Л.Н., Пшенцова А.И. Перспективы обеспечения продовольственной безопасности России // Научное обозрение. - 2015. - № 11. - С. 245-250.
3. Минеева Л.Н. Развитие альтернативных (несельскохозяйственных) видов деятельности на селе // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 73-77.
4. Пшенцова А.И. Социально-экономические последствия присоединения России к ВТО для сельского хозяйства Саратовской области // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 86-89.
5. Пшенцова А.И., Горбунов С.И., Васильева Е.В., Казакова Л.В., Минеева Л.Н. Влияние государственной поддержки на развитие и эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий // Научный журнал КубГАУ [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №07(111). – IDA [article ID]: 1111507062. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/07/pdf/62.pdf>
6. Суханова И.Ф., Пшенцова А.И. Оценка последствий для АПК Саратовской области от присоединения России к ВТО // Региональные агросистемы: экономика и социология. - 2014. - № 1. - С. 8.
7. Юркова М.С., Пшенцова А.И. Государственная поддержка сельскохозяйственных отраслей как основа высокой конкурентоспособности производства в преддверии вступления в ВТО // Никоновские чтения. - 2011. - № 16. - С. 161-163.

УДК 332.1

Дата публикации: 09.11.2015

## **Терехова Г.И., Тётушкин В.А. Сравнительный анализ и маркетинговые тренды потребительского рынка в условиях экономического кризиса (на примере Тамбовского и Липецкого региона)**

The consumer market in the conditions of economic crisis (on the example of the Tambov and Lipetsk region)

Терехова Галина Ивановна, Тётушкин Владимир Александрович

1. кандидат экономических наук, кафедра экономического анализа и качества,  
Тамбовский государственный технический университет  
E-mail: yulya\_terehova@mail.ru

2. кандидат технических наук, доцент, кафедра экономического анализа и качества,  
Тамбовский государственный технический университет  
E-mail: volodtetus@yandex.ru

Terehova Galina, Tetushkin Vladimir

1. candidate of economic sciences, sub-department of economic analysis and quality,  
Tambov State Technical University

2. candidate of technical sciences, associate professor, sub-department of economic analysis and quality,  
Tambov State Technical University

**Аннотация:**

Актуальность и цели. Анализ ситуации и процессов, происходящих в сфере потребительского рынка, является одним из наиболее важных и необходимых направлений статистического изучения развития экономики. В настоящее время одним из ключевых положений регионального развития является расширение и повышение качества потребительского рынка. Подчеркнуто, что многие проблемы потребительского рынка изначально зарождались на уровне региона и только позже приобретали национальные размеры.

Цель данного исследования – изучение и анализ потребительского рынка в Липецкой и Тамбовской областях, а также рассмотрение маркетинговых трендов в этой сфере.

Материалы и методы. В настоящей работе с помощью эконометрических методов проанализированы различные аспекты регионального потребительского рынка, определены маркетинговые тренды изучаемого рынка в неблагоприятных экономических условиях. Также методология проведения работы включает в себя анализ статистических показателей в сфере потребительского рынка.

Результаты. Область применения результатов охватывает научные исследования для студентов и преподавателей, а также в качестве рекомендаций для органов власти в сфере экономического развития регионов. Выводы. Можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день мы не наблюдаем панических настроений на потребительском рынке России. Однако средняя частота посещений магазинов среди населения снова растет — значит, покупатели опять оптимизируют затраты, ищут выгодные ценовые предложения. Такую же модель поведения можно было зафиксировать в 2008 году, когда кризис стал очевидным и затронул широкие слои населения. Однако в целом нет оснований говорить о новом кризисе. Его способен вызвать только взрыв внутри системы, и тогда население не сможет повлиять на ситуацию.

**Abstract:**

Relevance and purpose. Analysis of the situation and processes in the consumer market, is one of the most important and necessary areas of statistical study of economic development. Currently one of the key provisions of the regional development is to expand and improve the quality of the consumer market. Emphasized that many of the problems of the consumer market was originally conceived at the regional level and only later acquired national dimensions.

The objective of this research study and analysis of the consumer market in the Lipetsk and Tambov regions, as well as consideration of marketing trends in this area.

Materials and methods. In the present work using econometric methods, we analyzed various aspects of the regional consumer market and identifies marketing trends study of the market in adverse economic conditions. Also, the methodology includes the analysis of statistical indicators in the sphere of consumer market.

Results. The scope of the results covers research for students and teachers, as well as recommendations for state authorities in the sphere of economic development of regions. Conclusions. It can be concluded that to date we're not seeing panic on the consumer market of Russia. However, the average frequency of store visits among the population is growing again — so, buyers again optimize costs, are looking for best price offers. The same model of behavior we saw in 2008, when the crisis became apparent and affected the wider population. However, in General there is no reason to speak of a new crisis. It can cause only an explosion within the system, and then the population will not be able to influence the situation.

**Ключевые слова:** маркетинг, рынок, сравнительный анализ, регион, экономика

**Keywords:** marketing, market, comparative analysis, region, economy

## **Введение**

Актуальность исследования заключается в том, что многие экономические процессы, в том числе производство и реализация потребительских товаров, далеко не всегда находятся в рамках жесткого государственного контроля или регулирования. Результаты экономических преобразований и отказ от системы государственного регулирования привели к значительному расширению сферы потребительского рынка. В результате серьезных структурных изменений, произошедших в этой сфере, а также отсутствия стабильности на фоне продолжающихся экономических преобразований, отсутствие у государственных органов рычагов прямого воздействия на ситуацию на рынке товаров потребительского назначения обуславливает необходимость качественной и максимально полной информации о процессах, происходящих на потребительском рынке.

Исследованию проблем, связанных с территориальным развитием, посвящали свои научные труды экономисты всего мира. В России важность развития регионов определена в Стратегии национальной безопасности РФ до 2020 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 12.05.2009 № 537 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года». [1].

Региональное развитие является одним из важнейших факторов, взаимосвязанных с тенденциями развития страны и относящихся к стратегическим национальным приоритетам. Сфера потребительского рынка очень близко соприкасается с таким экономическим понятием, как уровень жизни населения, необходимость исследования которого в нашей стране в настоящее время не требует дополнительного подтверждения.

Результаты оценки подходов, раскрывающих сущность регионального потребительского рынка, дают основание считать его открытой системой, которая трансформируется под воздействием социальных, экономических, демографических, политических, культурно-образовательных и других процессов, характерных для развития региональной общественной системы. [2].

В работе Зверева А.В. [3] в рамках подхода к экономической оценке состояния регионального потребительского рынка предлагается мультипликативная модель, отражающая изменение оборота розничной торговли на душу населения в зависимости от «неявных факторов», включая производительность труда, численность работников, обеспеченность торговой сетью, плотность населения, денежные доходы на душу населения.

Согласно подходу Черемисиной Т.Н. [4], в рамках организационно-методического инструментария развития регионального потребительского рынка товаров, обоснована необходимость проведения экономической диагностики, как комплексного метода, использование которого позволяет определить уровень развития локальных потребительских рынков. Данный подход позволяет выявить закономерности развития регионального потребительского рынка, учитывая, что основными субъектами сферы товарно-денежных отношений, взаимодействие которых предопределяется внутренними факторами региональной среды. Черемисина Т.Н. [5] предлагает определять уровень потребительского потенциала регионального рынка продовольственных товаров посредством интегрального показателя, основанного на оценке критериев физической доступности, экономической доступности, качества и достаточности потребления и качества продовольственных товаров, что в большей степени, характеризует продовольственную безопасность региона, как возможность удовлетворения потребностей населения в продовольственных и непродовольственных товарах.

Состояние потребительского рынка, его емкость и насыщенность зависят от эффективности хозяйственной деятельности в стране. При этом под насыщенностью

потребительского рынка понимают количество товаров и объем услуг, которые могут быть предложены потребителям. Емкость потребительского рынка – это величина, обусловленная уровнем платежеспособного спроса. Таким образом, соотношение спроса и предложения на потребительском рынке находит конкретное выражение в соответствии таких показателей как его емкость и насыщенность [6]. Сфера потребления – это система экономических отношений, которые складываются в процессе формирования объема и структуры потребляемых населением благ и услуг. Сфера потребления находится под влиянием процессов, протекающих в хозяйственном комплексе и отражает пропорции складывающиеся на макроуровне [7]. В составе сферы потребления выделяются различные стороны и элементы: собственно процесс потребления, общие закономерности и тенденции развития потребления населения, организационную структуру потребления и другие [8].

На сегодня потребители становятся все более прагматичными и разборчивыми, 36% из них изменяют структуру и объем покупок. Снижение затрат на приобретение продуктов питания, зафиксированное осенью 2013 года, произошло не столько из-за уменьшения объемов физического потребления продуктов питания, сколько благодаря оптимизации закупок по местам приобретения (гипермаркеты, дискаунтеры) и конкретным маркам товаров. Помимо этого, покупатели активнее пользуются скидками, выгодными ценами и спецпредложениями по модели «возьми три — четвертый бесплатно».

О том же свидетельствует более детальный анализ изменений по отдельным товарным категориям. Половина тех, у кого состав продуктовой корзины стал другим, заявили о росте потребления овощей и фруктов в текущем году, более трети — об увеличении потребления молочных продуктов. Доля отметивших снижение потребления этих продуктовых категорий втрое ниже — 14–17% тех, у кого изменилась продуктовая корзина. В то же самое время треть этой группы говорит о сокращении потребления замороженных полуфабрикатов, кондитерских изделий и алкогольных напитков, включая пиво. А о росте потребления по этим категориям заявили только 4–18% изменивших корзину.

В расчете на килограмм овощи, фрукты и молочные продукты существенно дешевле замороженных полуфабрикатов и кондитерских изделий. Таким образом, рост потребления происходил по относительно недорогим товарным группам, а его сокращение — по дорогим. И уже только за счет этого могло произойти снижение стоимостного объема потребления продуктов питания в пределах 3–5%.

Низкодоходная группа сокращает потребление в том числе и товаров первой необходимости. Следует учитывать, что значительная доля населения проживает в сельской местности и в малых городах и, по сути, находится вне рынка. Она и ведет себя в некотором смысле «нерыночно», пребывает в состоянии «рыночного инфантилизма»: в регионы рыночные отношения еще не пришли, и их жители не имеют ни возможности, ни желания подстраиваться под рыночное поведение. С другой стороны, там есть очень серьезная защита от рыночных катаклизмов. Почти 40% россиян сами же воспроизводят половину продуктовой корзины. В малых городах и в сельской местности приусадебное хозяйство, рыбалка и собирательство — не только хобби, но и способ выживания. [9]

Ситуация на потребительском рынке Липецкой области в течение 2014 года развивалась под влиянием процессов, происходящих в российской экономике. Осложнение геополитической обстановки в России, введение ограничительных санкций, привело к замедлению темпов роста основных показателей, характеризующих развитие потребительского рынка области.

Состояние потребительского рынка является одним из важнейших индикаторов уровня социально-экономического благополучия общества. По объему оборота розничной торговли Липецкая область занимает 2 место среди областей Центрально-Черноземного региона, 4 место среди областей Центрального федерального округа.

Приоритетными целями и задачами управления в 2014-2015 годах являлись сохранение

стабильности на потребительском рынке, развитие комплексной системы защиты прав потребителей и качества товаров, упорядочение и легализация розничной продажи алкогольной продукции, обеспечение ценовой и территориальной доступности товаров, улучшение торгового и бытового обслуживания населения, в том числе сельского, создание кооперативной товаропроводящей сети, направленной на развитие сельскохозяйственной кооперации, заготовительной деятельности, активизация ярмарочной деятельности в сельских поселениях области.

За отчетный период оборот розничной торговли составил 198,3 млрд.руб. с темпом роста к соответствующему периоду предыдущего года 105% в сопоставимых ценах. Удельный вес продаж на розничных рынках и ярмарках сохранился на прежнем уровне (8%), на долю торгующих организаций пришлось 92%. В структуре розничной торговли преобладающим остается удельный вес непродовольственных товаров [10].

Доля оборота розничных торговых сетей сохранилась, в среднем по области на нее приходится 23% общего объема оборота розничной торговли (2013 г. – 22,4%). Оборот розничной торговли в расчете на душу населения области за 2014 год составил 170,9 тыс. рублей. По муниципальным районам оборот розничной торговли на 1 жителя в среднем составил 151,3 тыс. руб. За 2014 год предприятиями общественного питания реализовано продукции на 5,8 млрд. руб. или на 6 % больше уровня предыдущего года. Оборот общественного питания на душу населения составил 5 тыс. рублей, (среднерайонный показатель – 4,4 тыс.руб.).

Инфраструктура потребительского рынка области в течение ряда лет имеет положительную динамику развития, совершенствуется материально-техническая база предприятий потребительского рынка, открываются новые предприятия. За 2014 год в области открыто 465 предприятий торговли и общественного питания (122 – в сельской местности), 128 предприятий бытового обслуживания (58 – в сельской местности).

На потребительском рынке региона продолжают функционировать торговые сети федерального и регионального значения (более 130, пятая часть которых регионального уровня). За 2014 год сетевыми компаниями в сельской местности открыто 8 магазинов. Для создания условий по обеспечению ценовой и территориальной доступности потребительских товаров и бытовых услуг для сельских жителей в 2014 году продолжена государственная поддержка хозяйствующих субъектов, осуществляющих обслуживание сельских населенных пунктов в рамках Государственной программы Липецкой области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Липецкой области». Муниципальными районами заключены договоры с 49 хозяйствующими субъектами по доставке товаров и заказов сельскому населению [10].

В 2014 году организовано и проведено 176 областных розничных ярмарок вместо 94 запланированных. Из них 100 ярмарок состоялось в 86 сельских поселениях (без учета районных центров). На ярмарках получили возможность реализации произведенной продукции сельскохозяйственные кооперативы, крестьянские (фермерские) хозяйства, граждане, занимающиеся садоводством, огородничеством, ведущие личные подсобные хозяйства. Торговые места на областных ярмарках предоставляются на бесплатной основе, что позволяет одновременно решая вопросы политики импортозамещения, обеспечить сбыт продукции местных товаропроизводителей, особенно начинающих или имеющих малые объемы производства. Основные продовольственные товары реализовывались участниками областных ярмарок по рекомендованным Управлением ценам.

Практика проведения областных ярмарок способствует увеличению реальных доходов населения путем получения дополнительного дохода от реализации излишков сельскохозяйственной продукции, выращенной на личном подворье, и приобретения необходимых товаров по ценам, ниже среднего сложившегося уровня потребительских цена на

10-20 %.

Розничные рынки продолжают играть важную роль в обеспечении населения необходимыми товарами, особенно продукцией местных производителей, так как являются одним из каналов сбыта сельскохозяйственной продукции, выращенной гражданами, ведущими личные подсобные и крестьянские (фермерские) хозяйства.

Предложения для администрации Липецкой области:

1. Управлению потребительского рынка и ценовой политики Липецкой области:

– в целях защиты прав потребителей в постоянном режиме осуществлять мониторинг качества и безопасности пищевой продукции;

– в целях информирования населения Липецкой области по вопросам качества пищевых продуктов и защиты прав потребителей продолжить выпуск телепередачи «Азбука качества» еженедельно в 2015-2016 году.

– активизировать работу по проведению мониторинга розничных цен на продовольственные товары, социально значимые продукты питания, реализуемые в объектах торговли муниципальных образований, и лекарственные препараты, направленную на предотвращение необоснованного роста цен.

2. Усиление лицензионного контроля за розничной продажей алкогольной продукции на территории Липецкой области, включая ежедневный мониторинг с целью выявления в розничной продаже нелегальной алкогольной продукции, в том числе с поддельными федеральными специальными и акцизными марками.

3. В целях обеспечения продовольственной безопасности региона управлению потребительского рынка и ценовой политики Липецкой области совместно с управлением сельского хозяйства области принять меры по наиболее полному обеспечению предприятий торговли продукцией сельхозтоваропроизводителей, пищевой и перерабатывающей промышленности.

4. Управлению потребительского рынка и ценовой политики области совместно с органами местного самоуправления:

– обеспечить территориальную и ценовую доступность товаров и услуг,

– продолжить работу по созданию эффективной товаропроводящей инфраструктуры в течение 2015-2016 года:

– по организации сельскохозяйственных кооперативных рынков,

– по строительству кооперативных оптово-распределительных (логистических) центров,

– открытию кооперативных магазинов и павильонов по реализации сельскохозяйственной продукции,

– открытию комплексных центров по оказанию торговых и платных услуг населению в районах области;

– продолжить работу муниципальных комиссий с убыточными предприятиями, по легализации заработной платы и заслушивать работодателей, допустивших выплату заработной платы ниже прожиточного минимума, установленного в Липецкой области, или среднеотраслевого уровня, и направлять соответствующие материалы по недобросовестным работодателям.

5. Органам местного самоуправления рекомендовать:

– провести работу с управляющими рынками компаниями по увеличению количества предоставляемых торговых мест производителям сельскохозяйственной продукции по льготным тарифам;

– оказывать содействие в исполнение мероприятий государственной программы Липецкой области «Развитие кооперации и коллективных форм собственности» в части организации кооперативной товаропроводящей сети;

– обеспечить контроль за эффективностью использования денежных средств, полученных

в качестве субсидий для стимулирования развития заготовительной деятельности и первичной переработки сельскохозяйственной продукции, предоставления торговых и бытовых услуг.

6. Рекомендовать органу местного самоуправления городского округа г. Липецк: продолжить работу по ликвидации стихийной торговли и упорядочению размещения нестационарных торговых объектов на территории городского округа г. Липецк.

Для сравнения с регионом Липецкой области рассмотрим город Тамбов и область.

Потребительский рынок является одним из основных источников пополнения доходной части бюджета области, способствует развитию малого бизнеса и увеличению занятости населения. За 2013 год в условиях ускорения инфляционных процессов на потребительском рынке области сохранилась положительная динамика развития: оборот розничной торговли составил 150,0 млрд.рублей с темпом роста в сопоставимых ценах 107,2 процента. В расчете на одного жителя приобретено товаров на 139,9 тысяч рублей, что на 16,5 тыс. рублей больше, чем в 2012 году. [11].

Организованная торговля оставалась приоритетным направлением развития инфраструктуры потребительского рынка. В 2013 году открыто более 400 магазинов, в том числе крупные предприятия: ТРЦ «Акварель» (площадь 35 тыс. кв. м), торговые центры «Европа» (20 тыс. кв. м), «Авангард» (5,5 тыс. кв. м) и «Четыре сезона» (3,9 тыс. кв. м). На 1 января 2014 года на 1 тысячу жителей в среднем по области приходится 553,0 кв.метра площади торговых объектов, что на 14,0% выше утвержденного норматива минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов – 485 кв.метров.

На долю торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в стационарной торговой сети (вне рынка), за 2013 год приходилось 91,3% от областного оборота розничной торговли, что на 2,9% выше 2012 года. Темп роста объема продаж по торгующим организациям составил 110,8% к 2012 году, что связано с активным развитием сетевой торговли.

В 2015-2017 гг. сохранится тенденция приоритетного развития организованной торговли. В перспективе удельный вес торговых предприятий увеличится с 91,8% в 2014 году до 92,2% в 2017 году, что обусловлено активным развитием сетевой торговли. В областном обороте розничной торговли в 2014 году удельный вес сетевой торговли увеличится до 22,2% или на 4,5% к уровню 2013 года (17,7%) и по прогнозу в 2017 году составит 23,5-24,0% [11].

В 2014 году на потребительском рынке области сохранялась положительная динамика развития. С начала т.г. в области введены крупные предприятия торговли: многофункциональный торгово-развлекательный комплекс «РИО» (площадь 24,3 тыс.кв.м) с гипермаркетом «Перекресток», ТЦ «Мебельный континент» (площадь 3,6 тыс. кв.м), ТЦ «Гостиный двор» (площадь 2,1 тыс. кв.м), ТЦ «Премьер» (площадь 2,2 тыс. кв.м). Улучшилась обеспеченность торговыми площадями: на 1 тысячу жителей области в среднем приходится 566,9 кв.метров площади торговых объектов с ростом на 2,5% к 1 января 2014 года.

В структуре оборота розничной торговли в 2013 году преобладала доля продажи непродовольственных товаров (52,2%) по сравнению с продовольственной группой товаров (47,8%) за счет расширения потребительского кредитования. В перспективе эта тенденция будет сохраняться: в 2015 году доля продаж непродовольственных товаров увеличится до 52,5% , в 2017 году – до 53,0% [11].

По итогам в 2015 году предполагается открытие более 150 новых объектов торговли и общественного питания: дилерского автоцентра «ТОУОТА», гостиничного комплекса с предприятиями общественного питания и бытовых услуг, торгового комплекса и кафе (г. Рассказово), торгово-развлекательного центра (г. Уварово). В 2015-2016 году планируется развитие сети магазинов «Эконом», «Бегемот», «Магнит», «Пятерочка».

В 2016-2017 годах в области будет продолжена работа по насыщению потребительского рынка конкурентоспособными товарами отечественного производства за счет продвижения

товаров местного производства, реализации мероприятий по развитию торговли и общественного питания, создания благоприятных условий для предпринимательской деятельности, формирования эффективной конкурентной среды, как фактора сдерживания роста цен.

На период до 2017 года при постепенном снижении инфляционного давления до уровня 4,0% и повышении покупательной способности населения темпы роста оборота розничной торговли по прогнозу в 2014 году предполагаются на уровне 104,0%, в 2015 году – 103,5%, в 2016 году – 104,3%, в 2017 году – 104,6%.

В 2014 году потребительская инфляция оценивалась на уровне 107,0%, а к 2017 году ожидается постепенное замедление до 104,8% за счет увеличения объемов собственного производства и насыщение рынка товарами местных производителей (реализация инвестиционных проектов в сельском хозяйстве и перерабатывающей промышленности), тесного взаимодействия розничной и оптовой торговли с областными производителями, проведения сдержанной тарифной политики в жилищно-коммунальном комплексе и сфере естественных монополий.

Исследование показывает, что потребители сегодня отдают предпочтение новым форматам торговли. Выделяют две модели поведения в торговых каналах: дозакупки, которые возникают спонтанно и характерны для скоропортящихся продуктов, и базовые покупки, которые совершаются раз в неделю. Для разных видов покупательской активности все интенсивнее развиваются разные форматы. Максимальную динамику демонстрирует потребление «на ходу».

В последние годы в регионах активно развивался организованный ритейл в формате супер-, гипермаркетов и мегамоллов. Эта тенденция пришла к нам с развитых западных рынков. Однако сейчас видно ускорение внедрения западных идей на российском рынке: если раньше мы повторяли те или иные шаги с отставанием в десятки лет, то теперь идем практически наравне с западным рынком. Это подтверждает следующая тенденция: несмотря на то, что в России ниша организованного ритейла еще не заполнена, потребители отказываются от гипермаркетов. Часть покупательской активности они переносят в специализированные магазины, как в Европе. Потребители хотят приобретать свежую и экологически чистую продукцию, чувствовать ее запах, получать консультации у продавцов. Поэтому сейчас появляется сегмент специализированных магазинов, в которых можно выпить чашечку кофе, поговорить с продавцом, продегустировать новый товар.

### **Заключение**

Ввиду известных обстоятельств, нынешний экономический спад является намного более глубоким и разносторонним, чем предыдущий. При этом стартовые позиции российского покупателя с точки зрения его благосостояния были даже прочнее. На протяжении последних лет региональный потребительский рынок увеличивался в основном за счет повышения спроса на товары высших ценовых категорий. Теперь об этой точке роста на некоторый период придется забыть. Если в 2008-2009 гг. большинство населения были уверены в том, что ситуация нормализуется в течение года-двух, то сегодня даже самые оптимистичные прогнозы предусматривают не менее трех-четырёх лет. Очень многое зависит от геополитической обстановки, которая, к сожалению, от стабилизации пока еще далека [9].

В настоящее время региональный потребительский рынок способен более-менее удерживать свои позиции только за счет повышения цен. Говорить о быстром восстановлении сектора после улучшения финансовой обстановки, как это произошло в 2010-м, тоже не приходится. Тогда главным драйвером роста стал отложенный спрос – люди вновь почувствовали уверенность в завтрашнем дне и начали активно совершать ранее задуманные покупки. Сегодня большинство настраивается на продолжительную «зиму». Был определенный период в конце 2014-го, когда население массово вкладывалось в товары, чтобы хоть как-то

сохранить свои рублевые сбережения, но он быстро закончился. Первый квартал этого года показал, что на региональном потребительском рынке воцарилась рационализация спроса.

Таким образом, очевидно, что перспективы регионального потребительского рынка сильно зависят от стабилизации цен и курса рубля по отношению к основным валютам. В последние несколько месяцев ситуация здесь вроде стала немного выправляться, но отряд оптимистов считающих, что на этом все успокоится, пополняется не очень быстро. Худшее за всю историю измерений значение продемонстрировал индекс кредитного доверия, составивший в апреле всего 19 пунктов. Тем не менее, в последнее время у населения немного восстановилось доверие к банкам. В общем, остается надеяться, что положение дел в экономике хотя бы не станет ухудшаться. На быстрое восстановление и тем более развитие отрасли рассчитывать пока не приходится.

#### Библиографический список

1. Попова Г.Л. Эволюция трактовки налоговый потенциал // Налогообложение. М., Финансы и кредит. № 38 (614) – 2014.
2. Данильченко В.А. Научные основы оценки регионального потребительского рынка // Экономика регионов. Выпуск №1/2013.
3. Зверев А.В. Основные направления модернизации локального потребительского рынка // Риск: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. 2010. № 3. С. 116.
4. Черемисина Т.Н. Комплексная экономическая диагностика регионального потребительского рынка товаров, как исходная база регулирования его развития // Актуальные инновационные исследования: наука и практика. 2012. № 1. С. 45-49.
5. Черемисина Т.Н. К вопросу о современном развитии регионального потребительского рынка товаров // Проблемы экономики и менеджмента. 2012. № 1 (5). С. 96-99.
6. Гутман Г.В., Мироедов А.Л., Федин С.В. Управление региональной экономикой. М.: Финансы и статистика, 2006.
7. Макекадырова А.С., Тарханов А.В. Потребительский комплекс национальной экономики. М.: Росс.экон.академия им.Г.В. Плеханова. 2007.
8. Решетникова Е.Г. Производство и потребительский рынок: проблемы взаимодействия. Саратов. ИСЭП АПК РАН, 2004.
9. Милехин А. Потребительский рынок — 2014. «Ромир». <http://www.kom-dir.ru>
10. Сайт администрации Липецкой области. <http://admlip.ru>
11. Сайт администрации Тамбовской области <http://www.tambov.gov.ru>

УДК 338.1

Дата публикации: 05.11.2015

## **Тётушкин В.А. Маркетинговая стратегия транснациональной компании (ТНК) продовольственного сегмента и проблемы безопасности (на примере компании Pepsico)**

Marketing strategy multinational companies (MNCS) segment and food safety issues (for example Pepsico)

Тётушкин Владимир Александрович  
к.т.н, доцент кафедры «Экономический анализ и качество» ФГБОУ ВПО Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ)  
[volodtetus@yandex.ru](mailto:volodtetus@yandex.ru)

Tetushkin Vladimir Aleksandrovich  
associate Professor of Department "Economic analysis and quality", Tambov state technical University  
(TSTU)  
volodtetus@yandex.ru

**Аннотация:**

Актуальность исследования объясняется высоким уровнем развития ТНК в мировой экономике, а также применением инновационных маркетинговых стратегий такими компаниями. В данной статье обозначены некоторые подходы к проблеме применения маркетинговых стратегий для развития ТНК продовольственного сегмента.

Цель данного исследования – изучение и анализ маркетинговой стратегии компании Pepsico и проблем безопасности товаров для потребителей.

Материалы и методы. В настоящей работе с помощью эконометрических методов проанализированы различные аспекты применения маркетинговых стратегий для ТНК продовольственного сегмента. Результаты. Область применения результатов охватывает научные исследования для студентов и преподавателей, а также в качестве рекомендаций для менеджмента компаний в сфере производства продовольственных товаров.

Выводы. Качественно новые условия мирохозяйственного развития требуют ясного и четкого формулирования новых целей и задач маркетинговой деятельности транснациональных компаний, а также разработки эффективных способов их достижения и решения.

**Abstract:**

The relevance of the study due to the high level of development of TNCs in the world economy, and innovative marketing strategies for such companies. This article highlights some approaches to the problem of application of marketing strategies for the development of TNCs food segment.

The purpose of this research is to study and analysis the marketing strategy of Pepsico and safety problems of products to consumers.

Materials and methods. In the present work using econometric methods, we analyzed different aspects of application of marketing strategies for MNCs food segment. Results. The scope of the results covers research for students and teachers, as well as recommendations for the management of companies in the sphere of food production.

Conclusions. Qualitatively new conditions of economic development require a clear and accurate formulation of new goals and objectives of the marketing activities of transnational companies and the development of effective ways of their achievement and solutions.

**Ключевые слова:** маркетинг, стратегия, безопасность, компания, продовольствие, экономика

**Keywords:** marketing, strategy, security, company, food, economy

**Введение.**

Существуют следующие глобальные маркетинговые стратегии:

- стратегия интернационализации предусматривает освоение новых рынков;
- стратегия диверсификации – освоение производства новых товаров;
- стратегия сегментации – производство широкой гаммы товаров для разных групп потребителей;
- стратегия глобализации – стандартизация продукции на основе определения общих характеристик рынков, которые не зависят от особенности стран;
- стратегия кооперации – взаимовыгодное сотрудничество с другими фирмами (создание закупочных, исследовательских, рекламных обществ, совместных марок) [1].

Виды конкурентных стратегий: 1. Стратегия лидера рынка. 2. Стратегия Челенджера. 3. Стратегия последователя. 4. Маркетинговая стратегия нишера.

1. Стратегия лидера – реализует лидер рынка – фирма, занимающая самую большую долю (Coca-Cola, Procter&Gamble), может использовать следующие инструменты: расширять емкость рынка путем увеличения объема потребления товаров; защищать рыночную позицию путем усовершенствования технологии и использования товарных инноваций; увеличивать рыночную долю путем наступления на доли конкурентов, улучшение качества продукции, активизации рекламных и PR компаний [2].

2. Стратегия «Челенджера» – это фирмы, цель которых увеличить долю рынка и занять место лидера (Kodak – Fuji, Gillette – Bic, Coca-Cola – Pepsi), используются стратегии: фронтального наступления, предполагает использование против лидера его же конкурентных преимуществ; стратегия флангового наступления, атака слабых позиций конкурентов лидера; стратегия обходного наступления – ведение конкурентной борьбы так, чтобы лидер об этом не знал.

3. Стратегия последователя – это успешно действующие специализированные фирмы, обслуживающие не рынки, которые не попали в зону внимания лидера и «Челенджера». Они не пытаются занять место лидера и удерживаются на рынке путем имитации товара и действий более успешных конкурентов. В долгосрочной перспективе – это очень шаткая позиция, последователь должен принять решение или бороться за лидерство, или обслуживать рыночную элиту.

4. Стратегия нишера – нишер – это фирма, использующая концентрированный или индивидуальный маркетинг, т.е. ориентируемый на один рыночный сегмент. Нишер может использовать следующую стратегию: поддержание позиций – используются до тех пор, пока ниша имеет потенциал для развития; лидерство в нише – используется тогда, когда рыночный сегмент развивается одновременно с ростом V продаж фирмы нишера; интеграция – объединение усилий нескольких нишеров, если V производства недостаточны для удовлетворения существующего спроса [3].

Согласно докладу международной группы исследователей транснациональные корпорации продовольственного сегмента представляют такую же угрозу для здоровья людей, как и табачные компании. Авторитетный медицинский журнал Lancet опубликовал [доклад](#) группы международных экспертов под названием Profits and pandemics: prevention of harmful effects of tobacco, alcohol and ultra-processed food and drink industries.

Согласно мнению профессоров и кандидатов медицинских наук из Австралии, Великобритании, Бразилии и ряда других стран методы продвижения продукции со стороны продовольственных корпораций и тот вред, который они наносят здоровью людей, вполне сравнимы с тем, чем занимаются табачные компании.

Погоня за прибылями со стороны таких компаний, как SAB Miller, Tesco, Pepsico, Nestlé, Kraft, Mars, Unilever и других, стала причиной растущей эпидемии целой серии хронических заболеваний среди населения планеты. В исследовании речь идет о таких болезнях, как рак, диабет, сердечные заболевания. Три четверти от общего объема продаж продовольствия в мире приходится на так называемые processed foods – это упакованные пищевые продукты и напитки, полуфабрикаты, продукты быстрого приготовления. 10 крупнейших компаний сегодня контролируют более 15% от общего объема продаж на мировом рынке продовольствия.

Исследователи отмечают, что продовольственные корпорации ведут очень агрессивную стратегию по продвижению своей продукции. По их оценкам, в случае, когда спонсорами публикаций или статей в научных и медицинских журналах являются продовольственные компании, вероятность того, что данные материалы будут содержать благосклонные оценки продукции этих компаний в среднем в 4 – 8 раз выше, чем в обычных исследованиях.

Эксперты отмечают, что корпорации часто прибегают к намеренному искажению фактов в подобных “спонсорских” исследованиях и дезинформируют потребителей. Кроме того, на лоббирование интересов компаний в политических кругах выделяются миллионы долларов. В

результате корпорации стремятся напрямую влиять на законодательство тех или иных стран.

Ужесточение внешнего контроля над продовольственным рынком – это единственный фактор, который может хоть как-то повлиять на методы работы транснациональных корпораций. Конечно, можно верить в такие вещи, как “самоконтроль” и “ответственность перед потребителями” с их стороны. Более подходящая аналогия здесь все же другая. Никто же не станет доверять ворами ключи от своего дома. Корпорации заботятся о нас и мы в полной безопасности, но это не совсем так. Также довольно широко распространена практика уклонения от контроля над рынком продовольствия путем создания партнерских отношений с различными медицинскими организациями. Так, в докладе отмечается трехгодичный договор о партнерстве между Международной федерацией диабета (International Diabetes Federation – IDF) и одним из крупнейших кондитерских гигантов мира, корпорацией Nestle.

Создание партнерских отношений между частными компаниями и государственными организациями редко приносит реальные плоды в плане улучшения здоровья среди населения. Многие эксперты, наоборот, отмечают, что в своем большинстве это лишь попытки со стороны частных компаний оттянуть решение проблем. Действия корпораций в сегменте продовольствия, напитков и алкоголя во многом сходны с тактикой табачных компаний и направлены на срыв попыток вмешательства со стороны различных государств с целью добиться улучшения здоровья своих граждан.

Табачные, алкогольные и продовольственные корпорации зачастую придерживаются одной и той же тактики. Если вспомнить, то совсем недавно, в 1994 г., они полностью отрицали возможность какой-либо зависимости от курения. Затем отчаянно сопротивлялись нанесению маркеров с обозначением продукции с ГМО, таких примеров очень много. Мы и сейчас наблюдаем намеренные попытки заблокировать попадание объективной информации по влиянию их продукции на здоровье людей. Заинтересованные компании стремятся манипулировать всеми возможными каналами распространения информации. Эксперты считают, что один из немногих способов добиться снижения смертности среди потребителей от болезней, вызванных курением, алкоголем и неправильным питанием, – это более жесткий внешний контроль над деятельностью корпораций.

В качестве объекта исследования рассмотрим компанию PepsiCo — первую в России и СНГ и вторую в мире компанию, производящую продукты питания и напитки.

### **1. Анализ истории развития компании PepsiCo**

История компании PepsiCo началась в XIX веке. В августе 1898 года Калеб Брэдхем (Caleb Bradham), владелец небольшой аптеки в Нью-Берне, штат Северная Каролина, придумал рецепт освежающего напитка из орехов колы и ванили, который получил название «Pepsi-Cola». В 1902 году на свет появилась компания — The Pepsi-Cola Company.

К 1956 году Pepsi продается по всему миру и производится на 149 заводах в 61 стране. В 1961 году на рынок вышла компания [Frito-Lay](#). Она была создана в результате объединения двух известных компаний: Fritos, созданной Элмером Дулином (Elmer Doolin) в 1932 году, и Lay's, основанной Германом В. Лэйем (Herman W. Lay) в 1938 году. Fritos производила популярные кукурузные чипсы, а Lay's специализировалась — на картофельных.

Историческое слияние The Pepsi-Cola Company и производителя соленых закусок Frito-Lay произошло в 1965 году — так родилась современная компания PepsiCo. Ключевую роль в слиянии двух компаний сыграл в то время вице-президент компании Дон (Дональд) Кендалл, кому, кстати, принадлежит идея развёртывания бизнеса компании в СССР. Уже в 1970 году объем продаж компании PepsiCo перешел отметку в 1 миллиард долларов. К 1986 году к корпорации был присоединен третий по величине производитель безалкогольных напитков — 7-Up International, а затем и компания Mug Root Beer. В 1998 году PepsiCo приобрела крупнейшего в США производителя натуральных соков Tropicana, а в 2001 — компанию по выпуску каш и хлопьев Quaker Oats вместе с ее подразделением по выпуску спортивных напитков Gatorade.

В 2010 году к компании были присоединены крупнейшие боттлеры (Pepsi Bottling Group и Pepsi Americas), что позволило PepsiCo стать второй по величине компанией в мире, производящей продукты питания и напитки.

Приобретение в 2008 году компании «Лебедянский» и покупка в 2011 году компании «Вимм-Билль-Данн», специализирующейся на соках, молочных продуктах и детском питании, сделала PepsiCo лидером по производству продуктов питания и напитков в России и СНГ. Сегодня выручка компании PepsiCo составляет около 65 млрд. долларов. Объем розничных продаж каждого из 22 брендов-миллиардеров PepsiCo превышает миллиард долларов в год. Компания представлена в 200 странах мира, в ней работает около 300 тысяч человек. PepsiCo, история которой началась с производства сладких газированных напитков, сегодня постоянно расширяет свой продуктовый портфель за счет полезных для здоровья продуктов питания и напитков.

Компания PepsiCo — крупнейший в России производитель продуктов питания и напитков. В центральном и региональных офисах компании и на ее многочисленных производственных предприятиях работает более 23 000 сотрудников. В 2011 году в «семью» PepsiCo вошла основанная в 1992 году компания «Вимм-Билль-Данн», занимавшая лидирующие позиции на рынке молочных продуктов и напитков в России и СНГ. [4].

## **2. Маркетинговый анализ компании PepsiCo**

Сегодня компания PepsiCo занимает ведущие позиции в сегментах газированных, негазированных и энергетических напитков с торговыми марками Pepsi, 7 Up, Mirinda, Adrenaline Rush, «Русский дар», и др., на рынке чипсов и снеков (Lay's, Cheetos, «ХруcTeam»), в сегменте соков и нектаров («Я», «Фруктовый Сад», J7, «Любимый» и др.), на рынке молочной продукции («Домик в деревне», «Веселый молочник», «Чудо», Bio Max, «Имунеле»), и детского питания («Агуша» и «Здрайверы»), а также в сегменте бутилированной воды («Аква Минерале», «Ессентуки», «Родники России»).

PepsiCo является крупнейшим в России промышленным переработчиком картофеля и одним из крупнейших переработчиков сырого молока. Компания инвестирует значительные средства в реализацию программ, направленных на повышение эффективности деятельности поставщиков картофеля и молока, улучшение качества и обеспечение роста поставок сырья.

Миссия PepsiCo — быть лучшей в мире компанией-производителем продуктов питания, сфокусированной на готовых продуктах и напитках. Компания стремится обеспечить доход своим инвесторам, создавая возможности для роста и процветания своим сотрудникам, деловым партнерам и обществу в тех регионах, где работает компания. Компания руководствуется тремя принципами — честность, последовательность и справедливость.

Видение компании. PepsiCo видит свою ответственность в том, чтобы постоянно улучшать все сферы жизни в мире, где работает — социальную, экономическую, экологическую, — с тем, чтобы завтрашний день был лучше сегодняшнего. Видение — фокусироваться на разумном использовании ресурсов окружающей среды, на действиях, приносящих пользу обществу, а также на обязательстве по увеличению доходов акционеров, что позволит сделать PepsiCo по-настоящему стабильной и устойчивой компанией.

Ответственно к цели. Компания берет на себя обязательство достигать успеха в бизнесе и высоких финансовых результатов и при этом вносить положительный вклад в жизнь всего общества. Этот подход называют «Ответственно к цели» (Performance with Purpose).

О подходе к достижению высокой финансовой эффективности компания говорит открыто и честно — стремится принести доход акционерам. Обращаясь к социальным вопросам и проблемам окружающей среды, компания также выполняет свою цель: устойчивое развитие в отношении общества, окружающей среды и сотрудников.

Ценности и философия PepsiCo отражают стремление быть социально ответственной компанией и компанией, заботящейся об охране окружающей среды. Они лежат в основе всех

решений, которые принимают менеджеры.

Обязательства. Компания обязуется обеспечивать стабильный рост силами людей, наделенных полномочиями, принимающих ответственность за свои действия и создающих атмосферу доверия.

Стабильный рост является основой мотивации и лучшей оценкой успеха компании. Стремление к стабильному росту вдохновляет на инновации, помогает понять, как действия сегодня могут стать основой успеха в будущем, позволяет развивать людей и повышать эффективность работы компании. Стабильный рост помогает расставлять приоритеты таким образом, чтобы добиваться целей и делать этот мир лучше. Сотрудники компании, наделенные полномочиями, самостоятельно принимают решения, необходимые для выполнения поставленных задач, придерживаясь процессов, которые обеспечивают надлежащее управление и заботясь, в первую очередь, об интересах и потребностях компании.

Ответственность и доверие формируют основу здорового роста. Осуществляя грамотное руководство предоставленными нам ресурсами, руководство укрепляет доверие, подтверждая слова действиями и выполняя данные обещания, чтобы добиться успеха вместе.

### **3. Основные принципы компании PepsiCo.**

Компания выполняет обязательства, следуя шести основным принципам.

Компания постоянно стремится к тому, чтобы заботиться о клиентах, потребителях и мире, в котором мы живем. Их вдохновляет дух конкуренции на рынке, и они направляют его на принятие решений, которые принесут пользу компании, а также клиентам и потребителям. Успех компании зависит от того, насколько хорошо руководство понимает клиентов и потребителей во всех странах, в которых работает компания. Они не жалеют сил, чтобы доказать: компании не все равно, и руководство понимает, как важно быть щедрыми и отзывчивыми.

Продавать только ту продукцию, которой можно гордиться. Настоящая проверка стандартов – когда сотрудники сами пробуют и подтверждают качество продуктов, которые продает компания. Такая уверенность помогает обеспечить качество продукции, начиная от закупки сырья до момента, когда готовый продукт оказывается в руках потребителя.

Говорить открыто и честно. Компания рассказывает обо всем, а не только о том, что удобно и выгодно для достижения личных целей. Они несут ответственность не только за то, чтобы коммуникации были открытыми, честными и точными, но и за то, чтобы их правильно понимали.

Сбалансировать краткосрочные и долгосрочные планы. Принимая любое решение, компания стремится обеспечить баланс между краткосрочными и долгосрочными рисками и преимуществами для компании. Это помогает создать основу для стабильного роста и обеспечить актуальность идей и решений сегодня и в будущем.

Максимально использовать преимущества индивидуальных различий и вклада каждого. Сотрудники компании — это люди с разными взглядами, идеями, опытом и мировоззрением. Такое разнообразие открывает новые перспективы для работы, способствует инновациям, помогает найти новые возможности на рынке. Уважать других и преуспевать вместе. Общий успех зависит от взаимного уважения как внутри компании, так и за ее пределами. Сотрудники компании должны работать вместе, как часть команды, и легко находить общий язык друг с другом. Руководство ценит индивидуальные достижения каждого сотрудника, но при этом осознаем важность работы в команде для выполнения поставленных целей на уровне компании в целом.

Результативность для всех инвесторов. Компания обещает приложить все усилия для достижения устойчивых финансовых результатов. Обязательство по выручке. Добиться, чтобы международные продажи росли вдвое быстрее реального глобального ВВП. Увеличить долю

компания на рынке снеков и безалкогольных напитков на 20 ключевых рынках, где присутствует компания. Сохранить или повысить показатели ценности бренда для 22 брендов PepsiCo с объемом продаж более миллиарда долларов на 10 главных рынках, где присутствует компания. Занять первое или второе место по результатам опросов потребителей (розничных партнеров) там, где оценка проводится сторонними компаниями. [4].

Прибыль: добиться того, чтобы нормы прибыли подразделений продолжали расти. Увеличить денежный поток пропорционально росту чистой прибыли за трехлетние периоды. Добиться того, чтобы общая доходность для акционеров была в верхней четверти по нашей отрасли.

Задачи в области корпоративного управления и ценности:

Используя мощную структуру корпоративного управления, добиться того, чтобы компания постоянно находилась в верхней четверти по набору индикаторов корпоративного управления. Гарантировать приверженность PepsiCo ценностям компании для реализации устойчивого роста: наделять сотрудников полномочиями, гарантируя их ответственный подход к делу, и строить взаимное доверие.

#### **4. Цели компании в области безопасности**

Для компании важно устойчивое развитие: здоровье человека для людей во всем мире. Компания обещает способствовать тому, чтобы люди вели здоровый образ жизни, предлагая им вкусные и полезные продукты и напитки.

Цели и обязательства компании. Продукция: обеспечивать более широкий выбор продуктов и напитков на основе полезных ингредиентов, помогая людям правильно питаться. Увеличить количество цельнозерновых продуктов, фруктов, овощей, орехов, семян и нежирных молочных продуктов в ассортименте продуктов, выпускаемых компанией. Снизить среднее количество соли на порцию в основных международных продуктовых брендах на 25% к 2016 году по сравнению с показателями 2006 года. Снизить среднее количество насыщенных жиров на порцию в основных международных продуктовых брендах на 15% к 2020 году по сравнению с показателями 2006 года. Снизить среднее количество добавленного сахара на порцию в основных международных продуктовых брендах на 25% к 2020 году по сравнению с показателями 2006 года.

Цели в области работы с потребителями: помогать людям делать обоснованный выбор и вести более здоровый образ жизни. Помещать информацию о содержании калорий и питательных веществ на упаковках всех продуктов и напитков. В рекламе, адресованной детям до 12 лет, рекламировать только продукты, соответствующие разработанным нами научно обоснованным глобальным стандартам питания. Расширить ассортимент продуктов и напитков, помогающих контролировать потребление калорий: например, с помощью размеров порций.

Цели в обществе: активно сотрудничать с глобальными и локальными партнерами в решении глобальных проблем питания. Инвестировать в бизнес, научные исследования и разработки с тем, чтобы расширить ассортимент более доступных, питательно ценных продуктов для малообеспеченных потребителей и потребителей, не получающих достаточного питания. Развивать инициативы Фонда PepsiCo и корпорации PepsiCo, способствующие здоровому образу жизни, в том числе программы, пропагандирующие здоровое питание и физическую активность. Интегрировать политики компании и ее деятельность в области здоровья людей, сельского хозяйства и окружающей среды, чтобы они дополняли друг друга.

Устойчивое развитие: окружающая среда и экология для планеты, на которой мы живем. Компания обещает быть активными гражданами мира, беречь природные ресурсы Земли с помощью новаторских технологий и более эффективного использования земель, энергии, воды и упаковочных материалов.

Цели и обязательства компании в области воды: уважать право человека на пользование водой. С этой целью добиваться эффективного (на уровне мировых стандартов) использования

воды в работе компании, беречь водные ресурсы и обеспечивать доступ к безопасной для здоровья воде. К 2016 году повысить на 20% эффективность использования воды на единицу продукции по сравнению с показателями 2006 года. Добиваться положительного водного баланса в работе компании в районах с нехваткой воды. К концу 2015 года обеспечить доступ к безопасной для здоровья воде шести миллионам человек в развивающихся странах.

В области земли и упаковки: пересмотреть процесс выращивания сырья, подбора поставщиков, создания, упаковки и доставки продуктов для минимизации воздействия на землю. Продолжать занимать лидерские позиции в отрасли, используя не менее 10% переработанного полиэтилентерефталата (rPET) в упаковке для безалкогольных напитков в США, а также значительно расширить использование rPET на главных международных рынках. Инициировать партнерские отношения, благодаря которым уровень переработки упаковки из-под безалкогольных напитков в США возрастет до 50% к 2018 году. В течение пяти лет снизить вес упаковки на 350 миллионов фунтов, а также уменьшить объем твердых отходов, выбрасываемых на свалки, на 1 миллиард фунтов. Работать над тем, чтобы максимальное количество ТБО с наших производств подвергалось вторичной переработке.

Цели компании в области изменения климата: снизить выброс углекислого газа, возникающего в результате деятельности компании. К 2016 году повысить на 20% эффективность использования электроэнергии на единицу продукции. К 2016 году снизить на 25% затраты горючего на производство единицы продукции. Снизить интенсивность выброса парниковых газов на предприятиях, расположенных в США, на 25%, за счет участия в программе «Климатическое лидерство» Министерства охраны природы США. Снизить выброс парниковых газов в абсолютном выражении на предприятиях компании по всему миру. [4].

Цели в сфере общества: с уважением и ответственностью относиться к использованию природных ресурсов на наших предприятиях и в локальных сообществах, которым служит компания. Применять проверенные технологии ресурсосберегающего земледелия на земле, на которой выращивается сырье для компании. Предоставлять капиталовложения, техническую поддержку и обучение местным фермерам. Продвигать экологическую грамотность и передовой опыт среди сотрудников и бизнес-партнеров компании. Интегрировать политики компании в области здоровья людей, сельского хозяйства и окружающей среды, чтобы политика компании в этих областях была взаимодополняющей.

*Агропрограмма компании. О программе «Агро».*

В соответствии с глобальной стратегией локализации закупок компания PepsiCo стремится использовать в производстве высококачественное сырье, прежде всего, местных производителей. Являясь лидером в промышленной переработке картофеля в России и занимая лидирующие позиции по переработке сырого молока, компания PepsiCo с 1996 года реализует программу поддержки сельхозпроизводителей «Агро». Сегодня программа «Агро» развивается в трёх направлениях – поддержка картофелеводческих хозяйств, поддержка молочного животноводства и поддержка высшего аграрного образования в России.

*Поддержка производителей картофеля.* В 1996 году компания запустила программу «Агро», направленную на повышение качества и урожайности картофеля у поставщиков компании в России. В рамках программы фермеры обеспечиваются качественным посадочным материалом и уборочной техникой. Программа также предусматривает инвестиции в оборудование овощехранилищ с системой климат-контроля. Фермерские хозяйства авансируются для покупки удобрений и средств защиты растений, получают постоянную помощь и консультации экспертов, участвуют в семинарах по обмену опытом. Благодаря участию в агропрограмме партнеры PepsiCo смогли существенно увеличить среднюю урожайность картофеля – с 13 тонн с гектара (среднероссийский показатель) до 25 тонн с гектара. Выращиваемый картофель – это особые сорта, используемые для производства чипсов Lay's, с пониженным содержанием сахаров и высоким содержанием крахмала. Эти свойства

позволяют получить чипсы наилучшего качества. Ни один из используемых в производстве чипсов сортов картофеля не является генно-модифицированным. PepsiCo является крупнейшим в России промышленным переработчиком картофеля – ежегодно компания приобретает более 300 тысяч тонн. Сегодня уже более 85% картофеля, поступающего на заводы компании, выращивается в России.

*Программа поддержки производителей молока.* После приобретения «Вимм-Билль-Данна» PepsiCo также стала одним из крупнейших в стране промышленных переработчиков молока, закупая около 1,6 млн. тонн молока в год. Высокое качество молочных продуктов напрямую зависит от качества сырья. Здоровые животные, которые правильно питаются и находятся под постоянным наблюдением профессиональных ветеринаров и зоотехников, – залог высокого качества молочной продукции, поэтому с 2006 года компания активно развивает программу, направленную на развитие поставщиков молока в России. Она призвана улучшить качество молока за счет внедрения в хозяйствах поставщиков компании лучших практик, обеспечить рост поставок сырого молока за счет увеличения поголовья и надоев, повысить эффективность производства молока и снизить транспортные затраты. Одно из направлений программы – выездные обучающие семинары для поставщиков сырого молока, которые компания проводит уже несколько лет. PepsiCo также организует визиты представителей партнерских хозяйств в другие страны для обмена опытом. Сегодня компания сотрудничает более чем с 500 хозяйствами более чем из 40 регионов России.

*Деятельность PepsiCo по поддержке аграрного образования в России.*

PepsiCo разработала программу по поддержке аграрного высшего образования, которая стартовала в 2008 году. Целью программы является реализация трех ключевых направлений: повышение заинтересованности студентов российских университетов в получении сельскохозяйственных специальностей; обеспечение дополнительных стимулов для привлечения молодых преподавателей к работе в отечественных вузах; развитие инфраструктуры вузов для повышения качества преподавания сельскохозяйственных дисциплин. Основными компонентами программы являются именные стипендии для студентов; оснащение вузов необходимым оборудованием; поддержка в проведении тематических семинаров, конференций, языковые курсы для преподавателей; поддержка академической и научной мобильности, проведение летних школ. Партнерами компании PepsiCo стали Донской государственный технический университет (ДГТУ), Ростовская-на-Дону государственная академия сельскохозяйственного машиностроения (РГАСХМ), Кубанский государственный аграрный университет (КубГАУ), Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К. А. Тимирязева и другие.

За прошедший период в рамках программы было выдано около 200 именных стипендии для студентов учебных заведений – участников программы. Отбор стипендиатов проводится через открытый конкурс, с привлечением экспертов из партнерских вузов. Оборудованы учебные лаборатории кафедры хранения, переработки и товароведения продукции растениеводства в Российском государственном аграрном университете; учебный класс по тестированию и дистанционному обучению студентов и мобильный компьютерный класс в РГАСХМ; лаборатории по дисциплине «Автоматика» и другие учебно-научные лаборатории Кубанского государственного аграрного университета.

*Экологические инициативы компании.*

В области экологии и охраны окружающей среды компания проводит активную политику, направленную на сокращение потребления природных ресурсов на всех производственных площадках, используя ресурсосберегающие технологии и уменьшая негативное воздействие на окружающую среду на всех этапах жизненного цикла упаковки.

Российское подразделение PepsiCo взяло на себя добровольные обязательства, направленные на ресурсосбережение. Компания обязуется снизить удельное потребление воды

на единицу продукции с 2006 по 2015 год на 20% и удельное потребление энергии на единицу продукции с 2006 по 2015 год — на 25%. Мы выполняем свои обещания. Так, по результатам 2014 года снижение потребления ресурсов на заводах, производящих снеки, составило по воде — 35%, по энергии — 10%, а на заводах, производящих напитки и соки, по воде — 36%, по энергии — 24%.[4].

Успешные результаты были достигнуты за счет реализации программы ReCon, разработанной внутренними экспертами компании и нацеленной на внедрение энергосберегающих технологий. В ReCon входят обучающие программы, учитывающие специфику и технологические особенности предприятий PepsiCo; единая база учета данных и лучших практик; набор энергосберегающих методик и инструментов; международная сеть внутренних экспертов.

В соответствии с федеральным законом «Об энергоэффективности» в 2012 году компания PepsiCo провела энергоаудит и паспортизацию предприятий. Завод по производству снеков в Азове (Ростовская область) стал первым заводом PepsiCo в России прошедшим LEED-сертификацию. LEED – Leadership in Energy and Environmental Design (Лидерство в энергетическом и экологическом проектировании) – система «зеленой» сертификации, проводимой организацией US Green Building Council. Данная сертификационная система подразумевает экономию энергии, эффективное водопотребление, уменьшение выбросов CO<sub>2</sub>, улучшение внутренних экологических показателей, методы бережливого расходования ресурсов.

*«Поможем природе вместе!»*. В 2011 году принадлежащий компании PepsiCo бренд природной минеральной воды «Родники России» запустил социально активную кампанию, направленную на поддержку российских лесов. Всем известно, что деревья – это «легкие Земли», важность которых для здоровья человека трудно переоценить. Но из-за засухи, пожаров и вырубки с каждым годом их становится все меньше. Проблема исчезновения лесных массивов является актуальной для всех регионов РФ. Вот почему «Родники России» начали экопрограмму по восстановлению лесов, которая была приурочена к объявленному Генеральной Ассамблеей ООН Году лесов.

14 мая 2011 года, в Национальный день посадки лесов, при поддержке «Родников России» в разных регионах страны была организована массовая высадка молодых деревьев. Особенно актуальной эта акция стала в регионах, пострадавших от лесных пожаров летом 2010 года. Посадки прошли в Вологодской, Иркутской, Новосибирской, Калужской и Московской областях, а также в республике Карелия. Все посадки проводились под контролем профессиональных лесничих и опытных специалистов лесного хозяйства.

15 августа 2012 года состоялся телемост, посвященный старту нового этапа экологической акции «Поможем природе вместе». На конференц-связь с Москвой вышли города-участники: Волгоград, Екатеринбург, Иркутск, Новосибирск, Ростов-на-Дону и Санкт-Петербург. Новый этап экологической акции «Поможем природе вместе!» начался с эко-моба на берегу острова Ольхон (Байкал). Дизайнерами был разработан специальный логотип экологической акции «Поможем природе вместе!» – 170-метровый объемный символ, изображающий сложенные руки, бережно поддерживающие дерево. Лучшие скульпторы, работающие с песком, из многих городов России и других стран вырезали это дерево на одном из песчаных склонов острова Ольхон. Затем в специальные углубления были высажены саженцы, которые в дальнейшем отправились в города – участники программы, чтобы стать основой для новых посадок. В акции также приняли участие волонтеры, которые 23 августа 2012 провели финальный этап создания символа, выложив своими телами ствол и ветви дерева. Эта акция была призвана привлечь внимание общественности на более ответственное отношение к природе.

В 2012 году компания подарила России 50 000 саженцев, сформировав «Зеленый пояс», который связал города-участники. А с начала программы уже высажено 200 550 молодых

деревьев. 17 декабря 2012 года в Москве состоялась торжественная церемония подведения итогов национальной программы «Лучшие социальные проекты России». Проект «Поможем природе вместе!» бренда природной минеральной воды «Родники России» внесен в список «Лучших социальных проектов России 2012 года» в категории «Экологические проекты и инициативы». Цель — поощрить и тиражировать лучший социальный опыт.

«Родники России» также представили свою экопрограмму на общенациональном лесном форуме в 2013 году. На «круглом столе» были подведены главные итоги двухгодичной программы, говорилось о программе PepsiCo по восстановлению дубрав, о современных тенденциях волонтерства, об общем отношении населения к проблемам сохранения лесов. 2013 год провозглашен в нашей стране годом охраны окружающей среды. «Родники России» объявили о продолжении экопроекта «Поможем природе вместе!».

*FSC-сертифицированная упаковка.* Компания стала первым производителем соков в России, выбравшим FSC-упаковку. С 2012 года PepsiCo разливает соки, а с 2013 года – молоко в упаковку Tetra Pak, произведенную из древесины от ответственного лесозаготовителя. В качестве свидетельства ответственного выбора источника сырья и поставщика компания размещает на упаковке знак Лесного попечительского совета (FSC™). Логотип FSC означает, что картонная упаковка произведена из древесины, полученной из известных и отслеживаемых источников с соблюдением самых строгих экологических, социальных и экономических норм и требований. Независимая, неправительственная некоммерческая международная организация Лесной попечительский совет (FSC) является признанным экспертом в области ответственного лесопользования и занимается разработкой и внедрением единых мировых стандартов ответственного управления лесами, а также контролем за их соблюдением [4].

#### **Заключение**

В результате маркетингового анализа можно сделать вывод, что компания PepsiCo придерживается стратегии лидера рынка.

Сегодня все больше потребителей обращают внимание на экологические характеристики упаковки продуктов питания и экологические программы производителей. Размещение на упаковке маркировки FSC позволяет донести до покупателей информацию о тех ответственных шагах, которые производители предпринимают для защиты окружающей среды.

Компания PepsiCo, как один из крупнейших мировых производителей продуктов питания и напитков, проводит целый ряд мероприятий, направленных на снижение воздействия на окружающую среду. Компания ответственно подходит к экологизации собственных производств и самой продукции, и возможность предложить российским потребителям напитки в FSC-сертифицированной упаковке полностью вписывается в стратегию экологической и социальной ответственности компании.

#### **Библиографический список**

1. Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. - 3-е изд., перераб. и доп. - СПб.: Питер, 2010. - 576 с.
2. Годин А.М. Маркетинг: учебник для вузов / А. М. Годин. - 8-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 672 с.
3. Ильичева И.В. Маркетинг [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / И. В. Ильичева. - Ульяновск: УлГТУ, 2010. - 229 с.
4. Официальный сайт компании PepsiCo. <http://www.pepsico.ru/>

## Юсупова А.Н., Валитов Ш.М. Влияние санкций на рынок срезанных цветов России

The impact of sanctions on the Russian market of cut flowers.

Юсупова Айгуль Нафисовна - магистрант 2 курса Казанского (Приволжского) Федерального Университета

Научный руководитель: Валитов Ш.М.

д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики производства Казанского (Приволжского) Федерального Университета  
yusupova.aygul@gmail.com

Yusupova Aygul Nafisovna - Student of Master's program, Kazan Federal University  
Scientific adviser: Valitov Shamil Mahmutovich

Doctor of science, professor, Head of Department of production economics in Kazan Federal University.

**Аннотация:** в статье рассмотрена текущая ситуация на рынке срезанных растений России. Современная ситуация характеризуется особой напряженностью, что связано с приостановкой сертификации голландских срезанных цветов. Самая крупная «цветочная биржа» организована в Нидерландах, что позволяет поставлять цветы от стран-экспортеров к странам-импортерам по наиболее выгодным условиям и в наиболее широком ассортименте. Почти половину всего объема срезанных растений в Россию поставляют именно оттуда. В этой связи, любые даже самые незначительные изменения в экспортно-импортных отношениях между Голландией и Россией могут иметь достаточно сильное влияние на ситуацию на внутреннем рынке. В качестве решения возникшей проблемы был предложен вариант организации прямых поставок со странами-экспортерами в обход «цветочной биржи», что позволило бы стать более свободными и независимыми в выборе. Еще один вариант выхода – строительство собственных теплиц и выращивание цветов у себя, это позволило бы сократить транспортные расходы и время доставки.

**Abstract:** The article describes the current situation on the market of cut plants of Russia. The current situation is characterized by a particular strength, due to the suspension of the certification of the Dutch cut flower. The largest "flower market" is organized in the Netherlands, which allows us to deliver flowers from exporting countries to importing countries on the most favorable conditions and in the widest range. Almost half of the total volume of cut plants in Russia is delivered from there. In this context, even the smallest changes in the export-import relationship between Holland and Russia can have a strong influence on the situation in the domestic market. As a solution to the problem was offered the option of arranging direct shipments from exporting countries to bypass the "flower exchange" that would be more free and independent choice. Another way out - building their own greenhouses and growing flowers at home. This would reduce transportation costs and delivery time.

**Ключевые слова:** срезанные цветы, фитосанитарная сертификация, импорт цветов, цветочный трипс.

**Keywords:** cut flowers, phytosanitary certification, import flowers, flower thrips.

В настоящее время рынок срезанных цветов переживает не лучшие свои времена. Связно это с объявлением 27 июля 2015 года о полной приостановке фитосанитарной сертификации [1] голландских срезных цветов для поставки в Россию. По словам Россельхознадзора [2], в партиях

цветов из Голландии нашли вредные карантинные организмы – цветочный трипс. Это мелкое насекомое, которое живет на цветках и листьях, питается их клеточным соком и представляет опасность не только для срезанных растений, но и для сельскохозяйственных культур.

За последние 3 месяца при проведении карантинного фитосанитарного контроля срезанных цветов, поступивших в Россию из стран Евросоюза, выявлено 324 партии, зараженные карантинными для России объектами – западным цветочным трипсом, белой ржавчиной хризантем, табачной белокрылкой и американским клеверным минером. В срезанных цветах, произведенных на территории Нидерландов, эти объекты отмечены в 183 случаях [3].

31 июля 2015 года на сайте Россельхознадзора появилась новость о том, что даже после запрета на ввоз срезанных растений из Нидерландов, в Россию продолжали поступать зараженные голландские цветы. Среди срезанных цветов, прибывших в Россию из Чехии, Венгрии, Литвы, Болгарии, Латвии и Словакии, в 14 случаях был выявлен карантинный для России западный цветочный трипс. При этом в 11 случаях цветы имели голландское происхождение [4].

Стоит все же отметить, что запрет пока касается только тех цветов, которые были выращены на территории Нидерландов на транзит цветов эта мера не распространяется.

Для того, чтобы в полной степени оценить возникшую ситуацию, рассмотрим некоторую статистику рынка срезанных цветов в России.

В самой Голландии в основном производятся только тюльпаны. Остальные цветы везутся из Эквадора, Колумбии, Кении, Зимбабве, Израиля, Индии. В Голландии же хорошо построена система логистики, которая создавалась на протяжении многих десятилетий.

На сегодняшний день мировой рынок экспорта цветов выглядит следующим образом.



Рисунок 1 Мировой рынок экспорта цветов. Источник: UN Comtrade



Рисунок.2 Страны-импортеры цветов в Россию. Источник: ФТС РФ

Как видно из диаграммы, Голландия экспортирует более половины всего объема срезанных цветов по всему миру. При этом в Россию из Нидерландов поступает почти половина всех срезанных растений. В этой связи, запрет на импорт цветов из Нидерландов может негативно сказаться на цветочном рынке РФ. Сложности могут возникнуть как у производителей, так и у покупателей. В первую очередь, данная ситуация отразится на стоимости и количестве срезанных растений. Цены на цветы могут вырасти в 3-4 раза, если поставщикам придется искать логистические пути в обход голландской территории, заявили в прес-службе международной компании по доставке цветов «Флорист.ру» [5]. Но кроме этого, сложности могут возникнуть при поисках новых поставщиков, налаживании контактов и связей. Все это потребует определенных затрат времени, денег и сил. Стоит отметить, что все вопросы, связанные с новыми поставщиками и контрагентами цветочным компаниям необходимо решить уже к концу этого года, так как известный факт – первый квартал каждого года является наиболее трудоемким и прибыльным, другими словами сезонным, для данной сферы бизнеса. Однако маловероятно, что данные меры позволят поддержать текущий уровень развития сферы цветочного бизнеса.

Если полный запрет на транзит будет введен, то России понадобится не менее 5-7 лет при наличии дешевого капитала, чтобы восстановить нынешний уровень развития цветочного рынка РФ, отметил генеральный директор цветочной компании BPF Group Виталий Шмальц. По его оценкам, в случае введения эмбарго российский рынок цветоводства может сократиться на 80 процентов.

Из сложившейся ситуации наиболее очевидными являются два выхода – налаживание прямых поставок цветов из стран-поставщиков (не через Голландию) или же выращивание своих.

Организация прямого импорта срезанных цветов из стран-поставщиков имеет свои сильные и слабые стороны.

Во-первых, неизвестно как это отразится на себестоимости живых цветов. С одной стороны, закупка цветов напрямую у поставщиков всегда производится по более низким ценам, нежели закупка через контрагентов. С другой стороны, отправляя цветы через Голландию многие поставщики сбивают цену на аукционах, которые проводятся там ежедневно.

Во-вторых, особую сложность представляет налаживание системы логистики. Учитывая фактор короткого срока годности цветочной срезки, система сообщения должна быть налажена

таким образом, чтобы рынок имел возможность пополнять свои запасы небольшим количеством продукции на ежедневной основе.

В то же время, налаживая прямые поставки цветочной срезки из стран Латинской Америки, к примеру, из Эквадора, Колумбии, можно защитить себя от негативных последствий ответных санкций в будущем. Учитывая политический фактор и прогнозирование нового витка санкций, организация прямого импорта будет являться инвестицией в долгосрочные перспективы. И хотя сейчас это потребует дополнительных затрат, в будущем это позволит избежать негативных последствий политического фактора.

Выращивание цветов на территории России довольно сложный и рискованный процесс. Климатические условия вынуждают обращаться к тепличным методам выращивания, при этом цены на энергию и водоснабжение только усложняют ситуацию. В этой связи, встает вопрос: что будет выгоднее – выращивать цветы самим или искать новых поставщиков?

Но у этого пути есть и свои плюсы – в первую очередь это сокращение стоимости транспортировки. Перевозить цветы по территории одной страны гораздо дешевле и удобнее, чем везти их из-за рубежа.

Кроме того, это может отразиться и на качестве продукции. Доставка цветочной срезки, выращенной на территории нашей страны, до потребителей будет занимать меньше времени. В этой связи, отпадает необходимость использования сильных химических средств, позволяющих продолжительное время сохранять товарный вид срезки, а значит цветы будут натуральнее, их аромат будет ярче.

Таким образом, на сегодняшний день ситуация остается неоднозначной. Одно можно сказать наверняка, запрет на ввоз срезанных цветов из Нидерландов негативно отразится на цветочном бизнесе России. А это означает, что компаниям необходимо уже сегодня искать альтернативные пути закупки срезанных цветов, для того чтобы не остаться без них в самый неподходящий момент. Или, как еще один вариант выхода из сложившейся ситуации, может быть предложен вариант инвестирования в строительство собственных теплиц для выращивания цветов. Оба предложенных способов требуют немалых временных и ресурсных затрат для их реализации. Однако в долгосрочной перспективе это защитит представителей цветочного бизнеса России от возможных негативных последствий от будущих санкций, направленных против нашей страны.

#### Библиографический список

1. Россельхознадзор предложил запретить импорт цветов из Нидерландов. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://ruposters.ru/news/27-07-2015/rosselhoz nadzor-zapretil-import>
2. Россельхознадзор. Новости. Запрет на ввоз цветов из Голландии: мнения экспертов. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.fsvps.ru/fsvps/press/183816.html>
3. Россельхознадзор. Новости. О мерах по предотвращению ввоза на территорию России зараженной голландской цветочной продукции. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.fsvps.ru/fsvps/news/14517.html>
4. Россельхознадзор. Новости. О продолжающемся поступлении в Россию зараженных голландских цветов. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.fsvps.ru/fsvps/news/14569.html>
5. Россия запретила импорт срезанных цветов из Нидерландов. [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://www.finanz.ru/novosti/aktsii/rossiya-zapretila-import-srezannykh-cvetov-iz-niderlandov-1000740436>

# УПРАВЛЕНИЕ И МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338.242

Дата публикации: 09.11.2015

## Коротеев М.Ю., Пшенцова А.И. Повышение эффективности деятельности сельхозпредприятий на основе интеграционных отношений

Improving the efficiency of agricultural enterprises on the basis of integration relations

Коротеев Максим Юрьевич

научный руководитель Пшенцова Анна Игоревна

1. Магистрант 1 курса , направление 38.04.02 Менеджмент, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов,

2. доцент кафедры маркетинга и внешнеэкономической деятельности, Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова, г. Саратов.

finance-credit@mail.ru

Koroteev Maksim Yurevich

scientific adviser Pshentsova Anna Igorevna

Master of 1 course, the direction 38.04.02 Management, Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov,

Associate Professor of Marketing and Foreign Economic Affairs, Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov.

**Аннотация:** Условия ВТО диктуют сельскохозяйственным и перерабатывающим предприятиям требования в обеспечении продовольственной безопасности. Мировой опыт свидетельствует, что одной из форм обеспечения сбалансированного развития продуктовых подкомплексов является агропромышленная интеграция. В планировании своей деятельности предприятия хлебобулочной промышленности области должны ориентироваться на конкурентов, так как развитая транспортная сеть области, отсутствие законодательных барьеров в свободной торговле в рамках области делают, свободным проникновение других производителей на местный рынок и наоборот. Важным условием успешного функционирования агрохолдинга выступает государственная поддержка, которая связывает отечественную пищевую промышленность с отечественным сельским хозяйством, привязывая агропромышленный процесс к отечественной сырьевой базе.

**Abstract:** Terms of WTO dictate agricultural and processing enterprises requirements in ensuring food security. World experience shows that a form of balanced development is a product sub agro-industrial integration. In their planning enterprise bakery industry of the region should focus on the competition, as a developed transport network of the region, the absence of legal barriers to free trade within the region do, free entry of other manufacturers on the local market, and vice versa. An important condition for the successful operation of agricultural holdings in favor government support, which connects the domestic food industry with domestic agriculture, agro-tying process to the domestic raw material base.

**Ключевые слова:** Сельхозпредприятие, интеграция, агрохолдинг, маркетинговая среда, эффективность

**Keywords:** Agricultural enterprises, integration, agricultural holding, marketing environment,

the effectiveness of

Проблема повышения эффективности агропромышленного производства приобрела в настоящее время особую актуальность. Экономические преобразования, осуществляемые в агропромышленном комплексе РФ, вступление в ВТО, социально-экономические последствия присоединения России к ВТО для сельского хозяйства привели к необходимости применения новых подходов к ведению бизнеса [5].

Условия ВТО требуют постановки задач для развития пищевой промышленности, которая охватывает отрасли, производящие продукты первой необходимости и является центральным звеном в обеспечении продовольственной безопасности [3]. За годы реформ выработка пищевой продукции сократилась на сельхозпредприятиях всех форм хозяйствования, особенно в малых формах.

Возникновение агропромышленных холдингов – современное явление в российском АПК. В большинстве своем это экономически эффективные компании, они хорошо ориентируются на рынке, надежны и кредитоспособны. Вертикально интегрированная система холдингов позволяет им оптимизировать многие процессы.

Мировой и российский опыт позволяют сделать вывод о том, что одной из наиболее реальных форм обеспечения сбалансированного развития продуктовых подкомплексов является агропромышленная интеграция, позволяющая получить значительный синергетический эффект за счет оптимального использования ресурсов всех участников интеграционных формирований [8]. Современная практика функционирования таких объединений доказывает их довольно высокую эффективность и конкурентоспособность. Они создают наиболее благоприятные условия для согласования экономических интересов участников интеграции и повышения эффективности производства.

Деятельность холдинговых компаний позволяет решать следующие задачи:

- аккумулирует финансовые ресурсы для реализации приоритетных направлений развития сельского хозяйства и сферы его обслуживания;
- интегрирует в единое целое производство, переработку и торговлю;
- укрепляет финансовое состояние предприятий и организаций агропромышленного производства;
- способствует продвижению на рынок конкурентоспособной продукции сельскохозяйственных товаропроизводителей;
- вытесняет из оборота посредников;
- повышает контроль за использованием ресурсного потенциала;
- использует прогрессивные технологии, высокопроизводительную технику, достижения науки;
- обеспечивает рост числа рабочих мест на селе, улучшает их материальное положение;
- способствует увеличению производства продукции;
- обеспечивает снижение издержек на разных стадиях технологической цепочки «производство – переработка – реализация продукции»;
- повышает рентабельность хозяйственной деятельности агропромышленного формирования.

Однако в настоящее время образование и развитие холдинговых компаний в АПК сдерживается следующими объективными факторами: отсутствием необходимой законодательной базы; несовершенными правовыми, организационно-экономическими и социальными механизмами кооперирования и интегрирования сельскохозяйственных товаропроизводителей в области производства и реализации продукции, материально-технического снабжения и сбыта продукции, оказания транспортных услуг; недоступностью

банковских кредитов, слабым развитием интегрированных систем оказания финансовых услуг малым формам хозяйствования и сельскохозяйственным потребительским кооперативам; низким уровнем информированности сельских тружеников о преимуществах кооперации и интеграции; недостаточным уровнем правовой культуры на селе, практическим отсутствием информированности населения о законодательных и экономических условиях деятельности агропромышленных формирований [1].

В условиях рыночной экономики эффективность отраслей пищевой промышленности достигается за счет высокой специализации производства и совершенствования управления им. Углубление специализации требует не только обеспечения производства технологиями с использованием современных достижений научно-технического прогресса, но и осуществления контроля за качеством сырья и готовой продукции. Эффективное производство муки в ближайшей перспективе останется исключительной прерогативой крупных специализированных предприятий с налаженными хозяйственными связями со сбытовыми и торгующими организациями [4].

В Саратовской области крупнейшими агрохолдингами являются группа компаний «Кребор», «Нарат-групп» и «Зерно Поволжья». Группа компаний «Кребор» образовалась в конце 1991 года как торговый кооператив, основным видом деятельности которого являлась поставка продовольственных товаров из Украины в Саратовскую область. В дальнейшем сфера деятельности предприятия постоянно расширялась и продолжает расширяться до сих пор. На данный момент группа компаний «Кребор», куда в 2004 году относились ООО «Энтраст» и ОАО «Энгельсский хлебокомбинат». ОАО «Энгельсский хлебокомбинат» занимает ведущую позицию на рынке города Энгельса и Саратова. Такое положение позволяет воздействовать на предприятия-конкуренты и освобождает от необходимости вступать в монополистический сговор. Создана следующая производственная цепочка: выращивание мягкой пшеницы на полях в Дергачевском районе сельхозпредприятием ООО «Русь», затем хранение урожая и его переработка в хлебопекарную муку на мукомольном предприятии ООО «Энтраст», в дальнейшем выпечка конечного продукта – хлебобулочной продукции – ее доставка до потребителей и частичная реализация через собственную торговую сеть ОАО Энгельсский Хлебокомбинат.

Все участники агрохолдинга имеют свои преимущества:

- для ООО «Энтраст» – стопроцентная товарность основной продукции, отсутствие перепроизводства и кризисов в продаже продукции; постоянная загруженность производственных мощностей;

- для сельскохозяйственного предприятия ООО «Русь» – стабильный сбыт произведенной продукции по оптимальным ценам;

- для ОАО «Энгельсский Хлебокомбинат» – постоянное обеспечение мукой.

Таким образом, замкнутый производственный цикл делает производство глубоко специализированным, что при достаточной финансовой поддержке со стороны других участников интеграционного формирования является положительным фактором.

Серьёзнейшей проблемой в функционировании агрохолдинга является налоговое положение мукомольного предприятия, которое получает зерно у сельскохозяйственного предприятия без налога на добавленную стоимость, а продавать муку и отруби оно вынуждено с налогом на добавленную стоимость. Это отрицательно сказывается на конечном потребителе, так как растут цены на муку, а, следовательно, и на хлебобулочную продукцию. Переработчики должны искать решение этой проблемы самостоятельно, в том числе и опираясь на преимущества, полученные ими в результате вертикальной агропромышленной интеграции.

Анализ интеграционных процессов прошедших и протекающих в рамках рассматриваемой агропромышленной группировки доказывает, что любой интеграционный процесс имеет как положительные, так и отрицательные моменты. Так, в ГК «Кребор» на

сегодняшний момент остро стоит вопрос о создании единой экономической службы. Возникают проблемы при оценке качества продукции, распределении прибыли. Решающим фактором в преодолении всех экономических, юридических и прочих противоречий, связанных с протеканием интеграционных процессов, является ориентация всех работников предприятий холдинга на общую эффективность функционирования всей структуры.

В этом плане неформальная структура холдинга представляется более выгодной, так как владельцами всех предприятий являются одни и те же лица, которые заинтересованы именно в суммарной эффективности всей структуры. В то время как владельцы предприятий, входящих в классические интеграционные формирования, например союзы, ассоциации, агрофирмы и классические агрохолдинги, заинтересованы все же, в первую очередь в процветании конкретно своего предприятия.

Формирование агропромышленных холдингов в АПК, как правило, осуществляется по технологической цепочке. Она начинается от снабжения сельскохозяйственного производства и заканчивается сбытом готовой продукции конечным потребителям.

На сегодняшний день рынок хлебобулочной продукции Саратовской области характеризуется, по мнению сотрудников отдела сбыта ОАО «Энгельсский хлебокомбинат», как жёсткий, олигополистический, всё ещё открытый, динамичный, имеющий иногда тенденцию к монополистическому сговору. Всё это заставляет уделять маркетинговой деятельности значительные затраты труда и капитала.

В планировании своей деятельности предприятия хлебобулочной промышленности области должны обязательно оглядываться на конкурентов, так как развитая транспортная сеть области, отсутствие естественных препятствий и законодательных барьеров в свободной торговле в рамках области делают, например, свободным проникновение саратовский производителей на Энгельсский рынок и наоборот.

Грамотный и полный анализ маркетинговой среды предприятия, производящего конечный продукт, является важнейшим ключом к повышению общего уровня эффективности холдинга.

Существуют три варианта планирования рынка сбыта готовой продукции [2]. Стоит отметить, что фактическая ситуация, скорее всего, в той или иной степени будет зависеть от всех трёх составляющих.

Первым вариантом является теоретический подход, основанный на статистических данных о численности населения на территории, где прогнозируется рынок и на данных о средних и рекомендуемых нормах потребления хлебобулочной продукции.

Второй вариант является наиболее сложным, рискованным, но, в тоже время, максимально точным. При этом варианте используются данные о реализации продукции конкурентами предприятия и прогнозируется их доля на рынке в будущем.

Третий вариант в современных рыночных условиях основывается на уже имеющейся доли на рынке и интуитивной попытке в следующем периоде увеличить её.

Наиболее успешным и быстрым, если учитывать все факторы, способствующие интеграции, т.е. следует развивать холдинг по следующим основным направлениям: юридический блок взаимоотношений, экономический и социально-психологический.

К юридическому блоку относятся: развитие договорной цены; соблюдение правовых механизмов интегрирования; соблюдение контрактной основы в трудовых отношениях.

К экономическому блоку относятся: совершенствование маркетинговой деятельности; создание единого расчетно-финансового центра; реализация продукции под маркой агропромышленного холдинга; модернизация производства.

К социально-психологическому блоку относятся: соблюдение принципов формирования интегрированных структур (добровольность, этапность и др.); формирование корпоративной культуры.

При этом лучший способ преодоления противоречий – это ориентация всех предприятий, включенных в процесс интеграции, на общий конечный результат деятельности. Этому в значительной степени способствует неформальная структура холдинга.

Тенденции и перспективы развития агрохолдингов в России представляют сложную и противоречивую картину. Важным условием успешного функционирования агрохолдинга является государственная поддержка, которая связывает отечественную пищевую промышленность с отечественным сельским хозяйством, привязывая агропромышленный процесс к отечественной сырьевой базе. Государственная поддержка усилит позиции российских предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынке, будет способствовать наращиванию их потенциала по производству конкурентоспособной экологически чистой продукции и насыщению товарного и потребительского рынков качественной отечественной продукцией [6,7].

#### Библиографический список

1. Алешина Е.А., Сердобинцев Д.В., Пшенцова А.И., Рыжков И.В. Современные процессы агропромышленной интеграции в направлении кластеризации на основе частно-государственного партнерства // Региональные агросистемы: экономика и социология. - 2014. - № 2. - С. 20.
2. Горбунов С.И., Генералова С.В., Минеева Л.Н., Рябова А.И. Маркетинг (учебное пособие) // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. - 2012. - № 9. - С. 124-125.
3. Казакова Л.В., Минеева Л.Н., Пшенцова А.И. Перспективы обеспечения продовольственной безопасности России // Научное обозрение. - 2015. - № 11. - С. 245-250.
4. Минеева Л.Н. Развитие альтернативных (несельскохозяйственных) видов деятельности на селе // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 73-77.
5. Пшенцова А.И. Социально-экономические последствия присоединения России к ВТО для сельского хозяйства Саратовской области // Аграрный научный журнал. - 2014. - № 7. - С. 86-89.
6. Пшенцова А.И., Горбунов С.И., Васильева Е.В., Казакова Л.В., Минеева Л.Н. Влияние государственной поддержки на развитие и эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – №07(111). – IDA [article ID]: 1111507062. – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2015/07/pdf/62.pdf>
7. Юркова М.С., Пшенцова А.И. Государственная поддержка сельскохозяйственных отраслей как основа высокой конкурентоспособности производства в преддверии вступления в ВТО // Никоновские чтения. - 2011. - № 16. - С. 161-163.
8. Юркова М.С., Пшенцова А.И. Интегрированные формирования в АПК как фактор повышения эффективности развития рыночных форм хозяйствования // Аграрный научный журнал. - 2010. - № 6. - С. 75-78.

УДК 330.341

Дата публикации: 01.11.2015

## **Мухина Е.Г. Оценка инвестиционной привлекательности сельских территорий с помощью многомерного рейтингового анализа**

Evaluation of investment attractiveness of rural areas using multivariate rating analysis

Мухина Елена Геннадьевна  
доктор экономических наук, профессор кафедры экономической безопасности, анализа и  
статистики ФГБОУ ВО «Курганская государственная сельскохозяйственная академия имени Т.С.  
Мальцева»

Mukhina E.G.  
Doctor of Economics, professor of department of economic security, analysis and statistics "Kurgan  
State Agricultural Academy named TS Maltseva "

**Аннотация:** Изучены подходы к оценке инвестиционной привлекательности сельских территорий. В качестве методов оценки инвестиционной привлекательности в процессе исследования использованы рейтинговая оценка и кластерный анализ. Выделены показатели оценки инвестиционной привлекательности сельских территорий региона и проведен их анализ. В ходе исследования изучен кластерный подход в оценке инвестиционного потенциала сельских территорий. На основании предложенного интегрального показателя районы были ранжированы и объединены в кластеры по типичным признакам. В заключение сделаны выводы и обоснована необходимость принятия экономических и организационных решений для каждой группы.

**Abstract:** Studied approaches to assessing the investment attractiveness of rural areas. As the methods of evaluation of investment attractiveness in the research process used by the rating evaluation and cluster analysis. Obtained performance evaluation of investment attractiveness of rural areas of the region and their analysis. The study investigated the cluster approach in the assessment of the investment potential of rural areas. On the basis of the proposed integral index areas were ranked and grouped into clusters of typical characteristics. Finally, the conclusions and the necessity of making economic and organizational solutions for each group.

**Ключевые слова:** сельские территории, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, рейтинговая оценка, кластер

**Keywords:** ural areas, investment climate, investment attractiveness, rating, cluster

*\*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Департамента экономического развития, торговли и труда Курганской области в рамках научного проекта 14-46-00018 «р урал а*

Одной из важнейших стратегических задач России является обеспечение устойчивого развития сельских территорий. Все целевые ориентиры федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года» (экономический рост, создание комфортных условий жизнедеятельности и благоприятных инфраструктурных условий, организация высокотехнологичных рабочих мест на селе и др.) так или иначе связаны с необходимостью активизации инвестиционной деятельности [3]. Для потенциального инвестора очень важна информация об уровне инвестиционной привлекательности территории. В связи с этим научные разработки в этом направлении приобретают особую значимость и актуальность. С методической точки зрения инвестиционная привлекательность аграрного сектора носит многоуровневый характер. Для потенциального инвестора могут быть интересны следующие уровни:

- инвестиционная привлекательность сельской территории в рамках региона (когда регион имеет значительную территориальную протяженность, включает в себя районы с различными природно-климатическим и ресурсным потенциалом, разной специализацией и т.д.);
- инвестиционная привлекательность различных подотраслей аграрного производства (в рамках региона, района).

- инвестиционная привлекательность сельскохозяйственных предприятий в рамках района, региона.

В рамках данного исследования остановимся на оценке инвестиционной привлекательности сельских территорий Курганской области. Типологизацию районов целесообразно проводить с использованием двух методов: рейтинговой оценки и кластерного анализа. С помощью первого метода можно провести ранжирование районов по выбранным группам показателей, а второй позволит разделить их на однородные группы [1].

Предлагается методика комплексной сравнительной рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности сельских территорий с целью обеспечения потенциальных инвесторов информацией об инвестиционной привлекательности районов, предприятий, подотраслей аграрного сектора экономики региона.

Оценку предлагается проводить по четырем блокам:

- территориально-инфраструктурный;
- производственно-экономический;
- социальный;
- экологический.

Этапами методики комплексной сравнительной рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности сельских территорий являются: отбор объектов исследования; сбор и аналитическая обработка исходной информации за выбранный период; обоснование системы показателей, используемых для рейтинговой оценки; определение итогового показателя рейтинговой оценки, ранжирование объектов исследования по рейтингу, распределение объектов исследования в кластеры. При проведении рейтинговой оценки используются данные статистических отчетов и департамента сельского хозяйства региона [2].

В зависимости от поставленных целей исследования и уровней исследования система показателей по блокам может меняться. Для рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности сельских территорий предлагается система показателей, продемонстрированная на рисунке 1.

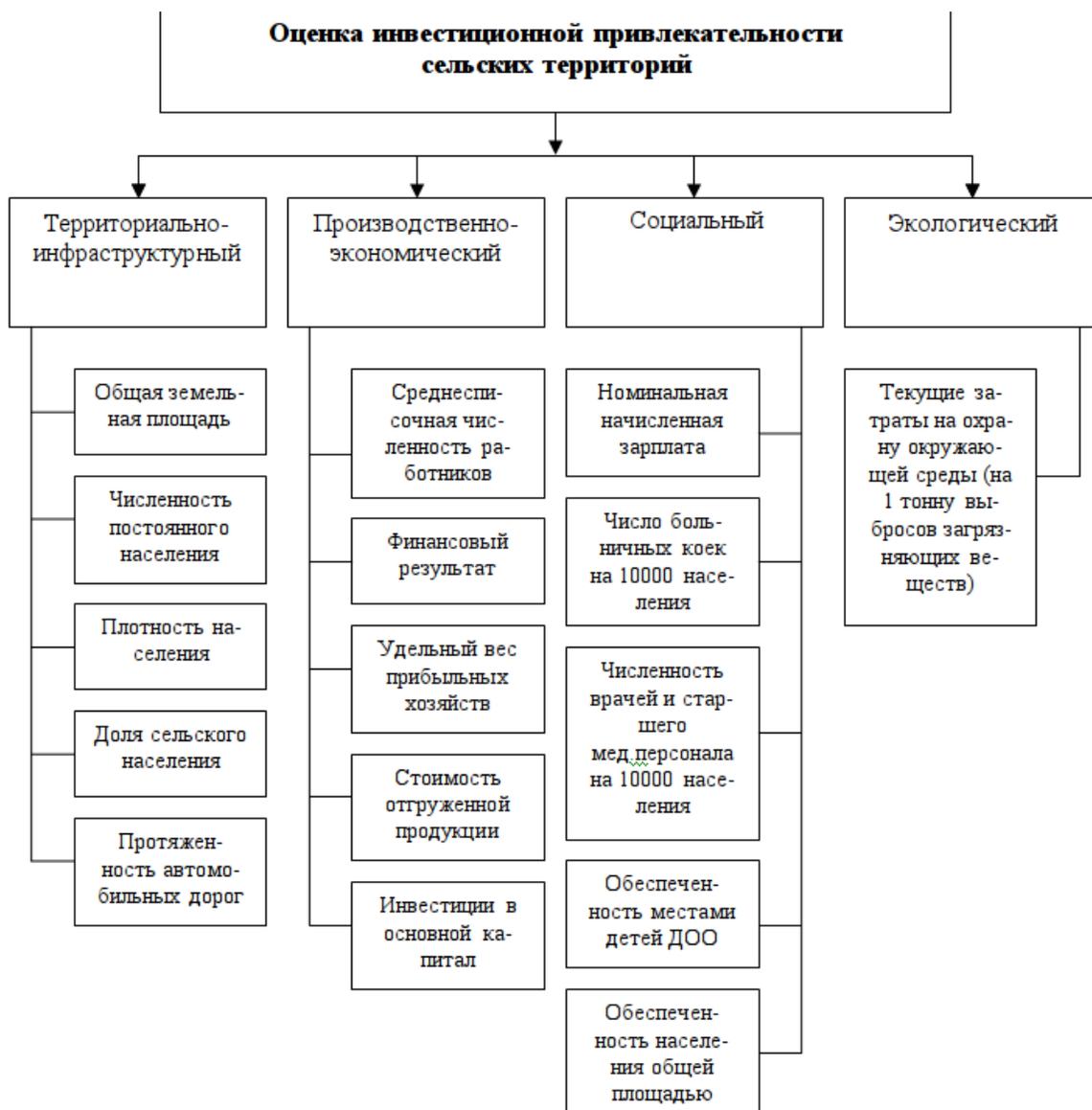


Рисунок 1 – Система показателей оценки инвестиционной привлекательности сельских территорий

По каждому показателю объекты исследования ранжируются частным рейтингом, например:

1. Рейтинг по общей земельной площади.
2. Рейтинг по численности населения.
3. Рейтинг по плотности населения.
4. Рейтинг по удельному весу сельского населения.
5. Рейтинг по протяженности автомобильных дорог и т.д.

Для каждого анализируемого объекта значение его итоговой рейтинговой оценки определяется по формуле:

$$R_i = \frac{r_1 + r_2 + \dots + r_n}{n}$$
 где  $R_i$  – рейтинговая оценка для  $i$ -го объекта;  
 $r_1, r_2, \dots, r_n$  – частные рейтинговые оценки  $i$ -го объекта.

При расчете интегрального рейтинга мы исходили из предположения о равенстве значимости каждого частного рейтинга в интегральном. В интегральном рейтинге объекты исследования упорядочиваются (ранжируются) в порядке убывания рейтинговой оценки.

Наивысший рейтинг имеет объект с минимальным значением итоговой оценки.

По итогам ранжирования были получены следующие результаты. Наивысшую инвестиционную привлекательность продемонстрировали Кетовский, Щучанский, Далматовский, Юргамышский, Шадринский, Катайский районы. В наихудшем положении находятся Половинский, Притобольный, Альменевский, Частоозерский и Сафакулевский районы (таблица 1).

Следующим шагом в типологизации районов стало отнесение их к группе сходных по уровню инвестиционной привлекательности. Для этого был избран кластерный анализ, который позволяет разбить изучаемую совокупность объектов на группы «сходных» объектов.

В результате использования данной методики при анализе инвестиционной привлекательности объектов экономики все объекты исследования могут быть сгруппированы по группам:

- 1 группа – объекты с высоким уровнем инвестиционной привлекательности (Кетовский, Щучанский и Далматовский районы);
- 2 группа – объекты со средним уровнем инвестиционной привлекательности (Юргамышский, Шадринский, Катайский, Каргапольский, Варгашинский и Мишкинский районы);
- 3 группа – объекты с пониженным уровнем инвестиционной привлекательности (Шумихинский, Куртамышский, Петуховский, Шатровский, Белозерский, Звериноголовский, Целинный, Макушинский, Мокроусовский, Лебяжьевский, Половинский, Притобольный, Альменевский, Частоозерский и Сафакулевский районы).

Таблица 1 – Рейтинговая оценка инвестиционной привлекательности сельских территорий

Район	Территориальный потенциал	Производственно-экономический потенциал	Социальный потенциал	Экологический потенциал	Интегральный показатель	Рейтинг
Альменевский	1,253	1,908	0,928	0,961	1,262	20
Белозерский	1,106	1,869	0,836	0,975	1,197	13
Варгашинский	1,102	1,598	0,715	0,617	1,008	8
Далматовский	0,965	1,057	0,635	0,589	0,811	3
Звериноголовский	1,445	1,931	0,899	0,527	1,200	14
Каргапольский	0,881	1,609	0,962	0,454	0,976	7
Катайский	1,177	1,531	0,877	0,252	0,959	6
Кетовский	0,304	0,811	0,988	0,821	0,731	1
Куртамышский	0,988	1,667	0,924	0,971	1,138	10
Лебяжьевский	1,211	1,832	0,923	0,992	1,240	18
Макушинский	1,254	1,788	0,849	0,966	1,214	16
Мишкинский	1,185	1,716	0,408	0,724	1,008	8
Мокроусовский	1,257	1,868	0,914	0,872	1,228	17
Петуховский	1,257	1,618	0,849	0,926	1,163	11
Половинский	1,325	1,865	0,912	0,926	1,257	19

Район	Территориальный инфраструктурный потенциал	Производственно-экономический потенциал	Социальный потенциал	Экологический потенциал	Интегральный показатель	Рейтинг
Притобольный	1,286	1,882	0,890	0,989	1,262	20
Сафакулевский	1,347	1,880	0,947	0,991	1,291	22
Целинный	1,169	1,858	0,906	0,895	1,207	15
Частоозерский	1,530	1,930	0,723	0,960	1,286	21
Шадринский	0,817	1,691	0,899	0,304	0,928	5
Шатровский	1,045	1,771	0,896	0,996	1,177	12
Шумихинский	1,133	1,692	0,791	0,881	1,124	9
Щучанский	1,092	1,319	0,739	0,000	0,787	2
Юргамышский	1,015	1,403	0,825	0,463	0,926	4

К основным достоинствам методики рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности можно отнести: во-первых, предлагаемая методика базируется на комплексном, многоплановом подходе к оценке такого сложного явления, как инвестиционная привлекательность; во-вторых, рейтинговая оценка инвестиционной привлекательности осуществляется на основе данных публичной отчетности территории (района); в-третьих, рейтинговая оценка является сравнительной, она учитывает реальные достижения всех конкурентов.

Предлагаемая методика рейтинговой оценки может быть использована при разработке такого аналитического документа, как «инвестиционный паспорт района», в котором дается комплексная оценка и всеобъемлющая информация об экономическом субъекте.

Паспортизация объектов инвестиционной деятельности позволяет проводить объективный анализ, принимать обоснованные среднесрочные и долгосрочные инвестиционные решения, а также давать рейтинговую оценку регионов по их инвестиционной привлекательности. Кроме того, инвестиционная паспортизация позволяет уже в прединвестиционной фазе принимать экономически обоснованные решения, создает возможность смягчить нежелательные экономические и социальные последствия от стихийных потоков инвестиций.

Инвестиционный паспорт может быть представлен четырьмя разделами:

1. Территориальный блок. В нем отражается достигнутый уровень инфраструктуры района и состояние его использования.

2. Экономический блок. В этом разделе показываются достигнутые результаты развития экономики района, объемы капитальных вложений по направлениям и объектам, обеспеченность их источниками финансирования, степень освоения капитальных вложений и отвлечение средств в незавершенное строительство.

3. Социальный блок. Включение данного раздела обусловлено тем, что региональные системы представляют собой территориально обособленные формирования, которые решали и в дальнейшем будут решать вопросы обеспечения граждан района всем набором социальных услуг. Причем для решения этих проблем могут быть использованы как собственные свободные средства, так и бюджетные ассигнования.

4. Экологический блок. В данном разделе отражается состояние окружающей среды, результаты воздействия предприятий района на экологическую ситуацию территории и возможные последствия при наступлении угроз, связанных с экологией.

С целью организации процесса инвестиционной паспортизации и обеспечения надежности оценок в процессе принятия долговременных решений при департаменте сельского хозяйства целесообразно создание информационно-аналитического центра инвестиционной деятельности. Методической основой работы информационно-аналитического центра может стать предложенная информационно-аналитическая система, которая включает в себя следующие элементы:

1. Определение цели инвестиционной политики.
2. Обоснование системы приоритетов в АПК.
3. Выработка критериев оценки инвестиционной деятельности.
4. Паспортизация объектов инвестиционной деятельности.
5. Обобщение, систематизация информации с целью рейтинговой оценки по инвестиционной привлекательности.
6. Принятие инвестиционных решений в соответствии с результатами оценки.

Создание такого центра потребует минимальных финансовых издержек, так как в основном будет связано с перераспределением функциональных обязанностей в уже существующих организационных структурах.

В целом, предлагаемые нами методологические и методические подходы к оценке инвестиционного климата сельских территорий позволяют потенциальному инвестору, как внутреннему, так и внешнему, в условиях дефицита инвестиционных ресурсов, принять достаточно объективное решение о размещении и концентрации инвестиционных ресурсов, снизить управленческие риски, повысить эффективность инвестиционных вложений.

#### Библиографический список

1. Мухина Е.Г. Методика оценки ресурсного потенциала сельских территорий // Аграрный вестник Урала. – 2014.- №11 (129).– С.63-68.
2. Питерская Л.Ю. Инвестиционная деятельность в отраслях региона: вопросы теории и практики: монография / Л.Ю. Питерская, И.В. Погодаева, С.Е. Шиянов; Сев.-Кав. соц. ин-т. – Ставрополь, 2007. – 352 с.
3. Субботина Л.В., Головина С.Г. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности территорий (российская наука и практика) // Вестник Курганской ГСХА. – 2014. - №3. – С.13-18.

УДК 338.2

Дата публикации: 28.11.2015

## **Сафронова Ю.О. Развитие предприятий пищевой промышленности на основе кластерного подхода**

Development companies food industry based on the cluster approach

Сафронова Ю.О.

Воронежский государственный университет инженерных технологий

Safronova Yu.O.

Voronezh State University of Engineering Technology

#### **Аннотация:**

Предмет/тема. Одной из характерных особенностей осуществления экономической реформы является возрождение кооперации и интеграции в различных организационно-

правовых формах. При этом применительно к аграрной экономике в последнее время широкое обсуждение и научное обоснование получил кластерный подход. В этой связи необходимы исследования эффективности вновь создаваемой кластерной системы. Цели/задачи. Учитывая важность проблемы обеспечения продовольственной безопасности, автор настоящей работы наметил цель предложить кластерный подход, как фактор реализации политики импортозамещения в АПК.

Методология. Исследование основывается на общепринятых экономических методах исследования с широким применением монографического метода. Результаты. В результате работы было обосновано, что функционирование кластерной системы в АПК целесообразно, так как ведет к повышению уровня экономического эффекта, конкурентоспособности, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Выводы/значимость.

Сделан вывод, что реализация интеграционных стратегий развития АПК потенциально позволит обеспечить формирование синергетических эффектов взаимодействия участников кластерной системы.

#### **Abstract:**

The subject. One of the characteristics of the economic reform is the revival of cooperation and integration in various organizational and legal forms. At the same time in relation to the agricultural economy in recent years a wide debate and scientific justification was the cluster approach. In this regard, necessary research on the effectiveness of the newly created cluster system.

Objectives. Given the importance of the problem of food security, the author of this paper outlined the aim is to offer the cluster approach as a factor in the policy of import substitution in agriculture.

Methodology. The study is based on generally accepted methods of economic research with the extensive use of monographic method.

Results. As a result, the work has been proved that the functioning of the cluster system in the agricultural sector as appropriate, since it leads to an increase in economic benefits, competitiveness, both in domestic and foreign markets.

Conclusions. It was concluded that the implementation of the integration strategies of AIC potentially allow for the formation of synergistic effects of interaction between participants of the cluster system.

**Ключевые слова:** АПК, интеграция, кластер, кластерный подход, кластерная система, конкурентоспособность, пищевая промышленность, регион.

**Keywords:** agriculture, integration, cluster, cluster approach, cluster system, competitiveness, food industry, region.

В настоящее время в экономике кластерный подход занимает весомое место, привлекая к себе внимание многих ученых. Это связано, в основном, с тем, что спектр применения данного подхода весьма многообразен и применяется, как в области биологических и социологических наук, так и в археологии, не говоря о том, что главное место кластеры занимают в экономике [3].

Применение кластеров как модели экономического развития современной России используют многие инвестиционно-активные регионы, которые смогли организовать успешную деятельность взаимодополняющих друг друга предприятий на своей территории [5; 7].

Основными задачами пищевого кластера можно назвать привлечение в экономику региона инвестиций, формирование, развитие и совершенствование кадрового потенциала путем преобразования системы профессионального образования, внедрение результатов НИОКР, реформирование и модернизация существующих производств. Предприятия – участники

организованного пищевого кластера имеют возможность привлечения ресурсов с целью реализации совместных международных проектов, тем самым, повышая конкурентоспособность своих предприятий.

Организация и реализация кластерного подхода в пищевой промышленности отвечают на следующие требования мирового рынка [2; 6]:

- повышение уровня международного разделения труда;
- концепция современного маркетинга ориентирована на потребителя;
- ограниченность и дефицит энергоресурсов и сырья в стратегическом масштабе для подавляющего числа государств и т.д.

В связи с данными требованиями пищевые кластеры в целях повышения уровня своей конкурентоспособности реализуют такие направления в деятельности, как:

1. Внедрение НИОКР, увеличение автоматизации производства с применением технологий ресурсосбережения;
2. Инвестирование в подготовку и переподготовку кадрового состава, что позволяет усовершенствовать применение новых технологий и отвечать современным требованиям рынка и т.п.

Создание и эффективное функционирование предприятий пищевой промышленности на основе кластерного подхода предполагает наличие современной высокотехнологичной промышленной зоны для размещения сельскохозяйственных и перерабатывающих производств на территории инфраструктуры кластера с задачей выпуска конкурентоспособной современной продукции не только для внутреннего, но и для внешнего рынка.

Пример организации работы пищевого кластера показан на рисунке 1.

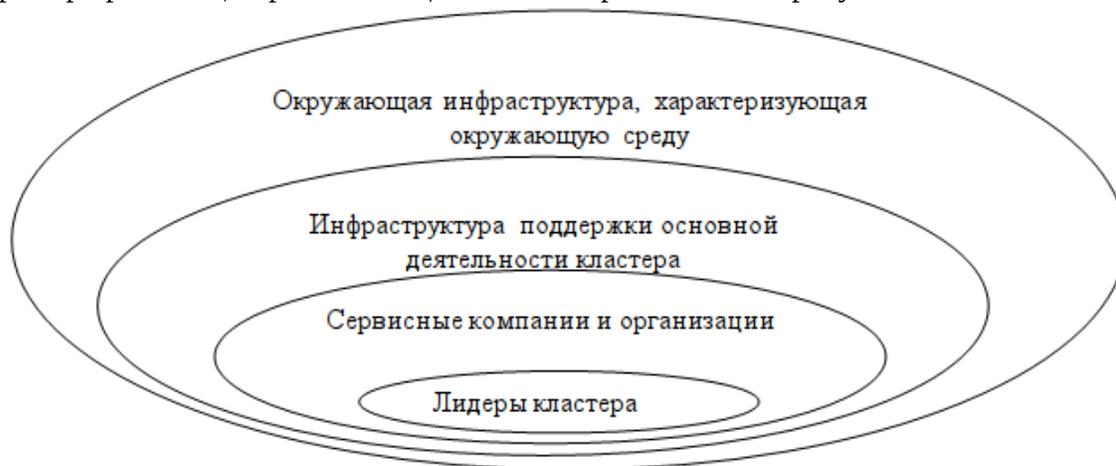


Рисунок 1 – Концепция организации предприятий пищевой промышленности на основе кластерного подхода

Данный пример показывает организацию эффективного управления и взаимодействия предприятий – участников кластера при рациональном использовании ресурсов и правильной кооперации.

Однако перспективы развития предприятий пищевой промышленности на основе кластерного подхода в России на современном этапе оцениваются весьма неоднозначно. С одной стороны, наличие благоприятных условий для развития: потенциал рынка, рост потребительского спроса, наличие сырьевой базы; с другой,- наличие экономических рисков [4]. Конечно, здесь не обойтись без реформирования и развития инновационной деятельности кластера, начиная от совершенствования менеджмента и маркетинга, заканчивая модернизацией технологических процессов [1].

Таким образом, управление предприятиями пищевой промышленности на основе

кластерного подхода – процесс актуальный и необходимый, направленный на повышение конкурентоспособности предприятий данной отрасли, переход их на новый качественный уровень, в т.ч. и международный, при этом развивая национальную экономику с максимизацией собственной прибыли.

#### Библиографический список

1. Баулина О.А. Перспективы развития строительной отрасли Волгоградской области на базе кластерного подхода //Современные научные исследования и инновации. 2015.№ 1-2 (45). С.81-88.
2. Баутин В.М. Организационно-экономические основы формирования финансово-промышленных групп в АПК // Территория науки. 2014. № 6. С. 137-140.
3. Баутин В.М., Шаталов М.А. Интеграция предприятий пищевой промышленности и сопряженных отраслей на основе кластерного подхода // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2015. № 1 (63). С. 210-216.
4. Краснова Н.А. Кооперация как инструмент инновационного развития АПК// Инновационные технологии в АПК: теория и практика сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции. 2015. С. 69-72.
- 5 Шаталов М.А., Ахмедов А.Э., Мычка С.Ю. Кластерный подход развития регионов // Территория науки. 2015. № 2. С. 142-145.
6. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Организационно-экономические аспекты кластерного развития предприятий АПК// Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2014. Т.2. № 5-3. С. 459-463.
7. Шаталов М.А., Ахмедов А.Э., Блащенко Б.О. Формирование региональных экономических систем на основе кластерного подхода // Научно-исследовательские публикации. 2015. Т. 1. № 1 (21). С. 20-26.

# ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОИЗВОДСТВА

УДК 336.77.067

Дата публикации: 19.11.2015

## Тиндова М.Г., Корякина О.П. Затратный подход в оценке экологического ущерба

The cost approach in the evaluation of environmental damage

Тиндова М.Г., Корякина О.П.

1. к.э.н., доцент кафедры прикладной математики и информатики Саратовского социально-экономического института (филиала)  
ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова, e-mail mtindova@mail.ru
2. студентка 2 курса факультета учёта, статистики и информационных технологий Саратовского социально-экономического института (филиала)  
ФГБОУ ВО РЭУ им. Г.В. Плеханова

Tindova M., Koryakina O.

1. Ph.D., Associate Professor, Department of Applied Mathematics and Informatics of Saratov Socio-Economic Institute (branch)  
FGBOU IN REU G. Plekhanov, e-mail mtindova@mail.ru
2. 2nd year student of the Faculty of Accounting, Statistics and Information Technologies Saratov Socio-Economic Institute (branch)  
FGBOU IN REU G. Plekhanov

**Аннотация:** Оценка экономического ущерба, несмотря на широкое практическое применение, не имеет общей методики вычислений. Выбор способа зависит от цели оценки и объема исходных данных. Поэтому целью работы является анализ методов оценки ущерба в рамках сравнительного и затратного подходов в оценке. В работе проанализированы различные экономические аспекты процесса определения экологического ущерба. Проанализированы различные методы оценки экологического ущерба в рамках затратного и сравнительного подходов, выделены их достоинства и недостатки. На примере мусороперерабатывающего завода оценён ущерб затратным подходом.

**Abstract:** Estimation of economic damage, despite the wide practical application, has no common calculation methods. Selection of method depends on the purpose of evaluation and the original data volume. Therefore, the aim of the work is the analysis of methods for assessing damage under comparative and cost approaches to valuation. This paper analyzes the various economic aspects of the definition of environmental damage. Analyzed various methods of assessing environmental damage within the cost and comparative approach, highlighting their strengths and weaknesses. For example, a waste recycling plant's damage cost approach.

**Ключевые слова:** экологический ущерб, подходы в оценке, экономическая оценка

**Keywords:** environmental damage, approaches to assessment, economic evaluation

**Введение.** В современном мире посредством постоянного развития промышленного производства и увеличения добычи полезных ископаемых, выходят на первый план вопросы

защиты окружающей среды, вопросы оценки экологического ущерба. Для возможности жить в «чистом» мире, необходимо находить баланс между удовлетворением производственных потребностей и уменьшением экологического ущерба, который может быть рассмотрен в нескольких аспектах – экономическом, социальном, экологическом, моральном.

Одной из проблем, возникающих в процессе оценки ущерба, является проблема недостаточности исходной информации, поскольку оценку, например состояния воздуха, нельзя осуществить только над одной территорией, над одной страной, и в процессе оценки в таком случае необходимо пользоваться информацией разных стран, доступ к которой ограничен. Другой проблемой является необходимость пользоваться исходными данными, многие из которых либо практически не фиксируются, либо просто не поддаются формализации.

Поэтому целью работы является анализ методов оценки экологического ущерба в рамках сравнительного и затратного подходов в оценке, анализ исходной информации, необходимой для использования этих методов.

Традиционно, рассматривая последствия ущерба окружающей среде в самом широком смысле, методологические вопросы экономической оценки ущерба должны быть сведены к денежной оценке негативных изменений в: 1) социальной сфере (ухудшения здоровья человека; изменение привычного ландшафта и природы, изменение исторических и культурных памятников); 2) экологической сфере (необратимые разрушения уникальных экосистем, исчезновение видов, генетические потери и так далее); 3) экономической сфере (изменение полезности окружающей среды вследствие ее загрязнения) [1].

Все используемые при этом методы можно разделить на две группы, использующие в своей основе два различных оценочных подхода: сравнительный и затратный [2].

**Методология.** Основой сравнительного подхода являются, реципиентные методики, основанные на определении экономического ущерба от действия загрязнения на конкретные виды реципиентов путем суммирования различных составляющих потерь, выраженных в денежной форме. К данному подходу относятся метод фактора производства, метод контрольных районов, метод аналитических зависимостей, комбинированный метод и гедонистический метод.

Основной проблемой, возникающей при использовании данных методов, является на наш взгляд отсутствие информации в нашей стране об изменении окружающей среды за длинный промежуток времени, что не позволяет в полной мере использовать весь аппарат экономико-математического моделирования в данном процессе.

Затратный подход к оценке экономического ущерба основан на принципе перенесения на конкретный исследуемый объект общих закономерностей и предполагает использование системы нормативных показателей, фиксирующих зависимость негативных последствий от основных ущербобразующих факторов. Данный подход реализуется методом прямого счёта, методом оборонительных затрат, методом транспортных затрат, методом вероятностной оценки и косвенным методом [3].

Основной проблемой использования данной группы методов, разработанных европейскими и американскими учеными, является проблема их адаптации к российским условиям, в частности использование метода транспортных затрат затруднено масштабами территорий, по которым необходимо рассчитать затраты и как следствие получаются завышенные оценки.

**Результат.** В качестве примера рассмотрим оценку социально-экономических последствий промышленной деятельности затратным подходом.

Предполагается, что в зеленой зоне г. Саратова (Усть-Курдюмское шоссе) будет размещен промышленный объект, а именно, мусороперерабатывающий завод. В рамках экологической экспертизы требуется оценить экономические и социальные последствия намечаемой деятельности, к которым можно отнести: 1) снижение потенциала экономического развития

административного района; 2) утрата или снижение рекреационного и природоохранного потенциала Саратова; 3) финансовые потери жителей и предпринимателей, а также бюджета Саратовской области из-за возможного снижения стоимости недвижимости и земли; 4) снижение доходности сельскохозяйственного производства в результате снижения урожайности и потери стоимости сельхозпродукции из-за ее производства в районе с неблагоприятными экологическими параметрами.

По данным ЗАО «Астраханский Промышленно-Экологический комплекс» прибыль подобного предприятия оценивается в размере 3 млн.руб. в год, т.е. доход области составит 1,02 млн.руб. в год или в учетом дисконтирования по ставке 6% 17,04 млн.руб. Следует отметить, что расчёт ставки дисконтирования также производился на основе данных ЗАО «Астраханский Промышленно-Экологический комплекс».

Прямые потери от ущерба, причиненного реализацией проекта, могут быть оценены в следующие суммы: во-первых, потери прямых доходов бюджета Саратовской области в виде налогов от туристической деятельности составят 5,6 млн.руб. или с учетом дисконтирования по ставке 6% в 93,6 млн.руб.; во-вторых, потери потенциальных доходов туристического сектора экономики г. Саратова могут быть оценены как неполученные доходы от размещения отдыхающих на территории района в летний сезон и составят 2,8 млн.руб. или с учетом дисконтирования по ставке 6% 46,8 млн.руб.

Таким образом, общая сумма потерь составит 140,4 млн.руб., что почти в 8 раз превышает возможные поступления в бюджеты всех уровней.

**Вывод.** В качестве заключения можно отметить, что современный экономико-математический аппарат, используемый при оценке ущерба, не позволяет точно оценить его величину, несмотря на очевидную практическую потребность подобных вычислений в различных сферах деятельности. Главной сложностью, на наш взгляд, является зависимость выбора метода расчёта от цели исследования, которая определяется для каждого случая индивидуально. Данное обстоятельство приводит к невозможности составления общих моделей и вынуждает в каждом конкретном случае определять соответствующие им модели с определенными допущениями и адекватные этим моделям расчетные методики. Что в свою очередь повышает погрешности и снижает объективность проводимых вычислений.

#### Библиографический список

1. Тиндова М.Г. Методы оценки запасов природных ресурсов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, № 5, 2010, с 156-158
2. Тиндова М.Г. Нечёткая модель экономической оценки экологического ущерба // Экономика: вчера, сегодня, завтра, №3-4, 2012, с. 129-139
3. Тиндова М.Г. Использование нечёткого логического вывода при мониторинге окружающей среды // В сборнике: Математическое и компьютерное моделирование в биологии и химии. Перспективы развития II Международная научная Интернет-конференция: материалы конференции: В двух томах. Сервис виртуальных конференций Pax Grid. Казань, 2013, с. 56-60

Электронное научное издание

# **АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ЭКОНОМИКА**

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ  
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

**№ 8/2015**

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по электронной почте [mail@scipro.ru](mailto:mail@scipro.ru)

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2412-2521

Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 5,3. Тираж 100 экз.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна

Адрес редакции: Россия, 603186, г. Нижний Новгород, ул. Бекетова 53.